

**VIABILIDAD ECONOMICA PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
CONSULTORA E INTEGRADORA EN TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y  
COMUNICACIÓN PARA LAS PYMES EN LA CIUDAD DE PALMIRA**

**FABIAN FERNANDO CAMPO MARMOLEJO  
CODIGO: 0213328**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE  
SECCIONAL PALMIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA, 2010.**

**VIABILIDAD ECONOMICA PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
CONSULTORA E INTEGRADORA EN TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y  
COMUNICACIÓN PARA LAS PYMES EN LA CIUDAD DE PALMIRA**

**FABIAN FERNANDO CAMPO MARMOLEJO**

**CODIGO: 0213328**

**Trabajo de grado presentado en la modalidad de evaluación de proyectos  
para optar al Título de Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE  
SECCIONAL PALMIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA, 2010.**

**DEDICADO A:**

*A mi Señor Jesús, Quien siempre, en tantas veces*

*A fortalecido mi caminar por este planeta,*

*Y siempre esta cuando más lo necesito...*

*A mi esposa pues se ha convertido en la mitad de mi vida...*

*A Mamá de quien he aprendido el valor de servir a los demás...*

*Y a mi querida Sarita, llegaste para dar bendición a nuestro hogar...*

Palmira, Junio - 17 - 2010

**Nota de aceptación:**

El presente Trabajo de Grado fue aprobado por el Director de la Sede Regional de la Universidad del Valle de Palmira, el Director de la Tesis, y por los Jurados, en cumplimiento de los requisitos exigidos por esta institución para optar por el título de Administración de Empresas.

---

**ROBBY NELSON DÍAZ**  
Director Sede Palmira

---

**MARIA FERNANDA AYALA**  
Coordinadora Académica

---

**ÁLVARO GARCÉS M.**  
Director de Tesis

---

**MANUEL ZALAZAR.**  
Jurado

---

**JOSE DARÍO BUITRAGO**  
Jurado

## AGRADECIMIENTOS

Los agradecimientos están dirigidos a todas las personas y entidades que hicieron posible la realización exitosa de esta investigación, principalmente agradezco a DIOS por regalarme una vida tan llena de sorpresas y alegrías, a la mujer que me inspira todos los días para dar lo mejor de mí en cada día, a mi Mamá que siempre desde niño me enseñó las primeras letras de las vocales ejerciendo conmigo su profesión, Maestra, a mi familia CAMPO y MARMOLEJO son tantos que mejor los resumo en sus apellidos pero que sin duda alguna estoy en deuda con todos por regalarme momentos inolvidables. A mi Universidad por los años que he pasado por sus pasillos y salones, llenándome de su conocimiento, espero dar lo mejor de mí como profesional y no defraudar tu tiempo invertido en mi, querida universidad, Juancho Gómez, Tio William, Estiven García, Estiven Mondragon, Andrés Pava a mis amigos gracias por formar en mi un poco de tolerancia pues el hecho de no ser iguales a mi produjeron en mi ese tan necesario valor para poner en práctica dentro de una organización.

Al Señor Lope Trujillo, Estella Zorrilla, Vladimir Cordoba, Alexander Potes, Juan Manuel Delado (PARQUESOFT), Jose Rebelo a la empresa COMINNAL LTDA Y SERPRONET LTDA por transferir en mi su conocimiento que es tan necesario en esta sociedad para que exista un desarrollo sostenible e ir en pro de ser parte de la solución de este mundo tan egoísta y por ultimo agradezco a la misión Panamericana de Colombia, Centro de Fe y Esperanza de Pradera y Palmira, a los pastores: Carlos Daza y esposa, Isaías Gutiérrez y esposa, Armando Alfonso y esposa, Jorge Mondragon y esposa, Alex Riaño y esposa, Abdel Alfonso y esposa, Juan Carlos y esposa ,Rodri y Lala y Sr. Eliceo Florez y esposa por su amor, enseñanzas y por inspirar mi vida con sus vidas.

*...El principio de la sabiduría es el temor al Señor... Proverbios 1:7*

# INDICE

	<b>PAG</b>
<b>1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>9</b>
1.1 <i>Antecedentes del problema.....</i>	<i>9</i>
1.2        FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	15
1.3        PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	15
<b>2. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>16</b>
<b>3. OBJETIVOS.....</b>	<b>18</b>
3.1        OBJETIVO GENERAL .....	18
3.2        OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	18
<b>4. MARCO TEORICO .....</b>	<b>19</b>
4.1        DEFINICIÓN DE EMPRESA .....	19
4.2        DEFINICIÓN DE PYME .....	20
4.3        MEDIANA EMPRESA.....	20
4.4        ESTRATEGIA DEL NEGOCIO .....	21
4.5        COMPETITIVIDAD, CONOCIMIENTO Y LAS TIC DENTRO DEL PROCESO PRODUCTIVO DE UNA ORGANIZACIÓN.....	22
<b>5. MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>24</b>
5.1        LAS PYMES Y SU SITUACIÓN EN COLOMBIA .....	24
5.2        INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYME .....	27
5.3        FINANCIACIÓN.....	31
5.4        GENERACIÓN DE NUEVAS FUENTES DE TRABAJO .....	32
<b>6. MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>35</b>
<b>7. DISEÑO METODOLOGICO .....</b>	<b>40</b>
7.1        TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	40
7.2        POBLACIÓN Y MUESTRA SELECCIONADA .....	41
7.4        INSTRUMENTOS Y/O TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	43
7.5        PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	44
<b>8. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>45</b>
8.1        MERCADO.....	45
8.2        ÁMBITO GLOBAL .....	45
8.3        EL ÍNDICE DE DESARROLLO DE LAS TIC (IDI) .....	46
8.4        SITUACIÓN ACTUAL DE COLOMBIA EN TIC.....	48
8.5        INDICADOR NETWORKED READINESS INDEX (NRI) .....	49
8.6        ÍNDICE E-READINESS .....	49
<b>9. LA EMPRESA.....</b>	<b>51</b>
9.1        PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA .....	51
9.2        TALENTO Y TECNOLOGIA.....	51
9.3        OBJETO SOCIAL .....	51

9.4	MISIÓN .....	52
9.5	VISIÓN.....	52
9.6	OBJETIVOS ORGANIZACIONALES .....	52
9.7	DEFINICIÓN DEL SERVICIO.....	53
9.8	PORTAFOLIO DE SERVICIOS .....	53
9.9	PRODUCTO .....	55
9.10	PRODUCTO 1: NETWORKING: REDES W-LAN.....	55
9.11	PRODUCTO 2: PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI .....	56
9.12	PRODUCTO 3 SEGURIDAD ELECTRONICA .....	60
9.13	PRODUCTO 4 : CENTRALITA TELEFÓNICA IP .....	61
9.14	CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA .....	61
<b>10.</b>	<b>ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....</b>	<b>64</b>
10.1	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....	64
10.1.1	SECTOR SALUD. ....	65
10.1.2	SECTOR TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y TELECOMUNICACIONES.....	65
10.1.3	SECTOR INDUSTRIAL. ....	65
10.1.4	SECTOR COMERCIO Y SERVICIOS DE REPARACIÓN.....	65
10.2	FUENTES SECUNDARIAS .....	66
<b>11.</b>	<b>ANÁLISIS DE LA OFERTA.....</b>	<b>68</b>
11.1	LA COMPETENCIA .....	68
11.2	DESEMPEÑO DE LA COMPETENCIA DIRECTA .....	70
11.3	DETERMINACIÓN DE MERCADOS META.....	70
11.4	ANÁLISIS DE VENTAS. ....	71
11.5	PARTICIPACIÓN DE MERCADO.....	72
11.6	ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES.....	73
11.7	ANÁLISIS DE LOS PRECIOS .....	74
11.8	ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN. ....	75
11.9	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	75
<b>12.</b>	<b>ENTORNOS.....</b>	<b>77</b>
12.1	ENTORNO ECONÓMICO .....	77
12.2	ENTORNO GEOGRÁFICO.....	80
12.3	ENTORNO LEGAL .....	81
12.3.1	TIPO DE EMPRESA .....	81
12.3.2	ESTATUTOS SOCIALES .....	83
12.3.3	NORMATIVIDAD .....	87
12.4	ENTORNO POLÍTICO.....	89
12.5	ENTORNO TECNOLÓGICO .....	92
<b>13.</b>	<b>ANÁLISIS DE LA ENCUESTA.....</b>	<b>95</b>
13.1	ANÁLISIS DEL MERCADO.....	95
13.2	POBLACIÓN.....	95
13.3	CONSUMIDOR .....	98

13.4	INGRESO .....	102
13.5	DEMANDA DEL PRODUCTO Y SERVICIO .....	106
13.6	MATRIZ DOFA .....	111
13.6.1	FORTALEZAS .....	111
13.6.2	DEBILIDADES .....	111
13.6.3	OPORTUNIDADES .....	112
13.6.4	AMENAZAS .....	112
13.6.5	MATRIZ.....	113
<b>14.</b>	<b>ESTUDIO TECNICO .....</b>	<b>115</b>
14.1.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO. ....	115
14.2.	ESTUDIO DE LA CONSTRUCCIÓN.....	115
14.3.	UBICACIÓN DEL ENTORNO.....	116
14.4.	DATOS GENERALES DE LA CIUDAD DE PALMIRA .....	116
14.5.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	117
14.6.	DEFINICION DEL SERVICIO .....	117
14.7.	OPTIMIZACION DEL PROCESO DEL SERVICIO .....	118
14.8.	FLUJOGRAMA DE PROCESOS .....	119
14.9.	EQUIPOS NECESARIOS PARA EL PROCESO .....	120
14.10.	TALENTO HUMANO PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL SERVICIO .....	120
14.11.	PERSONAL REQUERIDO.....	121
14.12.	MANUAL DE FUNCIONES .....	121
14.13.	ORGANIGRAMA .....	123
14.14.	DISTRIBUCION DE LA PLANTA .....	124
14.15.	DISTRIBUCION .....	124
<b>15.</b>	<b>MARCO LEGAL O JURIDICO .....</b>	<b>125</b>
15.1.	TIPO DE EMPRESA A CONSTITUIR.....	125
15.2.	REGISTRO MERCANTIL .....	125
15.3.	COMPROMISOS CON LOS EMPLEADOS .....	125
15.4.	INSCRIPCIÓN DEL RUT ANTE LA DIAN.....	126
15.5.	IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO .....	126
<b>16.</b>	<b>ESTUDIO ECONOMICO.....</b>	<b>127</b>
16.1.	PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN.....	127
16.2.	COSTOS DE PERSONAL.....	127
16.3.	COSTOS DE ACTIVOS .....	128
16.4.	GASTOS LEGALES .....	129
16.5.	OTROS GASTOS DE OPERACIÓN .....	130
16.6.	TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN .....	130
16.7.	PRESUPUESTOS DE INGRESOS .....	131
16.8.	PRESUPUESTO DE RECAUDO.....	132
16.9.	PAGO DE PROVEEDORES.....	133
16.10.	INVERSIÓN DEL PROYECTO .....	133



16.11.	BALANCE GENERAL INICIAL.....	135
16.12.	ESTADOS DE RESULTADOS .....	135
16.13.	INDICADORES FINANCIEROS .....	138
16.13.1	ÍNDICE DE LIQUIDEZ .....	138
16.13.2	RAZÓN CORRIENTE .....	138
16.13.3	ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO.....	139
16.13.4	RAZÓN DE DEUDA.....	139
16.13.5	INDICADORES DE RENTABILIDAD.....	139
16.13.6	MARGEN DE UTILIDAD BRUTA .....	140
16.13.7	MARGEN DE UTILIDAD NETA .....	140
16.13.8	RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO.....	141
16.13.9	RENDIMIENTO OPERACIONAL DEL ACTIVO TOTAL .....	141
<b>17.</b>	<b>EVALUACIÓN ECONÓMICA.....</b>	<b>142</b>
17.1	CRITERIOS DE EVALUACIÓN .....	143
17.2	VALOR PRESENTE NETO (VPN).....	143
17.3	TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR).....	143
17.4	CÁLCULO DEL VPN Y LA TIR SIN FINANCIAMIENTO .....	144
<b>18.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>148</b>
<b>19.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>151</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>152</b>
	<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>157</b>

## INDICE DE TABLAS

PAG

Tabla 1 NETWORKING: REDES W-LAN .....	56
Tabla 2 PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI .....	60
Tabla 3 SEGURIDAD ELECTRONICA .....	61
Tabla 4 CENTRALITA TELEFONICA IP .....	63
<b>Tabla 5 INGRESOS ANUALES POR SERVICIOS Año 2000-2008 .....</b>	<b>67</b>
Tabla 6 TABLA DE EMPRESAS COMPETIDORAS .....	69
Tabla 7 PROVEEDORES PRINCIPALES O ESTRATEGICOS .....	74
Tabla 8 ANALISIS DE LOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA .....	74
Tabla 9 Gastos legales .....	83
Tabla 10 <b>Equipo de oficina, computo y vehículos.</b> .....	120
Tabla 11 TALENTO HUMANO REQUERIDO.....	120
Tabla 12 Personal requerido.....	121
Tabla 13 <b>Costos personal</b> .....	127
Tabla 14 NOMINA.....	128
Tabla 15 EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y VEHICULOS.....	129
Tabla 16 GASTOS LEGALES.....	129
Tabla 17 Otros gastos de operación presupuestados para el año 2010 .....	130
Tabla 18 GASTOS – MES .....	130
Tabla 19 MODO DE RECAUDO .....	132
Tabla 20 PAGO A PROVEEDORES .....	133
Tabla 21 Costo de activos.....	134
Tabla 22 Gastos legales .....	134
Tabla 23 Balance general inicial TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S. ....	135
Tabla 24 PRECIO DE VENTA POR PRODUCTOS .....	136
Tabla 25 PORCENTAJE DE VENTAS ESTIMADO POR PRODUCTO - POR AÑO .....	136
Tabla 26 ESTIMADO DE VENTAS POR CANTIDADES Y PRESUPUESTO ANUAL.....	136
Tabla 27 CUADRO DE COSTOS DE VENTAS.....	137
Tabla 28 ESTADOS DE RESULTADOS .....	137

## INDICE DE GRAFICAS

PAG

Grafica 1 NETWORKED READINESS INDEX .....	49
Grafica 2 Índice e- readiness para Colombia.....	50
Grafica 3 E-readiness index para Colombia. ....	50
Grafica 4 INGRESOS ANUALES POR SERVICIOS Año 2008.....	67
Grafica 5 <b>MAPA UBICACIÓN CIUDAD DE PALMIRA</b> .....	80
Grafica 6 <b>SIMULADOR VIRTUAL</b> .....	82
Grafica 7 Pregunta No. 1 MEDIOS MAS UTILIZADOS EN LAS TIC .....	95
<b>Grafica 8 Pregunta N 2 ¿LA EMPRESA TIENE PAGINA WEB?</b> .....	96
<b>Grafica 9 Pregunta N 3 PORQUE NO TIENE PAGINA WEB?</b> .....	97
Grafica 10 Pregunta N 9 Como evalúa las alternativas.....	98
Grafica 11 Pregunta N 10 Quien evalúa las alternativas.....	99
Grafica 12 Pregunta N 11 Demanda de Productos . ....	101
<b>Grafica 13 Pregunta N4 Presupuesto anual PYME.</b> .....	102
<b>Grafica 14 Origen los de recursos Pregunta No. 5</b> .....	103
<b>Grafica 15 ¿Conoce empresas consultoras de TIC en la ciudad?</b> .....	104
Grafica 16 <b>Pregunta No. 12. A que empresa le ha comprado estos tipos de productos?. Menciónelas en orden de preferencia</b> .....	105
Grafica 17 DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS, INDIQUE ENTRE 1 Y 5 (DONDE 1 ES EL DE MENOR PREFERENCIA) SE VE EN LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR EN SU EMPRESA DEBIDO A LOS CAMBIOS TECNOLOGICOS Y LOS ENTORNOS QUE DINAMIZAN EL SECTOR DE LAS PYMES Pregunta No. 8 .....	106
Grafica 18 .¿CONOCE USTED EN LA CIUDAD DE PALMIRA UNA O VARIAS EMPRESAS DE CONSULTORIA E INTEGRADORAS DE TIC PARA EL SECTOR EN EMPRESARIAL? Pregunta No. 12.....	108
Grafica 19 <b>Pregunta No. 7</b> .....	108
<b>Grafica 20 Evaluación evalúa alternativas Pregunta No 9</b> .....	110

## INDICE DE CUADROS

**PAG**

Cuadro 1.....	47
Cuadro 2 Inversión neta-Sectores económicos en la ciudad de Palmira .....	66

# 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

## 1.1 Antecedentes del problema

La historia ha descrito la evolución del pensamiento contemporáneo de las civilizaciones, donde su forma de pensar se asocia intrínsecamente a su forma de actuar en una época o contexto determinado. En el Departamento del Valle del Cauca la conquista se caracterizó por la dominación y aniquilamiento de la población aborígen, al mando de Sebastián de Belalcazar, quien fundó la ciudad de Cali el 26 de julio de 1536. Desde la conquista española, la tenencia de la tierra ha sido la base de la riqueza y del poder en el Valle del Cauca. En el siglo XVI, la agricultura aborígen fue sustituida por la ganadería extensiva, reemplazada a su vez en el siglo XX por ingenios azucareros. La industria manufacturera fue como la ganadería y la agroindustria azucarera, en su mayor parte importada.<sup>1</sup> En principio, las tierras fueron otorgadas por “dos o tres generaciones” pero la propiedad de las mismas se convirtió en símbolo de prestigio y de poder.

La economía del Valle durante la colonia era básicamente local. Los escasos productos importados llegaban desde Quito. La región estaba aislada y no tenía metales preciosos; la administración colonial frustró el comercio interregional. En consecuencia, las haciendas dependían de la articulación de las actividades mineras del Chocó con el comercio interno<sup>2</sup>. A finales de la época colonial, la tierra en el Valle era propiedad de un número limitado de familias de ascendencia local, cuyos descendientes todavía son dueños de grandes empresas agrarias e

---

<sup>1</sup> KRUIJIT, MAIGUASHCA Y VELLINGA. *Industrialización y desarrollo regional en Colombia*. Universidad Nacional de Utrecht. 1982, p. 49.

<sup>2</sup> *Ver Colmenares (1980: 130)*

industriales. La industria azucarera, hoy en día predominante en el panorama vallecaucano, encontró sus raíces en la Colonia<sup>3</sup>.

La expansión del sector azucarero en el Valle se inicia en el siglo XX con la construcción del ferrocarril entre Buenaventura y Cali, y con el alza de los precios del azúcar en el mercado internacional. Los ingenios tomaron la forma de grandes complejos a partir de los años cuarenta. La industrialización de la caña de azúcar llegó tarde al Valle, pero se desarrolló rápidamente trayendo consigo la concentración de la propiedad de la tierra y del capital en la centralización del control productivo, que tuvo como consecuencias el desplazamiento de pequeños productores a la parte montañosa, migración de la población rural a las ciudades y proletarización de la población rural.<sup>4</sup>

El Departamento del Valle se crea mediante decreto 340 del 16 de abril de 1910, orgánico de la Ley 65 de 1909, dictado por el general Reyes y sus ministros de gobierno, que dividió nuevamente el territorio nacional en trece departamentos, uniendo los antiguos de Buga, Cali, y formar el actual departamento del Valle del Cauca, con capital Cali, desde el 1º de mayo de 1910.

La integración física y económica del Valle tanto en el ámbito interno con otras regiones de Colombia, como externo dirigido al mercado internacional, no ocurrió sino hasta los años 30, con la construcción del canal de Panamá y de ferrocarril a Buenaventura (1920), iniciaron un proceso que culminó solo en 1946, al terminarse la construcción de la carretera que de Cali une a la Costa Pacífica.<sup>5</sup> Superado el aislamiento, se observó un crecimiento demográfico acelerado en la Ciudad de Cali.

---

<sup>3</sup> Ver en este contexto Arboleda (1928)

<sup>4</sup> Ver *Las Industrias Azucareras y Paneleras en Colombia*, 1976, p. 168.

<sup>5</sup> *Que facilitó la expansión económica y social del Valle por medio de la importación de maquinaria para los ingenios.*

A mediados del siglo XX, se generó en el Valle un proceso de industrialización y de tecnificación de productos de agricultura comercial, tales como la caña de azúcar, algodón, soya, maíz y sorgo. Paralelamente surgió la industria manufacturera moderna, bajo el impulso del capital extranjero. Estos dos procesos transformaron la economía regional, introduciendo desequilibrios sectoriales y espaciales que se han mantenido hasta la fecha.<sup>6</sup>

La economía del Valle del Cauca está basada principalmente en la producción agrícola, la cual ha experimentado un notable desarrollo, favorecido por las condiciones del relieve y clima del territorio, principalmente en el fértil Valle del Cauca, donde se encuentran las plantaciones de caña de azúcar más grandes e importantes del país, se produce además caña panelera, papa, café, soya, plátano, algodón, arroz de riego, maíz tradicional, sorgo, cacao, frijol entre otros. Cuenta además con pastos que reciben una considerable población ganadera entre vacunos, porcinos, equinos, mulares, asnales, caprinos y ovinos. La pesca artesanal e industrial en la región del litoral Pacífico se realiza tanto para el consumo interno como para la exportación teniendo a Buenaventura como centro de Acopio.

La explotación de madera se realiza principalmente al occidente del departamento, donde existen grandes áreas de bosques intervenidos, cuya producción se dedica internamente como insumo para la industria de muebles, papel y construcción. Los principales productos de explotación minera son el carbón, el oro, plata, platino, además de arena de río, gravas y gravillas, piedras de enchapado, y calizas. La industria es otro de los sectores importantes del departamento; el mayor centro industrial está localizado en el área integrada de Cali, Jamundi,

---

<sup>6</sup> KRUIJIT, MAIGUASHCA Y VELLINGA. *Industrialización y desarrollo regional en Colombia*. Universidad Nacional de Utrecht. 1982, p. 52.

Yumbo, donde los principales rubros provienen de la producción de azúcar, papel, cartón, molinería, trilla de café.

Son importantes además la producción de jabones, cosméticos, caucho, productos alimenticios, bebidas ligeras, productos de química, farmacéutica y la industria editorial. Le sigue en importancia al sector industrial el agropecuario, los servicios, el comercio, el transporte y la construcción. El comercio es de gran actividad, siendo los principales centros de esta actividad Cali, Buenaventura, Palmira, Buga, Tulúa, Cartago, Sevilla, Zarzal, Candelaria, Lérída, Pradera, Roldanillo y Caicedonia. Son numerosos los centros de servicio que comprenden las actividades de Hotelería y turismo, restaurantes, intermediación financiera, servicios sociales y salud.

La cultura del Departamento del Valle es un sincretismo manifestado en diferentes actividades representadas por la Feria internacional de la caña de azúcar, en Cali; el festival de la canción en Buga; el del mono Núñez en Ginebra; la feria de la agricultura en Palmira, entre otras ferias agropecuarias en Palmira y Tuluá.

Esta reseña global de la evolución de la actividad socioeconómica expresa la mentalidad empresarial de directivos y empresarios en el Departamento del Valle, que nos lleva a concluir que durante la década de los años 60, 70 y 80 del siglo XX, su mentalidad fue reconocida a nivel nacional como Departamento modelo en el ámbito nacional e internacional, por su vocación exportadora y su desarrollo socioeconómico alcanzado. Durante finales de la década de los ochenta y la de los noventa, el Departamento reflejó una serie de dificultades o debilidades en su estructura social y económica como consecuencia de la apertura económica, la crisis de los años 90s, el narcotráfico, de la violencia desatada por los grupos guerrilleros, la población desplazada del campo, el uso y propiedad de la tierra para favorecer el monocultivo, la falta de innovación, la gestión estatal, la emigración de algunas empresas, etc., lo cual hizo que regiones como Antioquia y



Bogotá le tomaron la delantera en diversos campos de la actividad económica como comunicaciones, los servicios públicos, la actividad agrícola, la agroindustria a la pequeña y mediana empresa.

Según el Planeación Departamental, para el año 2008 la conformación del producto interno bruto en el Departamento del Valle estaba estructurado de la siguiente manera: sector agrícola, pecuario, silvicultura y pesca: 8,26%; sector de minería el 0,31%; sector de la industria: 18,26%; sector de servicios públicos: 3,69%; sector de la construcción: 3,64%; sector comercio, restaurante y hoteles: 11,54%; sector transporte y comunicaciones: 8,10%; sector de establecimientos financieros y servicios: 23,45%; y sector de servicios comunales, sociales y personales 19,60%. De esta manera, se observa gran diversidad en la estructura de los ingresos del Departamento, razón por la cual se analizarán empresas de cada sector para estudiar el papel que cumple las Tic's en su proceso de planeación y ejecución de acciones.

El Valle del Cauca ha sufrido los fenómenos de la concentración del poder y la distribución del ingreso, sumados a la apertura económica y la crisis económica en la economía nacional durante la década de los noventa, donde la pequeña empresa y el sector agropecuario, sufrió los problemas de la globalización, al registrar una contracción sustancial y la debilitamiento de algunos cultivos que anteriormente estaban consolidados, como la soya, el maíz, el algodón.<sup>7</sup> Estos fenómenos acentuaron los fenómenos de la concentración del poder y la distribución del ingreso, donde los pequeños y medianos productores sufrieron las consecuencias de la apertura económica.

De acuerdo a lo anterior, se hace necesario hacer una reflexión sobre las formas de pensar y actuar de los empresarios y directivos vallecaucanos reflejados en sus

---

<sup>7</sup> PORTAFOLIO. Edición especial 10 años. Septiembre de 2003.

valores, principios, hábitos y costumbres para diagnosticar, prospectar y proponer soluciones que conlleven a la consolidación de una identidad en su mentalidad empresarial, frente a los diversos aspectos que inciden en el ámbito y el entorno de sus organizaciones. Adicionalmente esta propuesta investigativa busca analizar el impacto que tiene la mentalidad empresarial en la toma de decisiones de las empresas Vallecaucanas y más importante aun la viabilidad económica de una empresa consultora en tecnologías de la información y la comunicación para las Pymes en la ciudad de Palmira.

Todas estas manifestaciones culturales asociadas a las condiciones socioeconómicas actuales que vive el Departamento del Valle, nos lleva a concluir que tenemos transformar la mentalidad empresarial proverbial y/o tradicional reflejada en formas de pensar y cuyos marcos mentales expresan características no adecuadas para desarrollar una mentalidad empresarial, buscando afanosamente la formación y/o capacitación de empresarios en el uso de las TIC'S como mecanismo de proyección hacia el mejoramiento continuo.

Por esta razón se motiva en primera instancia a dar respuesta a una serie de interrogantes claves dentro del proceso de formulación del problema descrito con anterioridad: ¿Qué papel cumple las Tic's a nivel empresarial frente a los directivos de las organizaciones Pymes en la ciudad de Palmira?, ¿Hay interés por parte de algunas Pymes en transversalizar sus procesos gerenciales desde el ámbito de las Tic's?, ¿Qué relación hay entre el uso de las Tic's y la calidad continua de las Pymes?

El aporte del proyecto a la generación de nuevo conocimiento, consiste en identificar e interpretar los hábitos y costumbres, conductas y comportamientos propios de las acciones de directivos empresariales de pequeñas y medianas empresas del Valle con el objeto de identificar posibles modelos de gestión de la cultura organizacional mediante la aplicación y contexto de la mentalidad

empresarial reflejado en la forma de pensar y actuar de las personas, producto de su cultura.

En una segunda instancia, se busca identificar el papel de las Tic's en los procesos de mejoramiento continuo de las Pymes en la ciudad Palmira Valle del Cauca.

Finalmente, se debe hacer un amplio estudio del universo Pyme en esta ciudad del Valle del Cauca con el fin de analizar la pertinencia frente a la necesidad de la creación de una empresa consultora en tecnologías de información y comunicación para las Pymes en la ciudad de Palmira.

## **1.2 Formulación del problema**

¿ES VIABLE ECONOMICAMENTE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA E INTEGRADORA EN TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACIÓN PARA LAS PYMES EN LA CIUDAD DE PALMIRA?

## **1.3 Preguntas de investigación**

1. ¿Cuáles son las necesidades de productos y/o servicios Tecnológicos que aporten a la productividad de las PYMES en el Municipio de Palmira?.
2. ¿Es viable económicamente la creación de una empresa consultora e integradora en tecnologías de la información para las PYMES en la Ciudad de Palmira?.

## 2. JUSTIFICACIÓN

Las pequeñas y medianas empresas (*PYMES*) representan un significativo sector económico en Colombia. Para el municipio de Palmira constituye un sector productivo muy importante, razón por la cual es necesario pensar en nuevas opciones de capacitación que les puedan permitir elevar su competitividad en beneficio del desarrollo económico y social del Estado. Actualmente, el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (en adelante TIC) permiten dar una respuesta ágil y flexible a los retos de un entorno en constante cambio y evolución, por eso la creación de una propuesta de consolidación de una empresa de consultoría en tecnologías de información y comunicación para las Pymes de esta ciudad del Valle del Cauca, deberá de constituirse en una herramienta altamente pertinente para desarrollar la estructura metodológica el presente proyecto, pues la capacitación y asesoría podrían ser un apoyo para las empresas, y en específico para el empresario de las *PYMES* que necesita dar respuesta a los cambios permanentes de la economía globalizada en la que se desenvuelve el siglo XXI.

El presente proyecto se justifica en los aspectos fundamentales:

♦ **En orden y carácter teórico:** porque a través de la teoría se esbozan los elementos fundamentales del empresario Pyme, las tecnologías de información y comunicación y la estrecha relación de ambos, con el fin de mostrar un nuevo campo competitivo y la mejor forma de enfrentarlo.

♦ **En orden y carácter práctico:** ya que a través de la investigación se podrá tomar una fotografía de la realidad de las Pymes del 2010 a partir de ello reconocer los elementos que interactúan entre: sus ideales, proyecciones, manejo

de la planeación estratégica, problemáticas, competencias interactivas frente al acceso, búsqueda y recuperación de la información y la construcción pertinente de su plan estratégico de calidad.

◆ **En orden y carácter metodológico:** ya que sustenta la fusión entre la teoría y la práctica, la teoría y la acción, el conocimiento de una población como protagonista de alta gerencia, administración empresarial de calidad y gerencia de proyectos desde la pertinencia frente a la realidad del siglo XXI entendiéndose como PYMES en el año 2010.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo General**

Identificar la viabilidad económica para la creación de una empresa consultora e integradora en Tecnologías de Información y Comunicación para las PYMEs en la ciudad de Palmira Valle del Cauca.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- Determinar las necesidades de productos y servicios Tecnológicos que aporte a la productividad de las PYMES en la ciudad de Palmira en el Valle del Cauca.
  
- Averiguar el consumo e inversión de tecnologías de información y comunicación de las PYMES en la ciudad de Palmira.
  
- Diagnosticar el grado inclusión tecnológica en las PYMES de la ciudad de Palmira.

## 4. MARCO TEORICO

Para la realización de este trabajo de investigación, se precisa la revisión de los materiales bibliográficos relacionados con el tema en estudio, por lo tanto nos hemos basado en la Evaluación de Proyectos, y Gerencia Estratégica entendiendo el punto de vista de varios autores.

De acuerdo con **Abraham Hernández Hernández**<sup>8</sup>, en el libro Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión dice “que la evaluación se lleva a cabo con el objeto de determinar la viabilidad de un proyecto, donde se establecen los elementos cuantificables para tomar decisiones acertadas, considerando los siguientes aspectos:

1. Estudio de mercado: Estudio de la oferta y la demanda, junto con las muestras, las entrevistas y los cuestionarios.  
Estudio de disponibilidad de insumos: Se analizan las condiciones y la organización de la producción y su destino.
3. Localización y tamaño: Se define en que lugar se va a ubicar el proyecto.
4. Inversión y financiamiento: Hay que tener definido el financiamiento del proyecto y condiciones en que se otorga.
5. Evaluación socioeconómica: Se mide el impacto del proyecto en la sociedad.
6. Organización del proyecto: Se establece la forma de organización y administración, así como el organigrama”.

### 4.1 Definición de empresa<sup>9</sup>.

Según el ARTÍCULO 25 del Código de Comercio. Concepto de EMPRESA. Se

---

<sup>8</sup> Abraham Hernández Hernández , Formulación y Evaluación de Proyectos, 5ta Edición, Editorial : Thomson

<sup>9</sup> Código de Comercio, República de Colombia, Artículo 25.

entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

#### **4.2 Definición de PYME.**

Para el presente trabajo es necesario definir el significado de lo que es una PYME en Colombia por tal motivo el proyectista después de concebir dichas definiciones entre varias autorías establece que la que presenta el Ministerio de Comercio e Industria y Turismo abarcan el concepto apropiado para seguir con el paso siguiente de este proyecto.

Se entiende por pequeña y mediana empresa<sup>10</sup> (Artículo 2, Ley 905 de 2004), toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros.

#### **4.3 Mediana Empresa.**

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores,
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

#### **Pequeña empresa:**

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

---

<sup>10</sup> Ministerio de Comercio Industria y Turismo, MIPYMES Portal empresarial Colombiano-  
<http://www.mipymes.gov.co/pyme/newsdetail.asp?id=225&idcompany=43>



Los autores **Eduardo Soto Pineda** y **Simón Dolán**, en su libro *El Impacto de la Globalización en las PYMES*<sup>11</sup>, mencionan que el “Proceso convencional de visión estratégica resulta útil para atender a los objetivos y características de las pequeñas y medianas empresas, además la combinación de diferentes sectores industriales, con la gran diversidad de entes empresariales, crean situaciones tan singulares, que aconsejan tratar el problema estratégico de manera individual. Se propone una gerencia estratégica que vaya de acuerdo a las necesidades de las pequeñas y medianas empresas a partir de la problemática relacionada con el diseño e implantación estratégica en su concepción actual y sus repercusiones para las Pymes. A la hora de fijar objetivos empresariales y las estrategias para alcanzarlos, se hace necesario tomar conciencia de los factores que influyen en el proceso de internacionalización de la actividad económica”.

#### **4.4 Estrategia del negocio**

Es necesario que toda empresa diseñe estrategias para el logro de sus objetivos y metas planteadas en el presente trabajo se han fijado objetivos a corto y mediano plazo para si determinar la amplitud y la magnitud. El autor **Idalberto Chiavenato**<sup>12</sup> en su libro *Introducción a la Teoría General de la Administración* presenta la “gerencia estratégica en la cual se escogen y se fijan objetivos organizacionales los cuales se quieren alcanzar, seguido de una estrategia empresarial que se utiliza para conseguirlos de la mejor manera y así mismo se definen las tácticas que pueden ayudar a implementar mejor la estrategia adoptada”.

En el presente trabajo el proyectista lleva a cabo la aplicación del campo teórico

---

<sup>11</sup> Eduardo Soto Pineda y Simón Dolán, *Las PYMES ante el reto del siglo XXI*, Editorial THOMSON.

<sup>12</sup> Idalberto Chiavenato, *Introducción a la Teoría general de la administración*, Edición quinta. 1999.

con la practica obtenida desde hace 5 años cuando comienza a trabajar en proyectos privados y públicos en Telecomunicaciones tales como: SERPRONET primeros proveedores de servicios de internet banda ancha en los municipios de Pradera, Candelaria, Villagorgona, el Carmelo, Palmira, Cali y Buenaventura ganando la licitación de Confamar la caja de compensación más grande del Litoral Pacífico, se conectaron alrededor de 300 usuarios residenciales y corporativos, además se obtuvo la licencia de Valor agregado con el ministerio de Telecomunicaciones llamado en ese momento, Proyectos con la ERT, CVC y empresas destacadas del sector como SEDETEL, TELCOBRAS Y TECNOISA de tal manera que dicho objetivos están planteados para el cumplimiento de la estrategia del negocio como tal y así conseguir de la mejor manera como lo define el autor Idalberto Chiavenato para implementar la mejor estrategia que se adapte al proceso de competitividad de la PYME.

#### **4.5 Competitividad, conocimiento y las tic dentro del proceso productivo de una organización.**

Según el autor Ricardo Monge González y Cindy Alfaro en su libro TICs en las PYMES de Centroamérica<sup>13</sup> argumenta que: “Como punto de partida, debe recordarse que la economía basada en el conocimiento, es una economía totalmente diferente a la economía del siglo XX , ya que en la EBC el conocimiento constituye el principal insumo de producción y las TICS son instrumentos importantes, no solo para la transmisión de la información, sino también para la codificación del conocimiento. Además tal como lo señala Alkinson (2001), en el mundo moderno, las economías mas prosperas se basan en las habilidades de sus ciudadanos, empresas, organizaciones, academia y sector privado, para generar, almacenar, recuperar, procesar y transmitir informaciones, funciones que

---

<sup>13</sup> Ricardo Monge Gonzalez y Cindy Alfaro, TICs en las PYMES de Centroamérica, Editorial tecnológica de Costa Rica.

son aplicables a todas las actividades del ser humano y que se facilitan sustancialmente gracias a las adopción de TIC.

Heeks (2002) señala la importancia de la adopción de las TICS para el mejoramiento de la productividad de las empresas, al resaltar el papel que la información juega en los procesos y en los resultados de cualquier gestión empresarial. Este autor señala la importancia de las TICS en el procesamiento de datos, así como en la comunicación, como mecanismo para transferir datos desde una fuente de un receptor. Además, con respecto al papel de las TICS en los resultados de la gestión de un empresa, éste está asociado con el proceso de aprendizaje (i.e. la metamorfosis de la información dentro del conocimiento como parte del proceso de aprendizaje) y con la toma de decisiones (i.e la información como un insumo para la toma de decisiones y acciones), por ello se argumenta que el apoyo de las TICS al aprendizaje, a la toma de decisiones y a las acciones, se constituye su verdadera contribución a la mejora de la productividad y la competitividad de las empresas.”

Otro elemento a considerar para ponerlo en práctica en la presente investigación tiene que ver con las TICs, competitividad y productividad, por tal razón el proyectista cita un aparte del libro TICs en las PYMES de Centroamérica, a quien se le ha atribuido un gran desarrollo al estado de competitividad de las empresas, lo cual intensita a las PYMES a utilizar las herramientas de telecomunicaciones en sus organismos pues de ser así estas dinamizará cualquier sector aprendiendo a utilizar tanto el conocimiento como el medio que codificara el mensaje final para ser traducido en cifras y poder tomar las mejores decisiones que sustenten el bienestar de la organización.

## 5. MARCO REFERENCIAL

Para la siguiente referencia el proyectista cita el resumen titulado “AVANCE DE LA INVESTIGACIÓN, LA PYME Y SU SITUACIÓN EN COLOMBIA”<sup>14</sup> Cuyo autor es David Guillermo Puyana Silva, Universidad Sergio Arboleda, tomado de: [www.usergioarboleda.edu.co/Las\\_Pymes\\_en\\_Colombia.doc](http://www.usergioarboleda.edu.co/Las_Pymes_en_Colombia.doc); como parte de la revisión de otros trabajos previos sobre el estudio y la realidad contextual en la que se ubican las PYMES. Con lo anterior el investigador pretende mostrar los conceptos comprendidos en los aspectos legales y situacionales, observando que dicho trabajo de David Guillermo Puyana Silva presenta una radiografía de las PYMES en Colombia. En el se observa aspectos como la mejora del nivel de vida de los habitantes, el ingreso per cápita de los Colombianos, el interés por la formación de las micro, Mediana y Pequeñas empresas y su gran potencial como generadoras de empleo, el autor habla sobre la ley 590 de 2000, de la alta devaluación del peso del 2002 de acuerdos regionales comerciales. Otro aspecto a destacar es el potencial de exportación que estas empresas hacen hoy por hoy, referenciando puntos finales los países de Taiwán, Italia y Corea, el autor hace un amplio reconocimiento al trabajo que viene realizando la universidad Sergio Arboleda.

### 5.1 Las Pymes y su situación en Colombia

La economía colombiana ha mostrado en los últimos años claros signos de estancamiento o de un mínimo crecimiento - en varios años inferior a la tasa de crecimiento poblacional- lo que no le ha permitido al país lograr mejoras importantes en el nivel y calidad de vida de sus habitantes, como lo demuestra la caída del ingreso per cápita de los colombianos(US\$ 2087 en 1999 a US\$ 1.898

---

<sup>14</sup> David Guillermo Puyana Silva, AVANCE DE LA INVESTIGACIÓN, LA PYME Y SU SITUACIÓN EN COLOMBIA, [www.usergioarboleda.edu.co/Las\\_Pymes\\_en\\_Colombia.doc](http://www.usergioarboleda.edu.co/Las_Pymes_en_Colombia.doc)

en 2002), un elevado porcentaje (cerca del 50%) de su población económicamente activa desempleada o subempleada y un valor de sus exportaciones de solo US\$ 280 per cápita contra el promedio mundial de US\$ 600 o de Chile de US\$ 1.133 por habitante, cifras que muestran la urgente necesidad de encontrar y diseñar estrategias innovadoras que permitan un aumento sustancial de la producción industrial y de servicios de los diferentes sectores empresariales dirigiéndola a atender la creciente demanda de los diferentes mercados mundiales ante la debilidad de la demanda interna.

Lo anterior y para resolver el problema del bajo crecimiento de la economía ha generado en el mundo entero y en Colombia en particular, un gran interés por las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) por su gran potencial como generadoras de empleo, promotoras de avances en el entorno local y su flexibilidad para convertirse en un importante complemento del trabajo de la gran empresa, dadas las experiencias que han tenido lugar en Italia (Moderna y Emilia Romana), Alemania (Baden-Württemberg) y Estados Unidos (Silicon Valley), entre otras, por lo que se ha considerado como un sector empresarial muy dinámico y poseedor del mayor potencial de desarrollo productivo (con relación a su tamaño).

En el caso de Colombia, el país tuvo que pasar por varias bonanzas externas de corta duración y caer en su crisis más profunda (1999) en casi un siglo, para descubrir que siempre ha sido un país de micro, pequeñas y medianas empresas que conforman la mayoría de la base empresarial colombiana: agrupan cerca del 91% de las empresas manufactureras, participan con el 30% del total de la producción, generan un poco más del 43% del empleo industrial, realizan un poco más del 20% de las exportaciones no tradicionales y pagan alrededor del 50% de los salarios, de acuerdo con datos del Ministerio de Desarrollo Económico (Hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) y del EAM del DANE, demostrando su gran potencial de crecimiento al comparar su participación en el PIB con el número de establecimientos, por lo que su contribución social es incalculable,

además de que en la coyuntura actual son casi las únicas empresas generadoras de nuevos empleos y es ahí donde reside la mayor capacidad de generar fuentes de trabajo.

Las PYMES motivadas por la depresión del mercado doméstico, la alta devaluación del peso colombiano en 2002, los acuerdos comerciales regionales firmados y por firmar, la desgravación arancelaria que contempla el ATPEA y los programas gubernamentales de promoción a las exportaciones, numerosas PyMEs se han aventurado a llevar sus productos y servicios a los mercados internacionales de países vecinos especialmente, pero sin lograr la alta participación en el total de las exportaciones alcanzada por las PYMEs de otros países como la lograda por las de Taiwan (56%), de Italia (52%) o de Corea (40%), debido a numerosas barreras externas e internas a la exportación que les han impedido una más activa, sostenible y agresiva participación en el comercio mundial, no obstante que se ha venido insistiendo en que la opción más certera para que una PyME se sostenga en el largo plazo es internacionalizarse, entendida ésta como el proceso de desarrollar productos y servicios de acuerdo con la demanda de determinados nichos del mercado mundial, con valor agregado de conocimiento especializado, vendido a consumidores finales a precios del mercado foráneo de destino, como un imperativo hacia la construcción de una economía nacional sostenible en el largo plazo.

La situación descrita crea la necesidad de fortalecer la balanza comercial del país (hoy en déficit) y plantea la obligación a todos los colombianos y en particular a la academia, de contribuir en la búsqueda y construcción de modelos que habiliten a este importante sector empresarial a convertirse en el verdadero motor de la economía, tal como lo significa en muchos otros países que han sabido atender y apoyar a la pequeña y mediana empresa.

## 5.2 Internacionalización de la pyme

Como es ya reconocido universalmente, la globalización de los mercados es un fenómeno corriente en la actual economía y es así como desde hace ya varios años venimos asistiendo a una desaparición paulatina de las barreras comerciales, a la vez que se van creando nuevos bloques económicos que en otros tiempos hubieran sido impensables. Esto confirma que los nacionalismos económicos no son eternos y que el cosmopolitismo ya no es monopolio de algunas empresas particulares, sino la característica de cualquier mercado en cualquier parte del mundo y lo que es más importante es la obligación de una empresa, cualquiera sea su tamaño: el internacionalizarse.

Con el objetivo de duplicar y diversificar las exportaciones de productos no tradicionales, el Gobierno elaboró en 1999 el Plan Estratégico Exportador buscando el crecimiento y diversificación de sus exportaciones no tradicionales, el cual incluyó el Programa Expopyme, diseñado y coordinado por Proexport Colombia, dirigido a promover la posición exitosa y permanente de las exportaciones de las PYMES y su adaptación a las exigencias de la economía mundial. Al terminar el año 2001 Proexport había invertido más de \$8000 millones en su desarrollo y cerca de 2000 MIPYMES habían participado, de las cuales más de 600 realizaron exportaciones por valor de US\$110.700.029 en ese año. Sin embargo, Colombia sigue representado tan solo el 0.2% del total de las exportaciones mundiales de mercancías, con un ingreso per capita de exportaciones de US\$ 284 en el año 2003 frente al promedio mundial de US\$600 en ese año y en el que se ha considerado el como "el mejor año exportador de las no tradicionales" (US\$ 7.005.684.000 en 2003)) solo ha significado un incremento del 5.7% sobre el año inmediatamente anterior, liderado por las exportaciones de oro que tuvo una dinámica importante por sus ventas a Estados Unidos y Suiza.

Y en cuanto a las PYMES, en el año 2002, las exportaciones como porcentaje de las ventas brutas (medidas en pesos) se mantuvo en el 14%, siendo el sector de productos metálicos con el 28.3% el de mayor coeficiente exportador y el cements y minerales no metálicos con el 3.3% el de menor coeficiente y en promedio están exportando alrededor del 14%, lo que demuestra que nuestras PYMES han nacido y crecido considerando, básicamente el mercado local y sólo cuando la demanda nacional se ha reducido han buscado el mercado mundial.

Frente a lo anterior, una de las mayores dificultades que se les presenta a las Pymes Colombianas es su baja capacidad administrativa para vincularse con el sector externo, la falta de información sobre oportunidades de exportaciones competitivas y sostenibles, con altos niveles de valor agregado local, como resultado de una mínima capacitación y gestión gerencial en el área internacional y su limitado acceso a tecnologías, especialmente las referentes al comercio exterior, pues como lo ha demostrado investigaciones universitarias al respecto, los mayores obstáculos al proceso exportador de las Pymes nacionales se refiere a factores relacionados con el marketing como son la adecuación del producto a los requerimientos del mercado externo, la falta de información (conocimiento) de los mercados, el acceso a adecuados canales de distribución y la falta de capacitación en marketing internacional.

Sin superar estas falencias, es muy poco probable que las Pymes colombianas aprovechen agresivamente y ni siquiera consideren las grandes oportunidades que ofrece el mercado mundial, particularmente las que se presentan como resultado de los acuerdos de integración y de los sistemas de preferencia como CAN, ALIDE y ATPDEA y SGPA, suscritos y otorgados a Colombia.

En este sentido, se destaca la reciente aprobación dada por el Congreso de Estados Unidos a la Ley ATPEA que abre grandes posibilidades de ampliar la participación de las Pymes colombianas en el mercado de las manufacturas de



ese país (un billón de dólares fueron sus compras a países del resto del mundo en 2001) dado que, con la ampliación del número de productos beneficiados con la desgravación, se estima que el 75% de la oferta exportable nacional podrá entrar sin pagar aranceles, abriendo así nuevas fuentes de empleo y de generación de divisas, convirtiéndose en un apoyo fundamental en el proceso de reactivación de la producción local y de la recuperación del mercado norteamericano.

Así mismo, debe tenerse en cuenta que el ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas) a partir de 2005 cambiará la suerte de sus países miembros y en particular de las PYMES, que deben enfrentar con estrategias internacionales el mercado ampliado (800 millones de personas) y los nuevos y múltiples competidores y por ello, los emprendedores MIPYMES deben prepararse para hacerse competitivos frente a los del resto de los países.

Además, el país está ad- portas de iniciar las negociaciones de un tratado de libre comercio con los Estados Unidos que, si bien significa una gran oportunidad para superar los problemas de crecimiento de nuestra economía y por ende para desarrollar la productividad y competitividad de las pequeñas y medianas empresas, representa un gran riesgo para la permanencia de muchas de ellas, especialmente de aquellas que no tienen vocación ni cultura exportadora.

Es necesario pues, brindarles apoyo de alta calidad en estas áreas si se quiere consolidar a este sector empresarial como una posibilidad naciente para que Colombia apueste por fuera de sus fronteras. Debido a todo esto, un programa de gobierno que les ayude a solucionar en parte esas debilidades, entregándoles las herramientas de gestión y conocimiento empresarial requeridas para iniciar y desarrollar exitosamente un óptimo proceso de internacionalización de sus productos y servicios, apoyándoles en su uso, se vuelve de trascendental importancia cuando hay debilidad de la demanda interna y disminuciones en la demanda de dos de nuestros principales socios comerciales (Venezuela y

Ecuador).

Ante esta situación, consideramos algunas estrategias que deberían ser tenidas en cuenta por el Gobierno a fin de que este sector empresarial llegue a ser el soporte de toda la política exportadora del país y alcance las metas señaladas en el plan estratégico exportador de 1999-2009, las cuales podrían ser:

**1. Impulsar la internacionalización de las PYMES, mediante:**

1.1. Incentivar fiscalmente la creación y direccionamiento de MIPYMES cuyo objetivo principal (único?) sea la internacionalización de sus productos, mediante un proceso basado en la demanda exportable, permanencia, marcas propias, sin intermediarios, con precios al consumidor final, etc, de forma tal que su inserción en el comercio exterior sea sostenible en el mediano y largo plazo

1.2. Incluir expresamente, en la Política Nacional de Ferias y Exposiciones para las Mi pymes, el apoyo a la participación de este sector empresarial en ferias, misiones de promoción y agendas comerciales en el exterior. La actual política de traer misiones comerciales de Colombia debe ser revisada a la luz de sus resultados, ya que estas han convertido a las empresas colombianas en simples proveedores más no en verdaderos exportadores. Sería más productivo destinar estos recursos y los que se gestionen en desarrollo de la mencionada política, a la cofinanciación de su participación en ferias, exposiciones y misiones comerciales en el exterior.

1.3. Solicitar a la Unión Europea en nuestro deseo suscribir un convenio de cooperación con Colombia dirigido a mejorar la competitividad de las PYMES colombianas en la búsqueda de su internacionalización. (Un convenio similar fue firmado entre UE y la República Argentina en 1995 y otro se suscribió recientemente con Chile para aprovechar oportunidades de venta para productos

de a los países de la Unión Europea).

1.4. Impulsar a la PYME para la adquisición de las ventajas dinámicas de los nuevos avances tecnológicos para facilitarle integrar las aplicaciones de Internet y comercio electrónico dentro de sus funciones de negocios.

1.5. Si bien en la Ley 550 se consagró la obligación de las entidades estatales de realizar compras a las Mi pymes, es necesario reglamentar la obligatoriedad para que un mínimo del 20% de las compras oficiales de bienes y servicios se hagan al sector de las MIPYMES. Las compras estatales alcanzaran los \$28 billones en el último año.

### **5.3 Financiación**

Para la utilización de los recursos de la línea para la creación y adquisición de PYMES exportadoras o potencialmente exportadoras de Bancoldex, debe obligarse a la banca comercial a destinar un porcentaje importante de sus colocaciones al otorgamiento de créditos a los socios de las PYMES, re descontados en esas entidades financieras y respaldados siempre por el Fondo Nacional de Garantías.

Diseñar e implementar un plan para aliviar las dificultades financieras por las que atraviesan las MIPYMES que incluya créditos nuevos, reprogramación de deuda bancaria con garantía del 70% de FNG y pactar convenios de pago de la deuda tributaria y parafiscal.

Los recursos para la cofinanciación de proyectos, programas y actividades de las MIPYMES a través de FOMIPYME no deben estar sujetos a los vaivenes de los recursos de la Tesorería General. Su Plan Anual de Cuentas debe ser aprobado prioritariamente al empezar el año. (Han transcurrido los primeros meses del año

y aún no se conocen los recursos presupuestados para 2004.

Destinar un porcentaje importante de las utilidades de entidades estatales como BANCOLDEX, IFI, FNG, FONADE, Banco de la República con destino a incrementar al FOMIPYME y gestionar ante los gobiernos, organismos multilaterales y fundaciones, nuevos aportes para FOMIPYME.

Incentivar fiscal y para-fiscalmente la creación de Fondos de Capital de Riesgo, como una fuente cada vez más importante de financiación para las PYME con vocación de crecimiento. Uno de las cuales podría ser constituido con un porcentaje obligatorio de las inversiones de los Fondos de Pensiones y Cesantías.

#### **5.4 Generación de nuevas fuentes de trabajo <sup>15</sup>**

Los bajos crecimientos del PIB en los últimos años, las altas tasas de desempleo y de subempleo actuales y un 58% de su población por debajo de la línea de pobreza, nos ha llevado a considerar que la mayor necesidad que tiene el país es pagar la enorme deuda social que tiene con la gran mayoría de sus ciudadanos y ello solo será posible con la generación de nuevas fuentes de trabajo que permitan devolverle a la economía a cerca de doce millones de colombianos que no tienen ingresos adecuados para que puedan reactivar la demanda agregada y lograr así un verdadero crecimiento económico por encima del 5% anual (como es el propósito del Presidente Uribe) y una tasa de desempleo cada vez más cercana a la que se ha considerado como optima.

Dada la importancia que en ese sentido tiene el sector empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) como lo ha reconocido el Presidente Uribe al incluirlo como pilar de su objetivo de reactivación de la economía y lo ha

---

<sup>15</sup> David Guillermo Puyana Silva, AVANCE DE LA INVESTIGACIÓN, LA PYME Y SU SITUACIÓN EN COLOMBIA, [www.usergioarboleda.edu.co/Las\\_Pymes\\_en\\_Colombia.doc](http://www.usergioarboleda.edu.co/Las_Pymes_en_Colombia.doc)

hecho la Universidad Sergio Arboleda al tenerlo en varios de los proyectos de investigación que desarrollan sus diferentes Escuelas, creo que el tema general que podría presentar la Universidad a consideración de la comunidad sería el que a través del fomento a la creación, desarrollo y mejoramiento de las MIPYMES colombianas, con proyección internacional y mediante el desarrollo de herramientas digitales y de prácticas generales, se habilite a los colombianos de todas las edades a tomar un rol más activo en el desarrollo económico y social de sus regiones, para lo cual se proponen las siguientes iniciativas:

1.- Mediante un “revolcón” en la estructura educativa del país, construir un modelo de educación y aprendizaje que cambie el tradicional y actual proceso formativo, orientado al estatus del empleo de por vida por uno orientado al cambio, a la innovación, al empresariado, a la creatividad y a las nuevas situaciones, lo que implica modificar radicalmente no solo los contenidos y las finalidades sino también las metodologías de todo el proceso educativo.

La educación empresarial, mediante el establecimiento de las cátedras de liderazgo, creatividad e innovación empresarial y de la adopción y adaptación de modelos educativos de otros países (Canadá, entre otros), se vuelva una obligación y deje de ser una opción.

2.- Teniendo en cuenta que cada vez hay menos oportunidades de empleo (los empleos como los conocemos hoy seguirán reduciéndose) y que cada vez hay más oportunidades de ser empresario, el país necesita de personas debidamente capacitadas para crear nuevas fuentes de trabajo, por lo que se debe desarrollar e impulsar, principalmente en las universidades y en instituciones tecnológicas, la creación de nuevas organizaciones, capaces de producir riqueza económica y social.

3.- Un mayor énfasis en el desarrollo de la capacidad emprendedora, a través del

fortalecimiento de la iniciativa y creatividad empresarial en los universitarios, tecnólogos y técnicos va a beneficiar grandemente la economía nacional a través de la creación de nuevas micro, pequeñas y medianas empresas, especialmente ahora que es un buen momento para que se intenten iniciativas de emprendimiento cuando se ha renovado y ampliado el ATPA y se vislumbran tratados de libre comercio como el ALCA.

4.- Desarrollo de programas dirigidos a generar mentalidad emprendedora y a incentivar, promover y/o desarrollar la cultura empresarial y que motiven la creación de nuevas empresas –primordialmente exportadoras.

Al respecto, John Newman, especialista de Babson College de Boston, EE.UU., dice “La capacidad emprendedora juega un papel muy importante en el desarrollo y expansión de las economías más maduras y de las que están en desarrollo, ya que generan un auge en la productividad, crean nuevas fuentes de trabajo y ayudan al desarrollo de nuevos procesos y productos que mejoran la vida de las personas. El espíritu empresarial es un catalizador para estimular la economía nacional hacia su prosperidad”.

## 6. MARCO CONCEPTUAL

A continuación se define una serie de términos que facilitará la comprensión del tema en estudio:

**ASTERISK:** Es un programa de software libre (bajo licencia GPL) que proporciona funcionalidades de una central telefónica (PBX). Como cualquier PBX, se puede conectar un número determinado de teléfonos para hacer llamadas entre sí e incluso conectar a un proveedor de VoIP o bien a una RDSI tanto básicos como primarios.<sup>16</sup>

**ATP:** Advanced Technology Attachment Packet Interface - Interfaz del dispositivo conector de tecnología avanzada). Estándar que designa aquellos dispositivos que pueden conectarse a controladoras ATA (IDE). Por ejemplo las unidades de CD-ROM<sup>17</sup>.

**BANCOLDEX:** el Banco de Comercio Exterior es una sociedad anónima de economía mixta vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, siendo el Gobierno Nacional su mayor accionista<sup>18</sup>.

**CRM:** (Customer Relationship Management) Software para la administración y gestión de la relación con el cliente<sup>19</sup>.

---

<sup>16</sup>ALEGSA. [www.alegsa.com.ar](http://www.alegsa.com.ar)

<sup>17</sup>Diccionario del Hardware. [www.conozcasuhardware.com/diccio/index.htm](http://www.conozcasuhardware.com/diccio/index.htm)

<sup>18</sup>Ministerio de Comercio. [www.mincomercio.gov.co/econtent/verimp.asp?id=1590&IdCompany=1](http://www.mincomercio.gov.co/econtent/verimp.asp?id=1590&IdCompany=1)

<sup>19</sup>CIMATIC. [www.crm-solutions.com.mx/](http://www.crm-solutions.com.mx/)

**ELASTIX:** Es un software de comunicaciones unificadas que integra las mejores herramientas disponibles para PBXs basados en Asterisk en una interfaz simple y fácil de usar. Además añade su propio conjunto de utilidades y permite la creación de módulos de terceros para hacer de este el mejor paquete de software disponible para la telefonía de código abierto<sup>20</sup>.

**PYME:** Micro y Pequeña Empresa, la cual es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios<sup>21</sup>.

**RED DE TELECOMUNICACIONES:** (Telecommunications network) Una red de telecomunicaciones es una red de enlaces y nodos ordenados para la comunicación a distancia, donde los mensajes pueden pasarse de una parte a otra de la red sobre múltiples enlaces y a través de varios nodos<sup>22</sup>.

**PSTN - RED TELEFONICA CONMUTADA:** Red telefónica para la transferencia de voz y datos. No es efectiva para la transmisión de datos<sup>23</sup>.

**ROUTER:** Enrutador, encaminador. Dispositivo hardware o software para interconexión de redes de computadoras que opera en la capa tres (nivel de red) del modelo OSI. El router interconecta segmentos de red o redes enteras. Hace pasar paquetes de datos entre redes tomando como base la información de la capa de red<sup>24</sup>.

---

<sup>20</sup> Elastisk. [www.elastix.org](http://www.elastix.org)

<sup>21</sup> Universidad Javeriana. [www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis132.pdf](http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis132.pdf)

<sup>22</sup> ALEGSA. [www.alegsa.com.ar/Dic/red%20de%20telecomunicaciones.php](http://www.alegsa.com.ar/Dic/red%20de%20telecomunicaciones.php)

<sup>23</sup> ALEGSA. [www.alegsa.com.ar/Dic/red%20telefonica%20conmutada.php](http://www.alegsa.com.ar/Dic/red%20telefonica%20conmutada.php)

<sup>24</sup> ALEGSA. [www.alegsa.com.ar/Dic/router.php](http://www.alegsa.com.ar/Dic/router.php)



**SAS** : es una sociedad creada mediante la ley 1258 de 2008 la cual permite acceder a conformar una sociedad sin las formalidades que se requerían en algunos otros casos, con una estructura y organización sencillas, logrando que cualquier persona pueda rápidamente constituir su sociedad por acciones simplificadas S.A.S<sup>25</sup>.

**TIC:** Tecnologías de la Información y la Comunicación<sup>26</sup>.

**WAN –LAN:** Wide Area Network - Red de Área Extensa). WAN es una red de computadoras de gran tamaño, generalmente dispersa en un área metropolitana, a lo largo de un país o incluso a nivel planetario.

Este tipo de red contrasta con las PAN (personal area networks), las LAN (local area networks), las CAN (campus area networks) o las MAN (metropolitan area networks), que generalmente están limitadas a un cuarto, un edificio, un campus o un área metropolitana específica respectivamente. La más grande y conocida red WAN es internet.

**WI-FI:** (Wireless Fidelity) Conjunto de estándares para redes inalámbricas basado en las especificaciones IEEE 802.11 (especialmente la 802.11b), creado para redes locales inalámbricas, pero que también se utiliza para acceso a internet<sup>27</sup>.

**GPS** : Global Positioning System - Sistema de Posicionamiento Global). Se trata de un sistema global de navegación por satélite (GNSS) que permite localizar con precisión un dispositivo GPS en cualquier lugar del mundo.

---

<sup>25</sup> Revista de ciencias integrales y Políticas. [www.eumed.net/rev/sg/02/02.pdf](http://www.eumed.net/rev/sg/02/02.pdf)

<sup>26</sup> Ministerio de TIC. [www.mintic.gov.co/mincom/faces/index.jsp](http://www.mintic.gov.co/mincom/faces/index.jsp)

<sup>27</sup> ALEGSA. [www.alegsa.com.ar/Dic/wi-fi.php](http://www.alegsa.com.ar/Dic/wi-fi.php)

El sistema es desarrollado y actualmente operado por el Departamento de Defensa de EE.UU. Está compuesto por veinticuatro satélites (21 operativos y 3 de respaldo) que están en órbita a unos 20.200 km de la Tierra con trayectorias sincronizadas para cubrir toda la superficie terrestre<sup>28</sup>.

**NRI:** The World Economic Forum's Networked Readiness Index (NRI) mide la propensión que tienen los países para sacar provecho de las oportunidades ofrecidas por la información y la tecnología de las comunicaciones. Esta encuesta es publicada anualmente. El NRI comprende el impacto de las TIC's en la competitividad de los países. El NRI es una mezcla de tres componentes: El tipo de TIC que maneja un país determinado, los individuos capaces de manejar dicha información (los individuos, los empresarios, los gobiernos) y finalmente el uso de TIC's entre dichos individuos<sup>29</sup>.

**TELECOMUNICACIONES** Según el artículo 2º. Del decreto 1900 de 1990 define el CONCEPTO DE TELECOMUNICACIONES. Para efectos del presente decreto se entiende por telecomunicación toda emisión, o recepción de señales, escritura, imágenes, signos, sonidos, datos o información de cualquier naturaleza, por hilo, radio, u otros sistemas ópticos o electromagnéticos.

Se entiende por operador una persona natural o jurídica, pública o privada, que es responsable de la gestión de un servicio de telecomunicaciones en virtud de autorización o concesión, o por ministerio de la ley.

**SERVICIOS DE VALOR AGREGADO:** Según el artículo 2º Del DECRETO 1794 DE 1991. Servicios de Valor Agregado son aquellos que proporcionan la

---

<sup>28</sup> ALEGSA. [www.alegsa.com.ar/Dic/wi-fi.php](http://www.alegsa.com.ar/Dic/wi-fi.php)

<sup>29</sup> UIT. [www.uit.org](http://www.uit.org)

capacidad completa para el envío o intercambio de información, agregando otras facilidades al servicio soporte o satisfaciendo necesidades específicas de telecomunicaciones. Solo se considerarán servicios de valor agregado aquellos que se puedan diferenciar de los servicios básicos, en los términos del Decreto 1900 de 1900, y de conformidad con el presente Decreto<sup>30</sup>.

---

<sup>30</sup> Ministerio de TIC. Decreto 1794 de 1991.

## 7. DISEÑO METODOLOGICO

### 7.1 Tipo de investigación

El método empleado para realizar el estudio de investigación será el analítico – descriptivo, el cual consiste en descomponer y explorar el objeto de estudio partiendo de lo más complejo a lo más simple. De esta forma, a lo largo de la investigación se estarán describiendo y analizando<sup>31</sup>. La importancia de la inclusión de las Tic's en las pequeñas y medianas empresas vallecaucanas que servirán de fundamento para el desarrollo de soluciones y necesidades concretas para la consolidación de una empresa de consultoría en tecnologías de información y comunicación para las PYMES de las ciudad de Palmira. Desde esta perspectiva se utilizará estudios cualitativos de casos en cuarenta empresas de la ciudad de Palmira, pequeñas y medianas empresas, para establecer la incidencia de las Tic's en la consolidación de planes estratégicos de intervención para el mejoramiento continuo.

Se tendrán en cuenta métodos cualitativos con el propósito de describir y analizar las características y atributos de las Tic's con el propósito de comprender el desarrollo del proceso de toma de decisiones y su incidencia en el contexto social, cultural y económico de la Empresa. En este contexto se pretende usar la multi complementariedad en el conocimiento para la recolección, análisis, interpretación y comprensión de los datos teniendo en cuenta la variedad existente en la lógica del tema y el ámbito estudiado, desde la administración organizacional.

---

<sup>31</sup> Doc. Luis Fernando Parra, Investigador Alfonso Rodríguez Ramírez, *Estudio sobre la incidencia de la Mentalidad Empresarial en la Toma de Decisiones de las PYMES del Valle del Cauca*

## **7.2 Población y muestra seleccionada.**

Según listado de la Cámara de Comercio de la Ciudad de Palmira existen 5.858 MIPYME hasta el 31 de Diciembre de 2008 empresas activas en esta ciudad, para este estudio se tomará una población objetivo de 100 pymes de la ciudad de Palmira, entendiéndose por pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana", según la Ley 590 de 2000 expedida para promover el desarrollo de las Pyme, esta afirma que igualmente se encuentran tres grandes categorías según el número de trabajadores y el tamaño de los activos que posea: la mediana va de 51 a 200 trabajadores y activos totales entre 5001 y 15.000 salarios mensuales legales vigentes y la pequeña va de 11 a 50 trabajadores y tiene activos totales entre 501 y 5001 salarios mensuales legales vigentes. Se determinó que tomaríamos como población objetivo aquellas empresas que tienen un total de activos y/o aporte social inscrito en Cámara de Comercio igual o mayor a 20 millones en adelante, dado que estas empresas están en capacidad económica de generar proyectos de consultoría en tecnologías de información y comunicación y en el presente caso 100 empresas escogidas, cumplen con la característica específica de activos igual o mayor a 20 millones en adelante, o tienen características especiales que las ubican en este grupo como población objetivo el 40% de 100 empresas es un número manejable en la siguiente investigación ya que determinar la muestra utilizando otro tipo de fórmula aumentaría en una cantidad exagerada en número de empresas a investigar si hubiéramos estimado un 5 % del total de empresas en la ciudad de Palmira que es por lo general el número promedio en los otros tamaños de muestra con otra fórmula, sería muy dispendioso por el tipo de investigación a realizar por tal motivo se recurre al sistema aleatorio simple en donde un número considerable, de 100 empresas la muestra corresponde a un 40% lo anterior representa una decisión del proyectista en establecer una muestra acorde con el presente tipo de investigación. ). El

tamaño de la muestra a seleccionar se determinara aplicando el método de **muestreo aleatorio sistemático**, Este procedimiento exige numerar todos los elementos de la población, pero en lugar de extraer números aleatorios sólo se extrae uno. Es parte de ese número aleatorio  $i$ , que es un número elegido al azar, y los elementos que integran la muestra son los que ocupan los lugares  $i, i+k, i+2k, i+3k, \dots, i+(n-1)k$ , es decir se toman los individuos de  $k$  en  $k$ , siendo  $k$  el resultado de dividir el tamaño de la población entre el tamaño de la muestra:  $k=N/n$ . El número  $i$  que empleamos como punto de partida será un número al azar entre 1 y  $k$ . quedando de la siguiente manera:

$K$ : Resultado a dividir , intervalo

$N$ = Población

$n$ = Muestra

#### EJERCICIO

$K= N/ n$

$K= 100/40 = 2.5 (3)$

$i$ = punto de partida  $i= 3$

### 7.3 Fuentes primarias

Constituidas por los empresarios de las Pymes seleccionadas para la toma de información. Los resultados obtenidos serán analizados desde el punto de vista administrativo y de impacto socio económico, para describir las características de utilidad y pertinencia frente a la creación de una empresa de consultorías en tecnologías de información y comunicación. Para su realización se escogerán un (1) especialista en administración de empresas y que tiene toda la experiencia en el medio de Telecomunicaciones.

#### 7.4 Instrumentos y/o técnicas de recolección de información

Para la realización de la investigación se tendrán en cuenta instrumentos de recolección propios del estudio cualitativo de casos que se derivan en gran parte de la lógica del marco teórico, apuntando al logro de los objetivos del proyecto. En este contexto se aplicarán los instrumentos de recolección de información como análisis de documentos, observación participante y entrevista en profundidad con el propósito de establecer la mayor objetividad en la recolección de la información.

De acuerdo a lo anterior, para el análisis e interpretación de la información se propone el Estudio Cualitativo de Caso, que es una metodología<sup>32</sup> que involucra:

Establecer consideraciones en profundidad sobre los resultados de una situación compleja (grupo de proyectos, programa, problema, estrategia) que permitan establecer comparaciones, indicios, análisis en profundidad, conclusiones e ilustraciones.

Ilustrar aspectos específicos de las variables componentes de los proyectos.

Búsqueda de lo típico y lo cotidiano dentro del contexto cualitativo

Dentro de la investigación se tendrá en cuenta:

**Grabaciones:** Se realizarán conversatorios estructurados con preguntas abiertas y cerradas, en forma clara e interesante para los empresarios de las Pymes y su pensar frente al uso, y necesidad de capacitación en TIC's.

**Trabajo de campo:** Se llevará a cabo un diario sobre los aspectos más relevantes de las Pymes y su relación con el posible efecto de creación de la empresa de Consultoría.

Ficha técnica de observación

---

<sup>32</sup> SÁNCHEZ, Karem. *Seminario Métodos Cualitativos de Investigación Msc. en Organizaciones, Cali 2002*

Formato de encuesta

Diario apuntador

## **7.5 Procesamiento y análisis de datos**

En el presente trabajo se pretende llegar a los empresarios de la ciudad y analizar sus preferencias, gustos, capacidad económica e inversión en TIC, donde se hace necesario identificar estas tendencias de consumo para poder tomar decisiones basadas en un juicio de valor centrado y coherente.

Se pretende a través de estos hechos y evidencias, resaltar las características históricas, culturales y sicosociales de la empresa y sus líderes, por la forma de pensar y su forma de actuar, reflejando actitudes, comportamientos y mentalidad empresarial, que contribuyeron al desarrollo organizacional de la empresa y el uso pertinente de las TIC's.

Se resalta dentro de esta investigación la importancia de verificar si hay o no necesidad de crear una empresa de consultoría en tecnologías de información y comunicación para las Pymes de la ciudad de Palmira.



## **8. ESTUDIO DE MERCADO**

### **8.1 Mercado**

Un mercado es un grupo de clientes actuales o potenciales para determinado producto. Un mercado es un grupo de individuos u organizaciones que tal vez quieran el artículo o servicio que se ofrece en venta y que cumple con los tres criterios siguientes:

- 1) El poder adquisitivo para ser capaz de comprar el producto que se ofrece.
- 2) La disposición de gastar dinero o intercambiar otros recursos para obtener el artículo.
- 3) La autoridad para hacer tal desembolso.

### **8.2 Ámbito global**

Varios organismos o entes internacionales utilizan varios índices que midan el grado de modernización y situación actual de un país en relación a las TIC utilizan variables internas de cuan desarrollado se encuentra. Tres de algunos de esos elementos son: El índice de desarrollo de las TIC (IDI), Networked Readiness Index (NRI), Índice e-readiness.

En primera instancia se hace referencia del IDI índice de desarrollo de las TIC, generalmente busca medir como son transformados los países por la información y la manera como es utilizado ese conocimiento para que cada individuo o ente este incluido digitalmente, recordemos que para que exista un incluido digital no solamente basta con tener tecnología y estar inmerso en ella, sino que es aquel que toma un conocimiento, lo transforma y mejora sus condiciones de vida, esto hablando de todo lo que se pueda llamar sistema.

### **8.3 El índice de desarrollo de las TIC (IDI)<sup>33</sup>**

Los anteriores indicadores ilustran la tendencia de algunas TIC específicas, pero no la evolución general de los países en su transformación en sociedades de la información. Una herramienta útil para la medición de tal evolución es el índice de desarrollo de las TIC (IDI), un índice compuesto formado por 11 indicadores que abarcan el acceso, la utilización y los conocimientos de TIC. Este índice se ha creado para medir el nivel y la evolución en el tiempo de las TIC, habida cuenta de la situación de los países desarrollados y en desarrollo.

Los últimos resultados del IDA muestran que, entre 2007 y 2008, los 159 países incluidos en el índice mejoraron su situación, lo que confirma la constante difusión de las TIC y la transición mundial hacia la sociedad de la información (Cuadro 1). Los diez primeros países del IDI apenas han variado su puntuación (entre 7,07 y 7,85 en una escala del 1 al 10), y ha habido pocas variaciones entre 2007 y 2008.

Los diez primeros países del IDI en 2008 (por orden de puntuación) son Suecia, Luxemburgo, República de Corea, Dinamarca, Países Bajos, Islandia, Suiza, Japón, Noruega y Reino Unido. Todos menos uno son países europeos, pues Europa es la primera región del mundo en infraestructura y servicios de TIC. La tasa de penetración móvil celular supera el 100 por ciento en la mayoría de países europeos y cerca de dos de cada tres europeos utiliza Internet.

En general, los países que se encuentran en las primeras posiciones del IDI son desarrollados, mientras que la mayoría de los que se encuentran al final de la clasificación son países con bajos ingresos pertenecientes al grupo de Países Menos Adelantados (PMA).

Sin embargo, hay varios países, incluidos algunos en desarrollo, que han

---

<sup>33</sup> International communication union. <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2010/index.html>

experimentado grandes mejoras en su puntuación IDI entre 2007 y 2008. Los ejemplos más notables son Bahreín, Cabo Verde, Grecia, Macedonia, Nigeria, Emiratos Árabes Unidos (EAU) y Vietnam. Si bien algunos de estos países aún están muy abajo en la clasificación del IDI (por ejemplo, Nigeria o Vietnam), sus mejoras atestiguan su evolución hacia la sociedad de la información.

## Índice de desarrollo de las TIC 2008 y 2009

Cuadro 1

Cuadro 1. Índice de Desarrollo de las TIC (IDI), 2008 y 2007

País	Puesto 2008	IDI 2008	Puesto 2007	IDI 2007	País	Puesto 2008	IDI 2008	Puesto 2007	IDI 2007
Suecia	1	7,85	1	7,27	Azerbaiyán	81	3,18	82	2,77
Luxemburgo	2	7,71	6	6,98	Líbano	82	3,17	78	3,02
Corea (Rep.)	3	7,68	2	7,23	Albania	83	3,12	84	2,74
Dinamarca	4	7,53	3	7,18	Irán (R.I.)	84	3,08	86	2,73
Países Bajos	5	7,37	5	7,06	Túnez	85	3,06	93	2,74
Islandia	6	7,23	4	7,06	Viet Nam	86	3,05	93	2,61
Suiza	7	7,19	8	6,83	Ecuador	87	2,95	85	2,73
Japón	8	7,12	7	6,89	Armenia	88	2,94	89	2,66
Noruega	9	7,11	9	6,78	Dominicana (Rep.)	89	2,91	87	2,73
Reino Unido	10	7,07	12	6,70	Filipinas	90	2,87	95	2,61
Hong Kong, China	11	7,04	10	6,78	Fiji	91	2,81	88	2,69
Finlandia	12	7,02	11	6,70	Sudafricana (Rep.)	92	2,79	91	2,64
Alemania	13	6,95	13	6,60	Siria	93	2,76	90	2,65
Singapur	14	6,95	15	6,47	Paraguay	94	2,75	98	2,46
Australia	15	6,90	14	6,51	Mongolia	95	2,71	94	2,61
Nueva Zelandia	16	6,81	16	6,38	Egipto	96	2,70	100	2,44
Austria	17	6,72	19	6,25	Marruecos	97	2,68	103	2,33
Francia	18	6,55	22	6,09	Cuba	98	2,66	92	2,62
Estados Unidos	19	6,54	17	6,33	Kirguistán	99	2,65	96	2,52
Irlanda	20	6,52	20	6,14	Argelia	100	2,65	97	2,47
Canadá	21	6,49	18	6,30	Bolivia	101	2,62	101	2,39
Estonia	22	6,41	25	5,86	Cabo Verde	102	2,62	107	2,27
Bélgica	23	6,36	21	6,10	El Salvador	103	2,61	99	2,45
Macao, China	24	6,29	28	5,73	Guatemala	104	2,53	102	2,35
España	25	6,27	26	5,84	Sri Lanka	105	2,51	104	2,32
Eslovenia	26	6,26	27	5,77	Honduras	106	2,50	105	2,32
Israel	27	6,19	23	5,93	Indonesia	107	2,46	108	2,15
Italia	28	6,15	24	5,91	Turkmenistán	108	2,38	106	2,27
Emiratos Arabes Unidos	29	6,11	33	5,20	Botswana	109	2,30	110	2,08
Grecia	30	6,03	31	5,28	Uzbekistán	110	2,25	113	2,06
Malta	31	5,92	29	5,48	Tayikistán	111	2,25	109	2,11
Portugal	32	5,77	30	5,32	Nicaragua	112	2,18	112	2,08
Bahreín	33	5,67	35	4,95	Gabon	113	2,16	111	2,08
Hungría	34	5,64	34	5,18	Namibia	114	2,04	114	1,95
Lituania	35	5,55	32	5,22	Swaziland	115	1,90	115	1,78
Croacia	36	5,53	37	4,95	Ghana	116	1,75	119	1,54
Checa (Rep.)	37	5,45	39	4,92	India	117	1,75	116	1,62
Eslovaquia	38	5,38	41	4,86	Lao (R.D.P.)	118	1,74	117	1,60
Chipre	39	5,37	40	4,91	Myanmar	119	1,71	118	1,60
Polonia	40	5,29	36	4,95	Camboya	120	1,70	120	1,53
Letonia	41	5,28	38	4,95	Kenya	121	1,69	121	1,52
Brunei Darussalam	42	5,07	42	4,77	Nigeria	122	1,65	134	1,36
Bulgaria	43	4,87	43	4,42	Bhután	123	1,62	124	1,48
Rumania	44	4,73	48	4,11	Gambia	124	1,62	123	1,50
Qatar	45	4,68	45	4,25	Djibouti	125	1,57	125	1,48
San Vicente y las Granadinas	46	4,59	49	4,10	Mauritania	126	1,57	128	1,43
Montenegro	47	4,57	44	4,36	Sudán	127	1,57	122	1,50
Rusia	48	4,54	46	4,13	Pakistán	128	1,54	127	1,45
Argentina	49	4,38	47	4,13	Yemen	129	1,52	126	1,48
Uruguay	50	4,34	51	3,96	Zimbabwe	130	1,51	129	1,43
Macedonia (la ex Rep. yug.)	51	4,32	63	3,40	Senegal	131	1,49	136	1,34
Arabia Saudita	52	4,24	54	3,76	Congo	132	1,48	135	1,36
Serbia	53	4,23	52	3,85	Lesotho	133	1,46	131	1,40
Chili	54	4,20	50	3,99	Comoras	134	1,46	130	1,41
Belarus	55	4,07	53	3,77	Côte d'Ivoire	135	1,45	133	1,37
Malasia	56	3,96	55	3,66	Zambia	136	1,42	142	1,26
Turquía	57	3,90	56	3,63	Bangladesh	137	1,41	137	1,34
Ucrania	58	3,87	58	3,56	Camerún	138	1,40	132	1,37
Trinidad y Tobago	59	3,83	57	3,61	Angola	139	1,40	138	1,31
Brasil	60	3,81	61	3,49	Togo	140	1,36	140	1,27
Venezuela	61	3,67	66	3,33	Benin	141	1,35	146	1,20
Panamá	62	3,66	64	3,39	Nepal	142	1,34	141	1,27
Colombia	63	3,65	69	3,27	Haití	143	1,31	143	1,24
Bosnia y Herzegovina	64	3,65	65	3,38	Madagascar	144	1,31	139	1,27
Kuwait	65	3,64	59	3,54	Uganda	145	1,30	144	1,21
Seychelles	66	3,64	62	3,44	Malawi	146	1,28	145	1,20
Jamaica	67	3,54	60	3,52	Mali	147	1,19	149	1,08
Maldivas	68	3,54	72	3,11	Rwanda	148	1,19	148	1,11
Kazakstán	69	3,47	70	3,17	Tanzania	149	1,17	151	1,05
Costa Rica	70	3,46	67	3,31	Congo (Rep. Dem.)	150	1,16	147	1,13
Omán	71	3,45	71	3,17	Papua Nueva Guinea	151	1,08	150	1,06
Mauricio	72	3,44	68	3,30	Eritrea	152	1,08	152	1,03
Moldova	73	3,37	73	3,11	Mozambique	153	1,05	154	0,97
Jordania	74	3,33	78	2,98	Etiopía	154	1,03	153	0,97
Perú	75	3,27	74	3,03	Burkina Faso	155	0,98	155	0,93
Tailandia	76	3,27	75	3,03	Guinea-Bissau	156	0,97	156	0,88
México	77	3,25	76	3,03	Guinea	157	0,93	158	0,85
Libia	78	3,24	79	2,92	Niger	158	0,90	157	0,86
China	79	3,23	77	3,03	Chad	159	0,79	159	0,73
Georgia	80	3,22	80	2,87					

Source: UIT.

Fuente: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2010/index.htm>

De la siguiente grafica podemos inferir que Colombia ocupa el puesto 63 de 159 Países esto debido al alto compromiso del gobierno a el sector de las telecomunicaciones y como este puede ayudar a eliminar la brecha digital que nos divide de los países del primer mundo, es decir que la continuidad en políticas que generen valor a las PYMES, todo la inversión a los colegios públicos en cuanto a conectividad, el seguimiento y la innovación de gobierno en línea han dado un resultado positivo pero no para cruzar los brazos y quedarse estancados en un futuro que de seguir así podrá en el 2019 dicho por el MINISTERIO DE TIC se encontrara entre los primeros 4 lugares del ranking Latinoamericano.

#### **8.4 Situación actual de Colombia en TIC<sup>34</sup>**

Diferentes organismos internacionales se han dado a la tarea de construir indicadores para evaluar en forma comparativa el desempeño de los países a nivel mundial y establecer las variables relevantes que determinan el grado de preparación para aprovechar los beneficios de las TIC. Estas mediciones permite no sólo establecer la línea de base para evaluar la situación actual de las naciones en términos de adopción y uso de estas tecnologías, sino su utilidad en la formulación de políticas que mejoran la competitividad y el uso y apropiación de las TIC.

A continuación se relacionan algunos de los índices más representativos a nivel mundial y las posiciones que ha ocupado Colombia durante los últimos años en éstas mediciones. Con base en éstas se escogieron los indicadores generales de resultado del PNTIC, los cuales permitirán hacerle seguimiento y monitoreo a las acciones del Plan, así como apreciar los avances del país en el propósito de ocupar los primeros lugares de América Latina en el 2019.

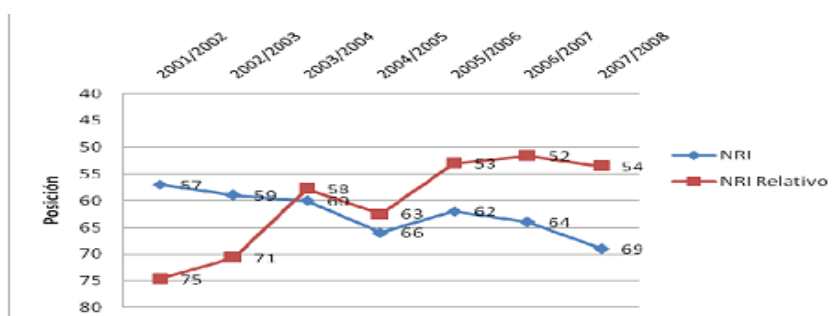
---

<sup>34</sup> Ministerio de TIC, [http://www.colombiaplanttic.org.co/medios/docs/PLAN\\_TIC\\_COLOMBIA.pdf](http://www.colombiaplanttic.org.co/medios/docs/PLAN_TIC_COLOMBIA.pdf)

## 8.5 Indicador networked readiness index (NRI)

El Foro Económico Mundial conjuntamente con INSEAD<sup>1</sup> desarrolla anualmente el Networked Readiness Index<sup>2</sup> (NRI), el cual busca medir el grado de preparación de una nación para aprovechar los beneficios de las TIC en todos los ámbitos de la sociedad. El NRI se compone de tres subíndices: ambiente de la nación para el desarrollo de TIC (1/3), preparación de los actores relevantes de la nación (individuos, empresas y gobierno; 1/3) y utilización de TIC por los actores (1/3).

**Grafica 1 NETWORKED READINESS INDEX**



<sup>1</sup> Institut Européen d'Administration des Affaires (Escuela de Negocios en Francia).

<sup>2</sup> Tomado de: <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Information%20Technology%20Report/index.htm>

Fuente: Foro Económico Mundial e INSEAD.

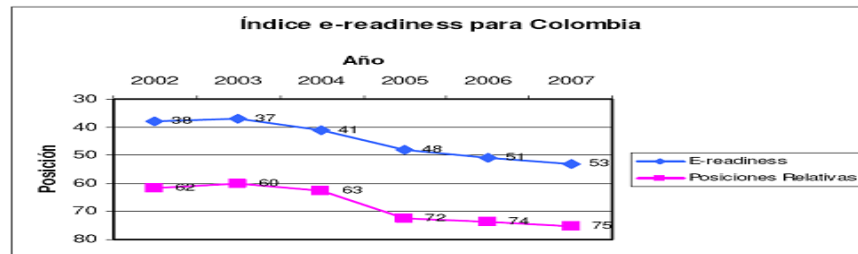
## 8.6 Índice e-readiness

The Economist publica anualmente el índice e-readiness que evalúa también la preparación para el uso de nuevas tecnologías a través de seis componentes: infraestructura de conectividad y tecnología (20%), entorno de negocios (15%), entorno social y cultural (15%), entorno legal (10%), visión y política gubernamental (15%) y adopción de empresas y consumidores (25%)<sup>4</sup>. Colombia mejoró su calificación en este índice al pasar de 4,25 en el 2006 a 4,69 en el 2007

(sobre 10)<sup>35</sup>.

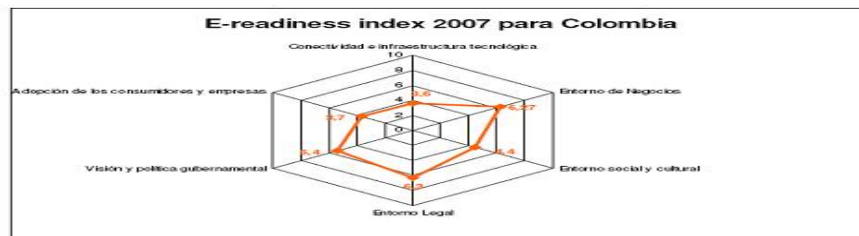
A pesar de haber mejorado su calificación en el último período, la Gráfica 2.4 muestra que desde el 2002 hasta el 2007, Colombia ha descendido en la tabla de posiciones: del puesto 38 pasó al 53 entre 65 países, lo cual significa que, si bien ha tenido logros en los aspectos relacionados con el e-readiness, los demás países avanzan más rápido.

**Gráfica 2 Índice e-readiness para Colombia.**



Fuente: The Economist Intelligence Unit (2002-2007).

**Gráfica 3 E-readiness index para Colombia.**



Fuente: The Economist Intelligence Unit (2007).

De acuerdo con este índice, y como se indica en la Gráfica 2.5, Colombia en el 2007, se destaca en el entorno de negocios (6,27 sobre 10) y en el entorno legal (6,3 sobre 10). Sin embargo presenta debilidades en el componente de conectividad (3,6 sobre 10) y adopción de los consumidores y empresas (3,7 sobre 10).

<sup>35</sup> Ministerio de TIC, [http://www.colombiaplantico.org.co/medios/docs/PLAN\\_TIC\\_COLOMBIA.pdf](http://www.colombiaplantico.org.co/medios/docs/PLAN_TIC_COLOMBIA.pdf)

## **9. LA EMPRESA**

### **9.1 Presentación de la Empresa**

### **9.2 TALENTO Y TECNOLOGIA**

La así llamada sociedad de la información o más ampliamente sociedad de conocimiento, se basa en el permanente avance de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC). Entrelazadas por dos ramas informática y telecomunicaciones. Las TIC consolida el conocimiento como el nuevo factor de la producción. Es precisamente allí donde TALENTO Y TECNOLOGIA encaja en el papel de una nueva alternativa en telecomunicaciones para aquellas empresas que buscan más un acercamiento e interactuar con personas y la unión con comunidades.

TALENTO Y TECNOLOGIA tiene como objetivo desarrollar e implementar proyectos integrales que van desde soluciones de datos, Internet, Informática y consultorías en el tema de telecomunicaciones, hasta el desarrollo de aplicaciones y contenidos específicos, que agregan valor a las comunidades conectadas, basados en la integración de las últimas tecnologías disponibles.

### **9.3 Objeto social**

TALENTO Y TECNOLOGIA es una empresa consultora e integradora que comercializa una amplia gama de servicios convergentes de telecomunicaciones, en la ciudad de Palmira.

#### **9.4 Misión**

Generar desarrollo en las comunidades, buscando siempre la inclusión digital, uniendo fuerzas, sinergia, humildad, conocimientos y experiencias que permitan una cercana relación entre cliente y organización, fortaleciendo así nuestra estructura de poder brindar consultoría y soluciones con altos estándares de calidad, creando una armonía entre el ser, el Kairos y sociedad en general.

#### **9.5 Visión**

**TALENTO Y TECNOLOGIA** será reconocida en el 2015 como Empresa líder en la integración y consultoría de las tecnologías de información y comunicación con Comunidades. Con capacidad de ofrecer una amplia gama de servicios en telecomunicaciones dotados del más alto nivel de desarrollo tecnológico en el departamento del Valle del Cauca, hacia Colombia y países vecinos, alcanzando los sectores institucionales, empresariales y gubernamentales.

“En cualquier lugar del mundo donde labore una comunidad empresarial **TALENTO Y TECNOLOGIA** se identificará por su manera de adaptarse a los cambios, servir, forjar desarrollo y acortando la línea que separa las personas de las maquinas, Haciéndonos fuertes para alcanzar un desarrollo humano sostenible”.

#### **9.6 Objetivos Organizacionales**

Integrar Empleados y Clientes a través de tendencias de comunicación e información tales como redes sociales, CRM, CLOUD COPUTING y tecnologías de comunicación IP.

- Generar una sinergia entre cliente, proveedor y Talento humano de la



organización, en cada proyecto como uno en particular, donde se vea reflejado el impacto económico, social y profesional.

## **9.7 Definición del servicio**

Conozca las ventajas de contar con un solo proveedor integral de TI, capaz de responsabilizarse desde los problemas más simples y específicos hasta de los aspectos más generales y complejos con una visión unificada y alineada con su estrategia de negocios.

Con una experiencia de más de 5 años en el medio de las telecomunicaciones, dedicamos nuestros esfuerzos en la consultoría + la integración de TIC en proyectos de alta ingeniería, soluciones informáticas basadas en software privativo y plataformas OpenSource, arquitectura de hardware, Infraestructura de redes WAN y LAN, obras civiles, outsourcing en informática, equipos de trabajo para soporte 7\*24, acompañamiento en licitaciones privadas o públicas y formación del ser en áreas afines a las Tecnologías de información y comunicación.

## **9.8 Portafolio de servicios**

### **NETWORKING**

- Soluciones de conectividad Routing and Switching
- Diseños lógicos en redes WAN y LAN
- Alquiler de Infraestructura e instalación de redes en Fibra óptica, Radio
- Enlace, Wi-Fi y la implementación de Wi-max.
- Arquitectura de hardware.
- Cableado estructurado.
- Equipos de trabajo para Instalaciones y mantenimiento en redes de fibra óptica, wireless.

## **SOFTWARE Y SEGURIDAD INFORMATICA**

- Balanceo de cargas y análisis de desempeño de enlaces.
- Control de niveles de tráfico, alarmas en el monitoreo de la red.
- Seguridad perimetral (Firewalls, VPN, acceso remoto).
- Virtualización de servidores.
- Filtrado de contenido WEB, WEB CACHING.
- Soluciones profesionales en BUSINESS INTELLIGENCE Y CLOUD COMPUTING.
- Software móvil (GPS) para control y monitoreo de cuadrillas que estén en sitio instalando o generando un soporte técnico.

## **SEGURIDAD ELECTRONICA**

- Sistemas de CCTV.
- Cámaras IP.
- Suministro de tele y video conferencia.
- Sistemas de detección de intrusos.
- Sistemas de detección de incendios.

## **TELEFONIA**

- Telefonía tradicional.
- Soluciones en Telefonía IP.
- Centralitas telefónicas basadas en Asterisk.
- Call centers.

## **CONSULTORIA**

- Diseño e implementación de soluciones.
- Acompañamiento de proyectos o licitaciones tecnológicos privados o públicos.
- Asesoría y consultoría en diseños de infraestructura de comunicación y seguridad.
- Capacitación, e-formación y certificaciones en áreas afines a las TIC.

### **9.9 PRODUCTO**

Es un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisfacen una necesidad determinada, esto quiere decir que el producto es la integración de una serie de satisfactores visuales combinados con elementos satisfactores que no son claramente perceptibles, pero que en conjunto dan al consumidor la sensación de satisfacción a sus necesidades.

En el presente caso se citan los siguientes productos teniendo en cuenta el avance de las tecnologías, hacia donde van y los retos que enfrentan las PYMES hoy en día seleccionamos cuatro (4) productos que resuelvan problemas puntuales de las empresas en Palmira, entre ellos:

#### **9.10 Producto 1: NETWORKING: REDES W-LAN**

Consta en integrar tecnología Wireless con redes de cableado estructurado, este producto está pensado para PYMES que requieran en un alto desempeño en su red como: seguridad WPA o WEP, Firewall, antivirus licenciado, QoS calidad de servicio, destinar un porcentaje en ancho de banda para (Voz, internet y datos) velocidad máxima de la señal inalámbrica la definen las especificaciones del estándar IEEE 802.11g y Draft 802.11n, 1 puerto WAN y 4 puntos de red LAN con sus respectivos face place y jack, canaletas y cable utp categoría 5.

**Tabla 1 NETWORKING: REDES W-LAN**





Cantidad	Descripción	Grafico	Costo unitario	Total
1	Router D-link Dir 635		\$ 292.500	\$ 292.500
4	Configuracion Router QoS, Firewall, WEP, 4 estaciones de trabajo		\$ 30.000	\$ 120.000
4	Face plate		\$ 3.250	\$ 13.000
4	Jack		\$ 4.550	\$ 18.200
8	Canaletas		\$ 3.640	\$ 29.120
50	Cable UTP Cat 5		\$ 850	\$ 42.500
4	cajas de sobreponer		\$ 2.860	\$ 11.440
4	Antivirus Licenciados NOD 32		\$ 28.600	\$ 114.400
<b>Total</b>				<b>\$ 641.160</b>

Tabla elaborada por el proyectista

### 9.11 Producto 2: PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI

La solución Inalámbrica se puede adaptar para satisfacer las necesidades de una amplia gama de comunidades de usuarios. La aplicación de Punto a Multipunto sirve tanto para domicilios particulares como para PYMES.

Esto hace a nuestra red inalámbrica la solución perfecta para:

- \* Ampliación de redes locales cableadas.
- \* Transmisión de datos, internet, Voz y video.
- \* Cobertura en puntos de difícil conexión por cable.
- \* Acceso a la red local para ordenadores portátiles inalámbricamente.

- \* Despliegue de redes locales para picos de trabajo o instalaciones de obra.
- \* Red inalámbrica punto a punto.

Permitirá un ahorro de costos en instalaciones fijas en entornos de difícil cableado como puede ser una fábrica o edificios con características especiales como un edificio histórico o de valor arquitectónico. Así como la fácil expansión o limitación, si fuera necesario, de la red actual con sólo añadir o retirar módulos<sup>36</sup>.

El enlace punto a punto proporciona soluciones de conectividad para empresas con centros de trabajo múltiples que necesiten de una gran coordinación y trabajo compartido. Este enlace proporciona a la empresa un entorno de intercambio de información con un costo periódico de cero, tan sólo la información. Es el complemento exterior perfecto a una instalación interior de red local estándar o inalámbrica.

Gracias a la potente antena fija o de grilla trabaja como el emisor, para la recepción se utiliza una tarjeta inalámbrica MICROTICK<sup>37</sup> en modo BRIDGE, que utiliza un protocolo similar al de la red local inalámbrica, pero con un alcance extendido; pueden unirse mediante el enlace punto a punto centros situados hasta a 25 kilómetros en línea de vista, sin ninguno de los costes ni problemas asociados a una interconexión estándar, que pueden ser la diferencia entre una instalación eficiente y con beneficios. Es la gran alternativa a las costosas y problemáticas líneas dedicadas de alta velocidad entre centros o conexiones de datos entre sedes.

### **Características:**

- Ruteo estático y dinámico (BGP, OSPF, RIP, etc)

---

<sup>36</sup> Proveedor Radio enlace. [www.itcom.com/redesinalambricas.htm](http://www.itcom.com/redesinalambricas.htm)

<sup>37</sup> [www.microtick.com/datasheet/antena](http://www.microtick.com/datasheet/antena)

- Firewall completo c/ proxy
- 5 puertos Ethernet 10/100 configurables como WAN o LAN
- VPN (PPPoE, PPTP, IPsec, EoIP, etc), VLAN y túneles IP
- Bridge por software y hardware
- DHCP, NAT, administración de anchos de banda y más.

### **Aplicaciones:**

- Router SoHo completo
- Aplicaciones Cliente-Server VPN
- HotSpot y control de acceso para cibercafés
- Limite de acceso Ancho de banda por usuario/SoHo
- Balanceo de cargas (Suma de accesos a internet).

### **Principales funciones**

- Servidor DNS, con cache de DNS: Cuando un cliente pide la resolución de un nombre, el servidor lo resuelve y almacena en su cache, cuando un segundo cliente pide la resolución del mismo nombre, esta es devuelta por el cache, lo que significa que no se consume ancho de banda.
- Permitir solo clientes: El servidor solo ofrece el servicio a los clientes habilitados para el mismo, lo que significa que si se intenta ingresar otra PC a su red, no se permite el ingreso a internet. Este sistema trabaja por el amarre de IP al MAC.
- (Web caching) Cache HTTP y FTP con verificación: Cuando un cliente ingresa a una página o descarga un archivo, el servidor lo almacena en su cache. De esta manera cuando un segundo cliente ingresa a la misma página o descarga

el mismo archivo, el servidor verifica que no haya cambiado. Si así es lo devuelve del cache, evitando de esta forma el consumo del ancho de banda. Si el archivo o la página fue modificada luego de ser guardada, el servidor la devuelve de internet, actualizando a su vez la base de datos del cache para en un futuro devolverla desde el mismo.

- Control de ancho de banda: El servidor limita el ancho de banda de un cliente, tanto de subida como de bajada, desde y hacia un destino. Limita por IP, por MAC address.

### **Balanceo de Carga Interno**

El servidor balancea la carga interna de modo tal que los clientes siempre tengan acceso a internet,(De gran importancia para proveedores de Internet).Esto descarta la posibilidad de que un cliente sin límite de ancho de banda, consuma todos los recursos disponibles; y que un segundo cliente vea agotados sus recursos de ancho de banda para utilizar. La función del servidor es la de dividir el ancho de banda de acuerdo a la cantidad de clientes que estén utilizando el servicio en forma simultánea. Si dos de ellos se encuentran haciendo uso del mismo, el servidor divide el ancho de banda en forma equitativa una mitad para cada usuario. Habiendo tres clientes se divide en tres, ocurriendo sucesivamente con todos los clientes de la red. Un cliente jamás quedara sin internet, es decir puede funcionar con más lentitud pero siempre funcionara.

**Tabla 2 PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI**







Cantidad	Descripcion	Grafico	Precio al publico	Total
1	Antena omni 8 Dbi Outdoor		\$ 247.000	\$ 247.000
1	pig tail 50 cms		\$ 41.600	\$ 41.600
1	Nano station 2		\$ 188.500	\$ 188.500
1	Router Board 411 R		\$ 351.000	\$ 351.000
1	tarjeta inalambrica R52		\$ 247.000	\$ 247.000
1	Caja para interperie Plastica		\$ 81.000	\$ 81.000
30	Cable utp cat. 5e		\$ 850	\$ 25.500
1	Mano de obra		\$ 420.000	\$ 420.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.601.600</b>

Tabla elaborada por el proyectista.

## 9.12 Producto 3 SEGURIDAD ELECTRONICA

### Descripción General

La cámara de vigilancia IP<sup>38</sup> DCS-920 de D-Link proporciona una solución de vigilancia versátil y única tanto para la pequeña oficina como el hogar. A diferencia de una cámara conectada a Internet estándar, la cámara IP DCS-920 es un sistema completo de seguridad y vigilancia ya que incorpora una CPU interna y un servidor web que transmite imágenes de vídeo de alta calidad entregando en sus manos la posibilidad de mantener ambientes totalmente vigilados durante las 24 horas del día. La cámara de vigilancia IP DCS-920 permite acceder remotamente a las imágenes en cualquier momento y controlar todas las funciones operativas de la cámara en forma remota desde cualquier PC o computador portátil, ya sea

<sup>38</sup> [www.d-link.com](http://www.d-link.com)



desde la red local como través de Internet utilizando de manera fácil rápida y sencilla su propio navegador web. La instalación de la cámara es simple y la interfaz de configuración es intuitiva y basada en WEB, esto permite la más rápida integración a su red cableada Ethernet/Fast Ethernet o inalámbrica 802.11g. La cámara DCS-920 también incorpora funciones de detección de movimiento y control remoto haciendo de la cámara DCS-920 una completa y rentable solución de seguridad tanto para el hogar como la pequeña oficina.

**Tabla 3 SEGURIDAD ELECTRONICA**

Cantidad	Descripción	Grafico	Costo unitario	Total
2	Cámara IP Dlink Ref:DCS920		\$ 299.000	\$ 598.000
1	Cámara IP Dlink Ref:DCS920 especial para porterías y parqueaderos		\$ 1.175.000	\$ 1.175.000
3	Instalación y configuración para 3 cámaras		\$ 40.000	\$ 120.000
30	Cable UTP Cat 5		\$ 850	\$ 25.500
<b>Total</b>				<b>\$ 1.918.500</b>

Tabla elaborada por el proyectista.

### 9.13 Producto 4 : CENTRALITA TELEFÓNICA IP

#### 9.14 Características del sistema<sup>39</sup>

- Utilice proveedores VoIP populares y troncales SIP para llamadas a bajo costo.

<sup>39</sup> [www.elastix.org](http://www.elastix.org)

- Personalización completa de menús de operadora (IVR).
- Buzones de voz integrados en la propia centralita que pueden asociarse a cada extensión por separado.
- Control completo sobre el direccionamiento de las llamadas entrantes y salientes de manera que se puede recibir llamadas en distintas extensiones dependiendo del número marcado por la persona que llama.
- Uso de múltiples operadores simultáneos tanto VoIP como operadores de línea terrestre (PSTN).
- Direccionamiento de llamadas salientes a través de distintos operadores según el número de destino, pudiendo seleccionar el operador más barato para ese tipo de llamada y en consecuencia, reduciendo los costes de la llamada.
- Registros de llamadas recibidas y realizadas a través de la centralita (tiempo de llamada, hora de inicio y fin, número de origen y destino, etc.).
- Posibilidad de añadir extensiones extra a la centralita en cualquier momento y que pueden conectarse haciendo uso de las líneas de red informática con terminales telefónicos IP.
- Además, al ser Software Libre, permite la creación de módulos extra o la personalización de los mismos, que permiten darle nuevas funcionalidades y una mejor adecuación a las necesidades de comunicación que tenga en su empresa.

**Tabla 4 CENTRALITA TELEFONICA IP**

Cantidad	Descripción	Grafico	Costo venta unitario	Total
1	Teléfono Ip Grandstream Budge Tone-201		\$ 273.000	\$ 273.000
1	Configuración de servidor con sistema operativo LINUX y aplicación ASTERISK con salida a la PSTN publica.		\$ 950.000	\$ 950.000
10	8 Instalación y configuración Soft phone en PC Y 2 en teléfonos Movil.		\$ 10.000	\$ 100.000
1	Tarjeta Pci Para Asterisk Tdm400p Eacom, Con 4 Módulos Fxo		\$ 402.000	\$ 402.000
20	Cable UTP Cat 5		\$ 850	\$ 17.000
1	Face plate		\$ 3.250	\$ 3.250
1	Jack		\$ 4.550	\$ 4.550
1	Canaletas		\$ 3.640	\$ 3.640
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.753.440</b>

Tabla elaborada por el proyectista

## **10. ANALISIS DE LA DEMANDA**

### **10.1 Segmentación del Mercado**

Es el proceso de dividir un mercado en grupos distintos de compradores con base en sus necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir productos o mezclas de marketing distintos. Los consumidores se pueden agrupar y atender de diversas maneras con base en factores geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales.

Un segmento de mercado consiste en un grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto dado de actividades de marketing. Las empresas deben concentrar sus esfuerzos en satisfacer las necesidades bien definidas de uno o más segmentos de mercado.

El proyectista de acuerdo a la información que pudo obtener directamente con los métodos de recopilación como: entrevista, encuesta, observación y el anuario estadístico 2009 de la cámara de comercio se obtuvo una importante investigación, se logra determinar que el presupuesto de inversión de las PYMES en tecnología va muy concatenado con la capacidad de activos registrados y capital social aportado registrado en la cámara de comercio. El registro mercantil de La cámara de comercio indica una constitución de 5.858 MIPYME hasta el 31 de Diciembre de 2008, pero destinamos los esfuerzos comerciales de TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S están enfocados en visitar 150 empresas en el primer año de 4 sectores específicos que tuvieron una alta inversión neta (Inversión neta= Capital Constituido + Capital Reformado – Capital liquidado) en la ciudad de Palmira para un total de \$18.025.500.000 millones de pesos.

### **10.1.1 Sector salud.**

Clínicas, centros de belleza, entidades prestadoras de salud, se ubican 157 empresas de las cuales para el año 2008 tuvieron una inversión neta de \$332.500.000 millones de pesos en la ciudad de Palmira, incluyendo TIC para sus empresas durante un año, representa el 1.9% de las estrategias de ventas de TALENTO Y TECNOLOGIA en este sector.

### **10.1.2 Sector Transporte, almacenamiento y telecomunicaciones.**

Con \$3.807.000.000 millones de pesos en inversión neta incluyendo TIC, es decir que para TALENTO Y TECNOLOGIA representa el 21.1% de las estrategias de ventas en este sector.

### **10.1.3 Sector Industrial.**

Con un total de \$7.991.000.000 millones es el sector donde se generó más inversión neta en el municipio, es decir que para TALENTO Y TECNOLOGIA representa el 44.3% de las estrategias de ventas en este sector.

### **10.1.4 Sector comercio y servicios de reparación.**

Almacenes, talleres de reparación de motos, carros y equipos industriales generó en inversión \$5.892.000.000 millones de pesos, en inversión neta incluyendo TIC, es decir que para TALENTO Y TECNOLOGIA representa el 32.7% de las estrategias de ventas en este sector.

## Cuadro 2 Inversión neta-Sectores económicos en la ciudad de Palmira

INVERSION NETA - SECTORES ECONOMICOS AÑO 2008			
ITEM	ACTIVIDAD ECONÓMICA	AÑO 2008	
		#	Capital (\$)
1	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	25	-2.261,5
2	Pesca	1	-48,0
3	Explotación de minas y canteras	2	3,2
4	Industria	32	7.991,3
5	Electricidad, gas y agua	1	1.500,0
6	Construcción	7	-388,8
7	Comercio y servicios de reparación	48	5.892,0
8	Hoteles y restaurantes	5	108,0
9	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	22	3.807,4
10	Intermediación financiera, seguros	4	56,0
11	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	43	-11.312,6
12	Administración pública y defensa; seguridad social	0	0,0
13	Educación	3	6,0
14	Servicios sociales y de salud	17	332,5
15	Otros servicios	8	780,0

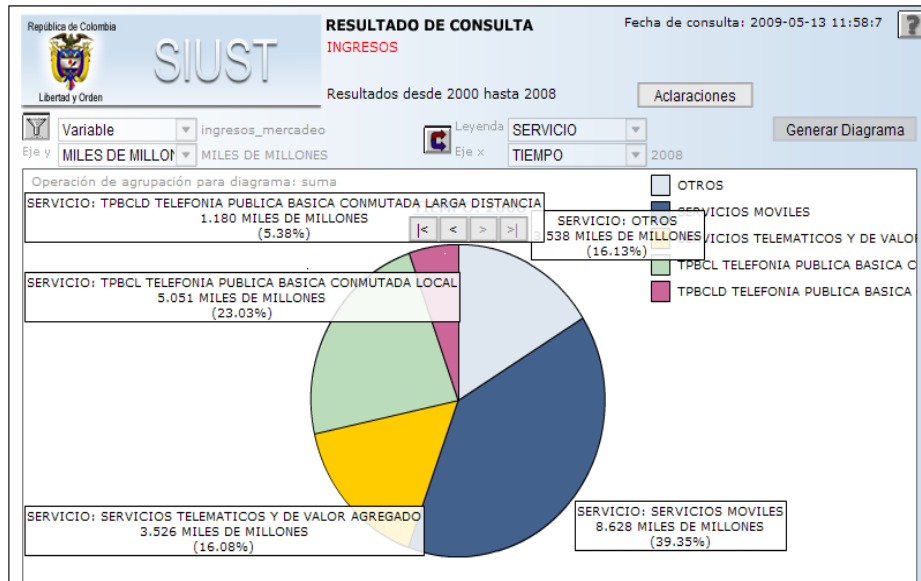
Fuente: <http://fundacionprogresamos.org.co/anuario2009/archivos/anuario/usuario.htm>

Es importante tener en cuenta que el impacto socio económico no solo enmarca a las PYME sino también a las Micro este será el reto del futuro como también después de posicionar la marca TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S se extienda a zonas vecinas del departamento, empresas nacionales e internacionales.

### 10.2 Fuentes secundarias

Para la obtención del consumo de TIC en Colombia y la intermediación comercial en años anteriores desde el 2002 hasta el 2008 según SIUST (Sistema de información unificado del sector de las telecomunicaciones) se consultó las bases de datos de la principal fuente de información del sector de las Telecomunicaciones, aquí los inversionistas, los consultores, los estudiantes, los operadores, las entidades gubernamentales encontrarán información técnica de infraestructura, normatividad del sector, estadísticas comerciales e índices financieros de los prestadores de servicios y los indicadores de gestión del sector entre otros.

## Grafica 4 INGRESOS ANUALES POR SERVICIOS Año 2008



**Fuente:** SIUST Sistema de información unificado del sector de las telecomunicaciones. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y CRT.

**Tabla 5 INGRESOS ANUALES POR SERVICIOS Año 2000-2008**

SERVICIOS / AÑO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
OTROS	1418	1916	2088	2356	2586	2963	3195	3092	3538
TPBCL TELEFONIA PUBLICA BASICA CONMUTADA LOCAL	2830	3553	3802	3791	4060	4145	4877	5248	5051
TPBCLD TELEFONIA PUBLICA BASICA CONMUTADA LARGA DISTANCIA	1408	1584	1519	1499	1301	1056	1300	1207	1180
SERVICIOS MOVILES	826	1072	1585	2319	3685	5555	7059	8169	8628
SERVICIOS TELEMATICOS Y DE VALOR AGREGADO	283	371	415	670	831	875	1205	2214	3526

\*Cifras en miles de millones de pesos.

**Fuente:** SIUST Sistema de información unificado del sector de las telecomunicaciones. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y CRT.

## 11. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado<sup>40</sup>.

El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros.

En la presente investigación la oferta de estos productos o servicios es competitiva o de mercado libre. Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores o prestadores del mismo artículo o servicio, que la participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. Ningún productor o prestador del servicio domina el mercado.

### 11.1 La competencia

Se logró identificar que La competencia directa generalmente la enmarcan empresas contratadas por las PYMES ubicadas en: Palmira 1 (una) PC ASISTENCIA y OPEN GROUP proviene de la ciudad de Cali.

En Palmira se identifico una empresa como competencia directa PC ASISTENCIA, lleva alrededor de 4 años en el mercado, sus oficinas se encuentran en Parquesoft

---

<sup>40</sup>Biblioteca virtual de derecho, LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Horacio Mercado Vargas, Marisol Palmerín Cerna.



y es una empresa de dicho clúster tecnológico. Se dedica a la implementación de Software Open source y aplicativos móviles, desde un año llevan trabajando en cableado estructurado y soluciones que van en la contratación de mantenimientos preventivos y correctivos para las empresas.

Los servicios de consultoría e integración de TIC que cuenta el sector empresarial de la ciudad de Palmira se caracteriza por ser en su mayoría deficientes o escasos para la adquisición de este tipo de servicios, ya que no existen o las empresas no conocen este tipo de servicios o productos con un soporte y domicilio dentro de la ciudad de Palmira, pero si es claro tener en cuenta que en la Ciudad de Cali existen empresas con muy buena reputación y un buena calidad en los servicios y/o productos que ofrecen. Sin embargo, existen variables en las cuales hay deficiencias que pueden ser aprovechadas por los actuales o nuevos competidores en este sector, además que los posibles competidores “empresas de venta de software y hardware” que hasta el momento no tienen ofertas y soluciones de alta ingeniería para las PYMES de la ciudad en un futuro no muy lejano estas podrían actuar como una competencia directa para TALENTO Y TECNOLOGIA.

**Tabla 6 TABLA DE EMPRESAS COMPETIDORAS**

EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO	PRODUCTOS	CIUDAD
PC ASISTENCIAS	Universidad Antonio Nariño. 3Piso	316 5300274	Mantenimiento y reparación de computadores hogar y Empresas, Sala de computo móvil, soluciones en Software open source, Cableado estructurado.	Palmira
Open Group	Calle 25 Norte # 5BN-16 - Cali CO	PBX: 4868080	Vitalización y consolidación de servidores, Soluciones en Clouster y alta disponibilidad, Implementación de servidores para gestión y seguridad de redes, Sistemas de cableado estructurado, telefonía IP.	Cali

Tabla elaborada por el proyectista

## **11.2 Desempeño de la competencia directa**

De acuerdo a las entrevistas que el proyectista junto con funcionarios de PARQUESOFT se observo lo siguiente: por medio de la encuesta y método de observación se verifico que los clientes en la ciudad de Palmira tienen una buena imagen de los proveedores de otras ciudades que han realizado este tipo de trabajo de servicios tecnológicos, pero en cuanto a soporte técnico cuando han tenido fallas, no ha sido bueno, debido al desplazamiento de técnicos o ingenieros desde otra ciudad han tenido experiencias donde los daño en sus equipos de comunicación y se ven obligados a tomar determinaciones como ir a salas de internet, usar otras herramientas tecnológicas para solucionar y cuando el daño es en el servidor que contiene toda la información financiera es mas critico dado que de allí depende gran parte de sus labores diarias.

## **11.3 Determinación de mercados meta.**

Una vez que una empresa ha definido segmentos de mercado, puede ingresar en uno o varios segmentos de un mercado dado. La determinación de mercados meta implica evaluar qué tan atractivo es cada segmento de mercado y escoger el o los segmentos en los que se ingresará. Las empresas deben enfocarse hacia segmentos en los que puedan generar el mayor valor posible para los clientes de manera rentable y sostenerlo a través del tiempo. Una empresa con recursos limitados podría decidir que sólo atenderá a uno o unos cuantos segmentos especiales, o "nichos de mercado". Una estrategia así limita las ventas pero puede ser muy rentable. O bien, una empresa podría optar por servir a varios segmentos relacionados, tal vez aquéllos que tienen diferentes tipos de clientes pero con las mismas necesidades básicas. O bien, una empresa grande podría decidir ofrecer una gama completa de productos para atender a todos los segmentos del mercado.

#### 11.4 Análisis de ventas.

Las estadísticas de ventas son indicadores de la situación comercial de la empresa en el mercado, para poder evaluar el negocio es necesario realizar un análisis de las ventas de la empresa.

Los resultados de ventas nos permiten identificar la situación de la empresa en el mercado frente a la competencia, ante el consumidor, y sobre todo, nos permite identificar el crecimiento y desarrollo que ha tenido la misma a través del tiempo.

Por lo tanto TALENTO Y TECNOLOGIA estima vender para el año 1: \$192.000.000 derivados de la siguiente manera.

<b>PRODUCTO</b>	<b>CANT</b>	<b>VENTAS POR PRODUCTO</b>
NETWORKING-REDES W-LAN	54	34.560.000
PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI	6	9.600.000
SEGURIDAD ELECTRONICA	17	32.640.000
CENTRALITA TELEFÓNICA IP	66	115.200.000

Para el año 2 se estima vender 222.000.000 derivados de la siguiente manera:

<b>PRODUCTO</b>	<b>CANT</b>	<b>VENTAS POR PRODUCTO</b>
NETWORKING-REDES W-LAN	55	35.520.000
PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI	10	15.540.000
SEGURIDAD ELECTRONICA	16	31.080.000
CENTRALITA TELEFÓNICA IP	80	139.860.000

Para el año 3 se estima vender 246.000.000 derivados de la siguiente manera:

PRODUCTO	CANT	VENTAS POR PRODUCTO
NETWORKING-REDES W-LAN	54	34.440.000
PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI	14	22.140.000
SEGURIDAD ELECTRONICA	12	22.140.000
CENTRALITA TELEFÓNICA IP	95	167.280.000

Para el año 4 se estima vender 276.000.000 derivados de la siguiente manera:

PRODUCTO	CANT	VENTAS POR PRODUCTO
NETWORKING-REDES W-LAN	43	27.600.000
PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI	19	30.360.000
SEGURIDAD ELECTRONICA	12	22.080.000
CENTRALITA TELEFÓNICA IP	112	195.960.000

Para el año 5 se estima vender 300.000.000 derivados de la siguiente manera:

	CANT	VENTAS POR PRODUCTO
NETWORKING-REDES W-LAN	28	18.000.000
PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI	24	39.000.000
SEGURIDAD ELECTRONICA	9	18.000.000
CENTRALITA TELEFÓNICA IP	128	225.000.000

### 11.5 Participación de mercado.

Se refiere al porcentaje de mercado con el que cuenta actualmente y a la evolución de esta en el tiempo en forma comparativa con la evolución de participación de la competencia.

El registro mercantil de La cámara de comercio indica una constitución de 5.858

MIPYME hasta el 31 de Diciembre de 2008, pero destinamos los esfuerzos comerciales de TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S están enfocados en visitar y fidelizar 150 empresas en el primer año, teniendo en cuenta que las PYMES tienden a comprar alrededor de 6.000.000 al año según pregunta numero 4 (Ver anexos). Nos da un promedio de inversión en TIC de 900.000.000, es decir que Talento y Tecnología para alcanzar su punto de equilibrio y sus utilidades sean positivas desde el primer año de vida comercial requiere 192.000.000, su porcentaje de participación en el mercado es de 21%. Actualmente los porcentajes se distribuyen de la siguiente manera PC Asistencias 75% , Open Group 11% y otros 14% estos corresponden a empresas del sector que han comercializado con las PYMES pero no se entrego información por parte de las empresas encuestadas.

#### **11.6 Análisis de los proveedores.**

Todos y cada uno de los agentes de **TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S** son empresas que llevan años en el mercado, trayectoria, seriedad y cumplimiento, la negociación se realizará de manera directa, hacen de sus proveedores una potencial herramienta para cumplir con las expectativas tan exigentes en sus clientes potenciales, debido a esta cadena se busca que el aliado estratégico para cada negocio acompañe a Talento y Tecnología en un negocio por particular que parezca. Los diferentes proveedores ponen a su disposición su conocimiento, ingeniero de preventa, soporte técnico y un variado stock en la oficina más cercana, a este grupo le llamaremos proveedores principales o estratégicos.

También existen proveedores secundarios a los que se recurre esporádicamente, esto ocurre si tenemos un caso abierto con más horas de lo que inicialmente el cliente contrato.

**Tabla 7 PROVEEDORES PRINCIPALES O ESTRATEGICOS**

PROVEEDORES PRINCIPALES	UBICACIÓN
DAGA S.A	Bogota-Cali
CONREDES LTDA	Bogota
GAMMA S.A	Bogota-Cali
PROVEEDORES SECUNDARIOS	UBICACIÓN
TECNO ISA S.A.S	CALI
VOIP CALL	CALI
PAPELERIA MARDEN	PALMIRA
BANCOLOMBIA	PALMIRA

Fuente: Tabla elaborada por el proyectista.

## 11.7 Análisis De Los Precios

**Tabla 8 ANALISIS DE LOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA**

ANALISIS DE LOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA			
PRODUCTO	PC ASISTENCIAS	TALENTO Y TECNOLOGIA	OPEN GROUP
Cableado estructurado y configuración de intranet	\$ 858.200	\$ 641.160	\$ 1.100.000
Redes inalámbricas o Zonas Wi-Fi	N/A	\$ 1.601.600	\$ 2.390.000
Telefonía IP-PBX	\$ 2.490.000	\$ 1.753.440	\$ 3.325.000
Cameras de Vigilancia.	\$ 2.380.000	\$ 1.918.500	\$ 2.543.000

Lo anterior nos muestra que el estado competitivo con respecto al precio, la empresa Talento y Tecnología presenta un elemento diferenciador a favor para penetrar el mercado del mercado objetivo de la ciudad de Palmira.

Lo anterior es expresado en la teoría de competitividad de MICHAEL PORTER, quien explica sobre elementos diferenciadores; en el presente caso la empresa Talento y Tecnología ofrece un gran elemento diferenciador el cual tiene que ver con los productos ofrecidos.

## 11.8 Análisis De La Comercialización.

La comercialización es la parte esencial en el funcionamiento de una empresa. Se puede estar produciendo el mejor artículo o servicio en su género y al mejor precio; pero si no se tienen los medios para que llegue al cliente en forma eficiente, la empresa irá a la quiebra. Por lo tanto para **TALENTO Y TECNOLOGIA** busca llegar al cliente final con sus productos y servicios de manera presencial, utilizando técnicas de tele mercadeo y agenda miento de citas con las personas que toman las decisiones de compra en las empresas, en los tiempos estimados y con la garantía en todo su proceso de ejecución y puesta en marcha, a través de diferentes estrategias comerciales y de persuasión.

## 11.9 Canales de distribución

La distribución es una de las actividades de mercadotecnia con mayor influencia en el éxito comercial de un producto ya que gracias a ella se podrán hacer llegar los productos al cliente final para su consumo. Sin un sistema de distribución adecuado los productos de una empresa a pesar de ser excelentes no se venderán.

- **Tipos de distribución:** De acuerdo a la cobertura geográfica y al segmento al que se dirige, así como el tipo de producto, la distribución puede ser:
- **Masiva:** En este tipo de distribución se busca llegar a todos los puntos de ventas en una zona geográfica determinada, generalmente de un país.
- **Selectiva:** En este tipo de distribución se busca puntos de venta específicos para la exhibición y venta de los productos, no existe interés por parte de los productores de estar presentes en otros puntos, ya que el producto procura dar

una imagen de exclusividad sin serlo totalmente.

- **Exclusiva:** Solo existe en determinados lugares, son muy pocos los productos que se distribuyen bajo este esquema. Su punto de venta es único.
- **Canales de Distribución:** Son aquellos intermediarios que nos permiten hacer llegar el producto al consumidor final. Se puede conceptualizar al canal como la ruta crítica que sigue el producto desde que sale de la línea de producción hasta que llega al consumidor final.

Para el siguiente caso el canal de distribución será directo debido a que la intermediación comercial de **TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S** es corto y rápido ya que el usuario acude directamente a la información de la empresa por vía Web, o se contactará con programas de tele mercadeo semanales donde se agendarán visitas para la semana posteriormente se le enviarán los brochures vía Mail a las distintas empresas o clientes potenciales, en cuanto a los puntos de venta no se requieren durante el primer año debido que se buscará satisfacer a los usuarios de los productos en un alto porcentaje y estos referencien los productos y/o servicios como muy buenos a otros potenciales consumidores.



## 12. ENTORNOS

### 12.1 Entorno económico

El año 2009 fue un periodo de relativa calma, luego de la implementación de los planes de rescate al sector Bancario y políticas contra cíclicas de los Bancos centrales alrededor del mundo. Por lo tanto se ha podido observar una estabilización del sector financiero, en la que se destaca la reducción de los spread de riesgo a niveles anteriores a la quiebra de Lehman Brothers, la valorización de los activos de renta fija, de las acciones y la independización de los Bancos de las ayudas Públicas.

Otro de los hechos importantes a finales de 2009<sup>41</sup> fue la expectativa de cambio en la política monetaria de Estados Unidos durante los primeros meses del año 2.010, sin embargo esta expectativa se disipó cuando los funcionarios de la FED aclararon que solo se realizaría un cambio en la política monetaria hasta que se registrara una reducción prolongada en la tasa de desempleo. Por lo tanto es posible que para el 2010 continúe la tendencia bajista del Dólar y la revaluación de las monedas de países emergentes como el nuestro.

En Colombia el mercado accionario y de divisas estuvo muy influenciado por la economía estadounidense, presentando una valorización record luego de que se generaran perspectivas de recuperación y por ende mayor interés de los inversionistas por activos de mercados emergentes. Así mismo el mercado de renta fija presentó fuertes valorizaciones gracias a la reducción sostenida de los precios de la economía y a la política monetaria expansionista del Banco de la República, que a su vez fue acompañada por un buen manejo del déficit fiscal por

---

<sup>41</sup> [www.banrep.gov.co](http://www.banrep.gov.co)

parte del Gobierno Nacional.

Además de lo anterior se ha observado que los indicadores económicos a nivel mundial muestran que lo peor de la crisis ya pasó e iniciamos una senda de recuperación económica, con mejores resultados en producción industrial, crecimiento, empleo y ventas entre otros.

## **Precios**

En el año 2009, el Índice de Precios al Consumidor registró un nivel record en la historia del País con una variación anual de 2.00% e inclusive situándose por debajo de la meta de inflación del Banco de la República de 4.5% y 5.5%.

## **Tasas de interés**

Al presentarse una reducción significativa en la tasa de inflación, el Banco de la República continuó con una política monetaria expansionista que pretendía ser un motor para el crecimiento económico, por lo tanto, la tasa de referencia pasó de 9.50% a 3.5% al finalizar el 2.009 completando una reducción de 600pb durante el año. Los principales factores que tuvo en cuenta el Banco para reducir las tasas fueron:

- Disminución de las expectativas de inflación, situándose en el rango meta de largo plazo fijado por la Junta directiva (entre 2% y 4%).
- Una caída generalizada de los precios de los distintos rubros que componen la canasta familiar.
- Una recuperación económica lenta de los países desarrollados así como para

las economías de la región, además que las proyecciones de crecimiento para Venezuela mostraron una caída importante del PIB.

- Recuperación del PIB aunque con tasas anuales de crecimiento bajas.
- Una reducción de las tasas de interés de captación y colocación.

### **Crecimiento económico.**

En el segundo semestre<sup>42</sup> de 2009 continuamos observando reducciones en el PIB, aunque menos pronunciadas de la que se registraron en el cuarto trimestre del año anterior, por lo que se puede esperar que la recuperación continúe lentamente en los próximos trimestres del año 2010.

### **Crecimiento de las pymes.**

En Colombia, alrededor del 94% del sistema económico está conformado por empresas de una determina extensión, denominada PYMES, las cuales siendo el motor de la economía no cuentan con la importancia o el apoyo necesario para acceder a la implantación de un modelo contable acorde con sus necesidades; puesto que su único fin es adecuarse de la mejor manera posible al sistema fiscal. La reglamentación de las PYMES se contempla en la ley 550 del 2000 y desarrolla la clasificación de estas en su artículo 2<sup>o</sup> <sup>43</sup>: “Para todos lo efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural y jurídica, en actividades empresariales,

---

<sup>42</sup> [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

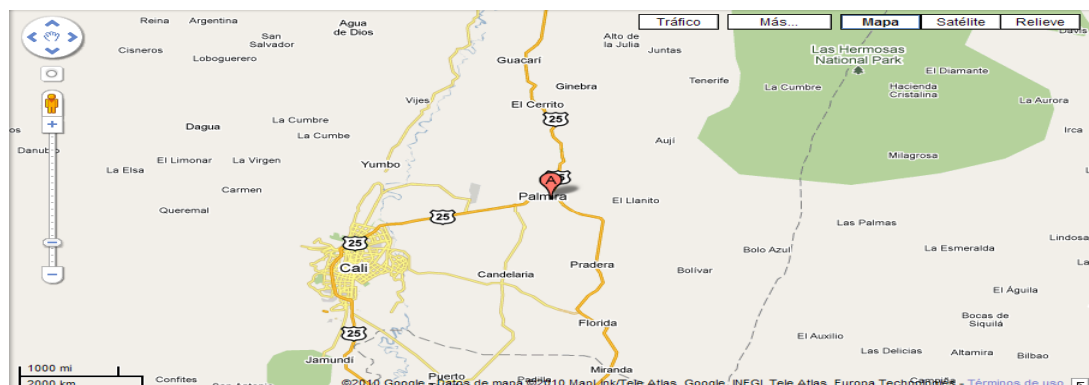
<sup>43</sup> Ley 550 de 2000

agropecuarias, comerciales, industriales o de servicios, rural o urbano “Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son importantes para el crecimiento económico y contribuyen de forma considerable al desarrollo económico tanto de los países desarrollados como de los países en desarrollo. Las PYMES en Colombia, son muy importantes por su nivel de participación en la economía lo cual contribuye a una fuente de empleo significativo.

## 12.2 Entorno geográfico

El desarrollo del proyecto se llevara a cabo en la ciudad de Palmira, que se encuentra localizada en la región sur del departamento del valle del cauca. Su cabecera esta situada a 3° 31´48” de latitud norte y 76°81´13” a oeste de meridiano de Greenwich es un punto estratégico para la prestación del servicio, ya que en la ciudad de Palmira no cuenta con una empresa formalmente diseñada y estructurada para prestar este tipo de Servicios, además en un futuro casi inmediato se cuenta con una ubicación equidistante a cabeceras municipales importantes Pradera, Candelaria, Florida, Cerrito a 30 minutos de la capital del Valle del Cauca y tan solo a 40 minutos de Buga y Tulúa ciudades importantes que generan desarrollo en el departamento.

### Grafica 5 MAPA UBICACIÓN CIUDAD DE PALMIRA



Fuente: Google Earth

### 12.3 Entorno legal

para la ejecución del presente proyecto se tiene en cuenta las siguientes actividades y normatividades:

- Consulta de nombre: Con el fin de generar una identidad empresarial verificamos la disponibilidad de una razón social en la pagina web de CONFECAMARAS, [www.crearempresa.com.co](http://www.crearempresa.com.co).

El proceso de creación de empresa ante la cámara de comercio es sencillo y fácil de realizar, actualmente se tienen herramientas de software y simuladores para verificar el estado de la constitución y la creación de la misma, es por eso que mostraremos paso a paso la información que el sitio Web de CONFECAMARAS nos ha suministrando.

#### 12.3.1 Tipo de empresa

- **Personería jurídica:** Sociedad por acciones simplificadas

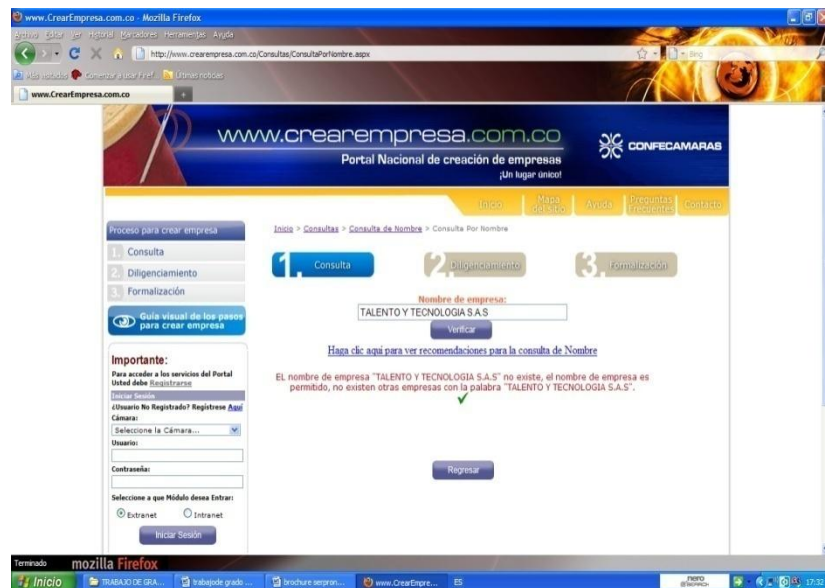
Se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad. Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse. La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran

obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.

- **Consulta de Nombre**

Permite conocer si existen o no otras empresas o establecimientos a nivel nacional, con el mismo nombre de la empresa que se va a crear. Lea por favor con atención las instrucciones y luego realice la consulta utilizando obligatoriamente las dos opciones que se presentan.

Grafica 6 **SIMULADOR VIRTUAL**



Fuente: [www.crearempresa.com.co](http://www.crearempresa.com.co)

- **SIMULADOR DE PAGOS**

Ciudad: Cámara de Comercio Palmira

Tipo de sociedad: Personería jurídica

Numero de establecimiento de comercios: 1

Capital social: \$60.000.000

**Tabla 9 Gastos legales**

<b>GASTOS</b>	<b>REGISTRO</b>	<b>CAMARA</b>
<b>COMERCIO PALMIRA</b>		
MATRICULA MERCANTIL		\$ 457.000
IMPRESIÓN REGISTRO		\$ 420.000
ESTAMPILLAS FORMULARIOS	Y	\$ 12.600
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 889.600</b>

Fuente: [www.crearempresa.com.co](http://www.crearempresa.com.co)

### 12.3.2 ESTATUTOS SOCIALES

#### TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S

##### CAPITULO I

NOMBRE, ESPECIE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, DURACION Y OBJETO SOCIAL.

**ARTICULO 1° - NOMBRE:** La compañía tendrá la denominación social TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S, podrá utilizar la sigla T & T S.A.S.

**ARTICULO 2°- ESPECIE Y NACIONALIDAD:** La sociedad es del tipo de las sociedad por acciones simplificada y es de nacionalidad colombiana.

**ARTICULO 3° - DOMICILIO:** El domicilio principal de la sociedad es en la ciudad de Palmira, República de Colombia, pero por decisión de la Asamblea General de Accionistas, la Sociedad puede cambiar su domicilio dentro del país y por decisión de la Junta Directiva puede establecer sucursales, agencias, oficinas o dependencias en otros sitios del territorio nacional o fuera de él.

**ARTICULO 4°- DURACION:** La sociedad tendrá una duración hasta el 2 de marzo de 2.050, pero podrá disolverse antes de su vencimiento si así lo decide la Asamblea General de accionistas o también podrá prorrogarse el término antes señalado, si así y antes de su vencimiento lo decide la Asamblea General de Accionistas.

**ARTICULO 5°- OBJETO:** La sociedad tendrá por objeto: 1. La ejecución de los contratos de mantenimiento integral para actividades asociadas a planta externa y bucle de cliente, diseño, construcción, mantenimiento de planta externa para redes de telecomunicaciones en cable de cobre, coaxial fibra óptica y sistemas inalámbricos; consultoría, interventoría e inventarios en planta externa para redes de telecomunicaciones en cables de cobre, coaxial fibra óptica y sistemas inalámbricos; suministros de materiales, equipos y maquinaria de planta externa para redes de telecomunicaciones y en general los que comprenden el conjunto de actividades necesarias para la operación y gestión de la planta externa para los diferentes tipos de redes, acceso, acceso inalámbrico, tránsito, televisión, telefonía de uso público, etc., construidas en cable multipar de cobre, fibra óptica o coaxial; adquirir y vender equipos de cómputo, software y sus accesorios. 2. La contratación, construcción, diseño, cálculo, dirección, ejecución y manejo de todo tipo de proyectos relacionados con todas las ingenierías, tales como proyectos en



todas y cada una de sus etapas, construcción de viviendas, edificios, redes de acueducto, alcantarillado, proyectos relacionados con saneamiento básico, obras de urbanismo, construcción de carreteras y pavimentos, puentes, cálculo, diseños arquitectónicos, elaborar en establecimientos propios y ajenos toda clase de productos para construcción. 3 La consultoría e interventoría de obras civiles y proyectos relacionados con las ingenierías. 4 La importación y exportación de cualquier tipo de productos orgánicos o sólidos, terminados o frescos y toda clase de maquinaria, equipo y materiales para el desarrollo de cualquiera de las actividades de la ingeniería en general, licitas de comercio, y todos aquellos bienes muebles susceptibles de ser transportados, comercialización y distribución. 5 Montajes electromecánicos e industriales, diseños y montajes de estructuras o similares. 6 La ejecución de toda clase de obras de ingeniería electrónica y eléctrica, tales como: redes, instalaciones y montaje; montaje de equipos electrónicos, subestaciones; redes telefónicas; montajes de equipos de comunicación, equipos de conmutación, equipos de transmisión, transmisión de datos, sistemas de alimentación; desarrollo y montaje de interfase para centrales, mantenimiento y dirección técnica de sistemas electrónicos y de telecomunicaciones, radares, antenas parabólicas. 7 Participar en licitaciones y concursos de entidades públicas o privadas para celebrar y ejecutar todo tipo de contratos en general y concesiones dentro y fuera de territorio nacional. 8 Asociarse con otras personas naturales o jurídicas que desarrollen objetos similares para ejecutar todo acto o transferencia o limitación del derecho de dominio sobre los bienes muebles o inmuebles de propiedad de la sociedad. 9 Podrá asociarse con terceros o integrarse con comunidades de intereses sociales consorcios o uniones temporales, tanto en el País como en el exterior; podrá girar cualquier clase de título valor, arrendar, recibir o dar sus bienes en garantía, asegurar los mismos y constituir cualquier tipo de afectación con el propósito de logra los fines que constituyen su objeto. 10 Será igualmente parte del objeto social tramite y legalización de divisas que como consecuencia de sus servicios y actividades se generen; girar, endosar, aceptar, cobrar, protestar, cancelar o pagar

otros efectos de comercio o instrumentos negociables y aceptarlos en pago y participar en toda clase de actividades industriales, civiles, comerciales y financieras sobre bienes muebles o inmuebles y/o servicios.

En desarrollo de este objeto la sociedad podrá ejecutar las siguientes actividades:

1 Adquirir, como propietario o a cualquier otro título, y enajenar toda clase de bienes muebles o inmuebles, así como darlos o tomarlos en arrendamiento, pignorarlos o hipotecarlos, según el caso; 2 Adquirir o hacer toda clase de instalaciones relacionadas con el objeto social; 3 Adquirir a cualquier título, productos relacionados con su campo de actividad; 4 Enajenar, arrendar, gravar y administrar, en general, los bienes que componen el patrimonio social; 5 Contratar para sí o como codeudor préstamos, girar, endosar, aceptar, descontar, lo mismo que negociar otros documentos de crédito, según lo reclame el desarrollo de los negocios sociales; 6. Celebrar, en ejercicio de las actividades sociales, toda clase de operaciones con todo tipo de instituciones financieras y compañías aseguradoras; 7 Organizar, promover, formar y financiar sociedades o empresas que tiendan a facilitar, ensanchar, complementar los negocios sociales dentro o fuera del país, y suscribir acciones o cuotas en ellas; 8 Fusionar la empresa social con otras que sean similares o complementarias, o absorberlas, y escindir la sociedad; 9 Aportar sus bienes, en todo o en parte, a otra u otras sociedades a las que le convenga vincularse para el mejor desarrollo de sus negocios; 10 Transigir, desistir y someter a decisiones arbitrales los asuntos en que tengan interés frente a terceros; 11 Obtener y explotar el derecho de propiedad sobre marcas, dibujos, insignias, patentes y cualquier otro bien incorporal, y conseguir los registros respectivos ante la autoridad competente; 12 Constituir, bajo la forma jurídica que convenga, consorcios o asociaciones en el país o en el exterior, con firmas nacionales o extranjeras, para la realización de cualquier trabajo propio de su objeto; 13 Celebrar y ejecutar en su propio nombre o por cuenta de terceros, o en participación con ellos, actos, contratos y operaciones y, en general, todo acto o contrato que sea necesario o conveniente para cumplir o facilitar los actos y

operaciones previstos en estos estatutos y que de manera directa se relacionen con el objeto social tal como queda determinado, o tienda a complementarlo.

### **12.3.3 NORMATIVIDAD**

Normatividad para la empresas SAS. (Sociedad por acción simplificada), son Sociedades Comerciales que frente a los Impuestos Nacionales se rigen con las normas que apliquen a las Sociedades Anónimas ( Art.3 de la Ley 1258), dadas a continuación:

- Las SAS no se necesita que tengan definida la actividad económica (Ver Art.5 de la Ley1258), si no van a tener Junta Directiva (ver Art.25 de la Ley 1258),en este caso no reportarían nada en la pag 4 del Rut.
- Deben tramitar o renovar firmas digitales para presentar las Declaraciones ante la DIAN.
- Tendrán la obligación de presentar Declaración anual del Impuesto de Renta Su tarifa sería del 33% en Renta y en Ganancias Ocasionales, o del 15% en Renta si califica como Usuario Industrial” o “Usuario Operador” en una Zona Franca.
- Deben presentar Declaración Bimestral de IVA Solo si se convierte en Responsable de IVA por vender Bienes o prestar Servicios Gravados.
- Deben actuar como Agente de Retención, Para las Retenciones a título de Renta, actuará en todos los casos en que haga compras a personas o empresas que no estén exoneradas.
- No le correspondería liquidar el actual impuesto al Patrimonio El actual

Impuesto al Patrimonio (Art.292 a 298-3) no le aplicaría a las SAS que se creen en los años 2009 y siguientes.

- Le aplica el Gravamen a los Movimientos Financieros Si abre cuentas corrientes o de ahorro en el sistema bancario o cooperativo, tales cuentas quedarán sujetas al GMF (4 x mil) en los retiros que efectúe. Pero si cumple alguna de las excepciones mencionadas en el Art.879 del ET, entonces se le exonera de ese tributo.
- Sus accionistas no responden solidariamente por las deudas por impuestos, solo en caso que se use la SAS en forma fraudulenta.
- Deben presentar los reportes de información exógena tributaria que le apliquen, Responsabilidad 14 en el RUT). Hoy día se hacen los reportes mensuales del Art.58 de la Ley 863/03 (para quienes ejecuten convenios de cooperación internacional).
- Deben expedir cuando corresponda los respectivos certificados por las Retenciones practicadas a terceros Si actuó como agente de Retención de IVA, el certificado se expide a los 15 días siguientes de la finalización de cada bimestre. Si actúa como agente de Retención de Timbre, lo debe expedir dentro del mes siguiente.
- Deben Presentar Declaración Anual o Bimestral del Impuesto de Industria y Comercio. Si realiza actividades industriales, comerciales o de servicios (con o sin establecimiento de comercio).
- Actuar como agente de Retención del Impuesto de Industria y Comercio.
- Responder por los Impuestos de Predial y Vehículos Si la SAS se convierte

en propietaria de vehículos o de bienes raíces, deberá pagar anualmente estos impuestos al municipio donde estén ubicados tales activos. Para evitarse estos impuestos lo que pueden hacer es tomar los activos en “Leasing” (Arrendamiento Financiero).

- Reportar Informes a Supersociedades. Si le aplica alguno de los criterios mencionados en el Decreto 4350 de Diciembre de 2006, entonces quedaría en condición de “vigilada” por parte de la Supersociedades y con ello automáticamente queda obligada a presentar informes financieros anuales y pagar la cuota de sostenimiento a la Supersociedades.

#### **12.4 Entorno político**

Colombia es un país importante en el contexto global por su dotación de factores (posición geoestratégica, territorio, tamaño poblacional, biodiversidad, calidad de su talento humano). Comparado con otros países de América Latina, su trayectoria estratégica a lo largo del siglo XX mostró progreso socioeconómico y desarrollo institucional. Los indicadores de necesidades básicas insatisfechas mejoraron hasta bien entrados los años noventa, si bien este proceso de desarrollo surgía en medio de graves problemas sociales como la violencia, el narcotráfico y la exclusión social.

En forma paralela al fuerte cambio del entorno internacional, el país comenzó a transformarse en forma acelerada<sup>44</sup>. En los últimos quince años Colombia ha pasado de un lento ritmo de cambio de baja complejidad a un cambio acelerado muy complejo. Las reformas impulsadas desde principios de los años noventa intentaron un ajuste estructural de la economía y un proceso de reforma del Estado con miras a adecuar las instituciones a la nueva Constitución de 1991 y

---

<sup>44</sup> Portal de proexport Colombia. Régimen tributario para la constitución de una sociedad.  
[www.proexport.gov.co](http://www.proexport.gov.co)

crear un nuevo marco de políticas públicas. De esta forma se generó un cambio institucional de gran magnitud pero sus resultados demuestran un proceso de crecimiento económico limitado, un alto desempleo, un amenazante déficit fiscal del Estado y un incremento sustantivo de las brechas sociales. El crecimiento económico sostenido de aproximadamente 4% desde la segunda guerra mundial no ha sido suficiente para satisfacer las necesidades de la sociedad y para producir una transformación significativa de la estructura productiva, en la cual Colombia avance hacia sectores dinámicos en el comercio internacional, basados en conocimiento y valor agregado. Este hecho se traduce en el retroceso o el estancamiento del país en importantes indicadores internacionales como el Índice de Desarrollo Humano que elabora el Plan Naciones Unidas para el Desarrollo y el ranking del Reporte Mundial de Competitividad.

La productividad del país también se ve fuertemente afectado por el conflicto social y político. En efecto, la guerra en Colombia representa uno de los conflictos más graves del hemisferio occidental, medido en número de víctimas, violaciones a los derechos humanos, secuestros de civiles, desplazamientos y desapariciones forzosas. La violencia, el narcotráfico y la corrupción han producido una escala de valores que favorece el enriquecimiento ilícito y el aprovechamiento de los bienes públicos (justicia, ciencia, educación, infraestructura) a favor de los intereses particulares. Esta dinámica social genera una inmensa pérdida de riqueza, de suerte que la esperanza de vida de la población ha descendido cerca de seis años y los costos materiales ascienden a varios puntos del Producto Interno Bruto.

- **Implementación de políticas del gobierno para las Pymes.**

El gobierno ha procurado establecer un entorno favorable para el desarrollo productivo generando confianza al inversionista privado a través de la implementación de las siguientes políticas de carácter transversal:

La Política de seguridad democrática que ha establecido condiciones para que

aclimate la confianza del sector privado y así pueda aumentar la inversión motor de crecimiento económico.

La estabilidad macroeconómica a través de una tasa de inflación baja y tasas de interés bajas u estables.

El desarrollo de una estrategia de internacionalización implementada a través de las negociaciones comerciales, las cuales traen importantes beneficios para el país, pues implica la apertura de de mercados para los bienes y servicios colombianos y a la vez el abaratamiento de los insumos y bienes de capital y bienes finales para las empresas y consumidores Colombianos.

El establecimiento de un Estado mas eficiente logrado a través del programa de renovación de la administración publica y específicamente el Programa de Racionalización de Tramites Empresariales.

### **Reformas Legales**

Como complemento de la mejora del entorno, varias reformas legales aprobadas favorecen de manera directa la actividad empresarial.

Implementación de incentivos a la inversión privada en actividades empresariales mediante excepciones tributarias de diversa índole las cuales generan Costos Fiscales importantes a la Nación.

Estimulo al acceso de crédito a través del fomento a microcrédito, mas líneas de redescuento y ampliación de las ganancias al Fondo Nacional de Garantías FNG.

Estrategias de apoyo a la competitividad laboral mediante la flexibilización en la contratación laboral que implica reducción de costos laborales .

Establecimiento de las condiciones adecuadas para la inversión extranjera que permite el uso de la fiducia mercantil como medio para realizar inversiones.

## 12.5 Entorno Tecnológico

Las últimas tres décadas han traído consigo un significativo cambio de la estructura productiva mundial y en el equilibrio del poder internacional. Cuatro grandes tecnologías están transformando el panorama internacional: la biotecnología, la nanotecnología, los nuevos materiales y las tecnologías de la información y la comunicación. La denominada economía del conocimiento divide al mundo en grupos de países según su infraestructura y nivel de investigación y desarrollo, así como por su capacidad para aplicar el conocimiento en procesos productivos y la resolución de problemas sociales. Una economía basada en el conocimiento plantea una situación única y, en ese sentido, las nuevas TIC's pueden ayudar a reducir la brecha digital entre ricos y pobres en el hemisferio.

Según CONFECAMARAS en Colombia 1.600.000 organizaciones están constituidas formalmente, Se estima que de ellas 44.800 tienen presencia en la web, la red social facebook cuenta con más de 4.000.000 de suscriptores en Colombia, los 7.000.000 de personas que marcharon por el secuestro y 5.000 mujeres fueron convocadas en septiembre del año pasado a correr por la vida en la lucha del cáncer de seno, iniciativa en esta red social, Google maneja mas de 100 mil servidores donde guarda su almacenamiento y tienen mas de 2000 peticiones por segundo para buscar información de todos sus usuarios a nivel mundial, en almacenamiento hace 4 años se hablaba de 1 Terabyte equivalente a 1024 GIGAS hoy día se habla de 600 Terabyte equivalente a 614.000 GIGAS significa que la información de nuestro universo cada vez está creciendo en cuanto a información se refiere, su proceso comienza en los data center por bases de datos creadas por los usuarios sus contenidos de datos, audio, fotos y video son cifras que han crecido exponencialmente y no seguirá parando sin duda alguna.

Las PYMES en Colombia generan el 65% del empleo total del país un el 45% de



la producción manufacturera nacional y generan crecimiento y desarrollo al país. En cuanto al sector de TIC desde el año 2005 para acá se ha mantenido por encima del PIB nacional se establece como un sector bastante dinámico. Un reciente estudio del Foro Económico Mundial revela que la competitividad del país es hoy 5 puestos mejor que hace un año, pasando del lugar 74 al 69, y uno de los grandes componentes que impulsa este avance en el caso colombiano, es el crecimiento y el acceso a las TIC, además hoy es el país que ocupa el puesto numero 1 en Latinoamérica y el 33 a nivel mundial con el la herramienta de gobierno en línea, desde el año 2000 hasta nuestros tiempos Colombia era un país sin infraestructura, en el ranking mundial estábamos en los últimos lugares de 150 países por la unión nacional de telecomunicaciones, existían muchas zonas sin atender con conectividad a internet, cobertura celular era del 10%, desde el año 2006 comienza a integrarse políticas y estrategias que refuercen todo el tema de conectividad o componentes que añadieran valor a las comunidades, se comienza con la implementación de computadores para educar, proyectos importantes para las escuelas e instituciones públicas como Hospitales con Compartel. En la actualidad Colombia mejoro la cobertura de celular hoy se está en un 91% con mas de 17 millones de abonados, 47% de la población Colombiana accesa a Internet, en las escuelas mas de 8 millones de Jovenes están conectados y más de 400 hospitales conectados y con computadores.

La opinión del foro económico mundial celebrado en Cartagena en este año determino que Colombia es un país prospecto para invertir por 3 razones: costos, capacidad, mano de obra calificada en tecnologías debido al avance que ha tenido el SENA y universidades que trabajan para tener modelos pedagógicos acordes al mercado laboral. En conectividad dado que se implemento otro cable submarino que trae más capacidad en el BACK BONE nacional ubicado en la ciudad de Cartagena, disminuyendo costos en capacidad de internet para los operadores o ISP, esto permitiendo que se vea beneficiado el sector de las PYMES debido que los costos en inversión de tecnología sean mas económicos y de fácil acceso a

todos y cada uno de los agentes, precisamente en este mes y hasta julio está abierta una rama del ministerio de Telecomunicaciones llamado My PYME digital buscando desarrollar propuestas en comunidades que generen un alto impacto social a través de las TIC Y dedicados a solucionar problemas a este sector tan vulnerable como lo son las PYMES.

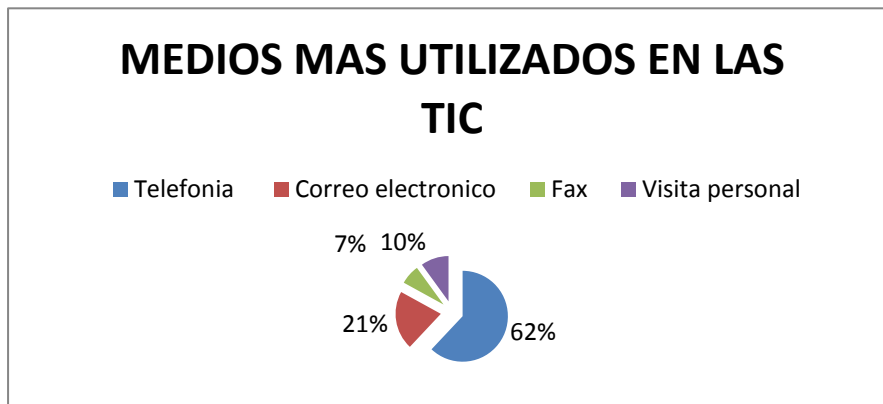
## 13. ANALISIS DE LA ENCUESTA

### 13.1 Análisis del Mercado

Para conocer el impacto que pueda generar una empresa de telecomunicaciones en el municipio de Palmira se procedió a utilizar un sistema de información para este caso encuesta donde pretenda clasificar o segmentar, analizar e interpretar datos obtenidos por la fuente primaria de la investigación con el fin de tomar una determinación eficaz si es viable o no económicamente la empresa TALENTO Y TECNOLOGIA basados en datos cuantitativos y cualitativos.

### 13.2 Población.

Grafica 7 Pregunta No. 1 MEDIOS MAS UTILIZADOS EN LAS TIC



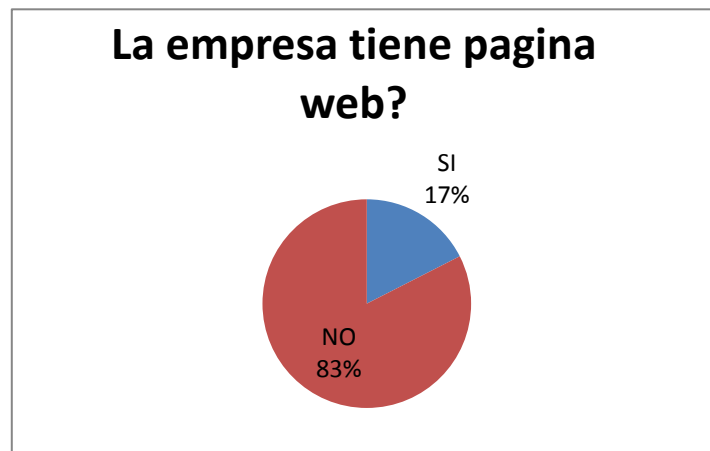
Fuente: Grafica elaborada por el proyectista.

Debido al alto grado de penetración global de TIC como que para el 2009 hubieran más de 4700 millones de abonados a la telefonía móvil y más de 1700 millones internautas ha ocasionado grandes despliegues en el uso cada vez mas de las TIC y la importancia que hoy por hoy tienen para las empresas en Colombia por

ejemplo mas de 44 millones de abonados a telefonía móvil despliega el medio más usado de los empresarios como el milagro del móvil junto con la telefonía tradicional fija para el siguiente estudio revela que los empresarios según pregunta No. 1 (grafica 8) cerca de un 62% utilizan este medio para desarrollar sus actividades mercantiles, también se puede observar que el uso del internet en las empresas está creciendo cada vez más un 21% utiliza el correo como medio de relación con sus clientes, proveedores y entidades legales, crediticias o bancos, desplazando así a la tradicional forma de hacer negocios o realizar cualquier transacción que le compete a la empresa como visitas presenciales que obtuvo un 10%.

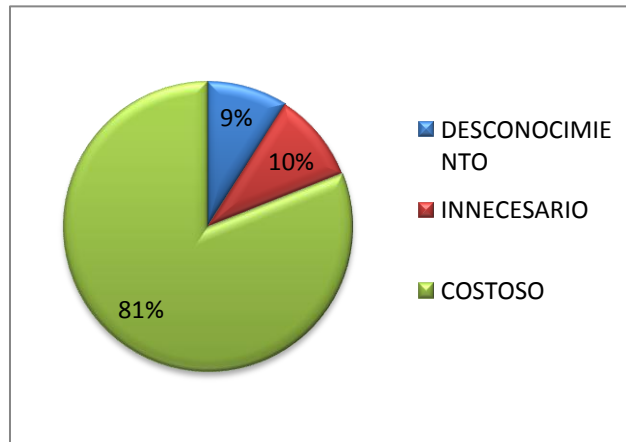
**Grafica 8 Pregunta N 2 ¿LA EMPRESA TIENE PAGINA WEB?**

SI	83%
NO	17%



Fuente: Grafica elaborada por proyectista

**Grafica 9 Pregunta N 3 PORQUE NO TIENE PAGINA WEB?**



3. PORQUE NO TIENE PAGINA WEB?	
DESCONOCIMIENTO	9%
INNECESARIO	10%
COSTOSO	81%
TOTAL	100%

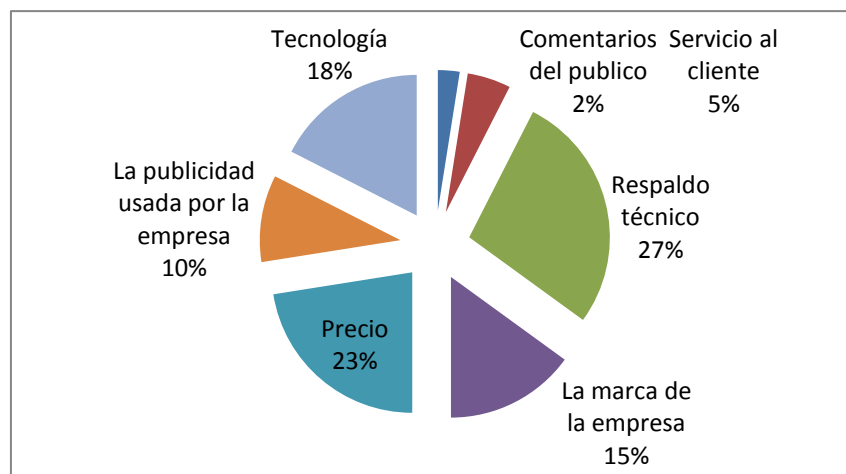
Para la pregunta No 2 podemos ver que los empresarios de este estudio no tienen presencia en la Web o la gran telaraña mundial tan vital en estos tiempos de cambios y globalización, según el Ing. Jhon Harold Rodríguez escritor de la revista IT MANAGER, en la guía práctica sobre el uso de Tecnología en las PYMES dice: “internet dejó de ser una simple fachada por la cual pasan indiferentes algunos cibernautas para convertirse en una plataforma rica en herramientas y posibilidades de interacción, comunicaciones y transacciones que enriquecen el entorno del negocio, le permiten ahorrar costos y aumentar no solo su productividad si no también su competitividad”, cada vez las organizaciones deben adaptarse al movimiento de los entornos y a pesar de ver que los empresarios de este estudio cerca de un 83% no tienen presencia se constituye una herramienta

útil y táctica de venta para la empresa que desea incursionar en este mercado Palmirano, ofreciendo servicios de consultoría se le de realmente la importancia que tiene esta plataforma para construir un mundo de posibilidades e interacción, comunicaciones y transacciones generando productividad y dividendos positivos a sus negocios.

La pregunta numero 3 de la encuesta muestra un panorama lucido del error que tienen los empresarios seleccionados, un 81% considera costoso el servicio de tener una pagina web, debido a desinformación o modelos mentales que este tipo de aplicaciones son costosos, o frases como para que voy a meterle plata a algo que no me va a producir” son ciertas pero se ve una necesidad latente de brindarle alternativas a las empresas donde TALENTO Y TECNOLOGIA por medio de las consultorías brindará opciones que mejor se adapten a las necesidades de los clientes.

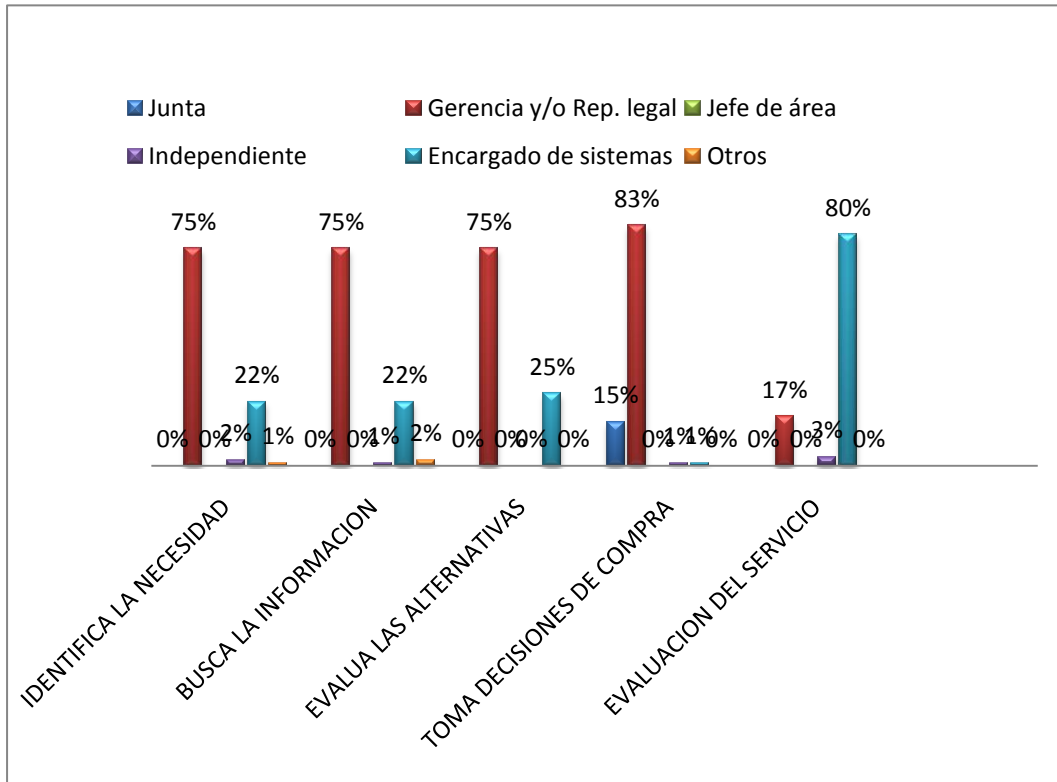
### 13.3 Consumidor

**Grafica 10 Pregunta N 9 Como evalúa las alternativas.**



Fuente: Grafica elaborada por el proyectista.

**Grafica 11 Pregunta N 10 Quien evalúa las alternativas.**



Fuente: Grafica elaborada por el proyectista.

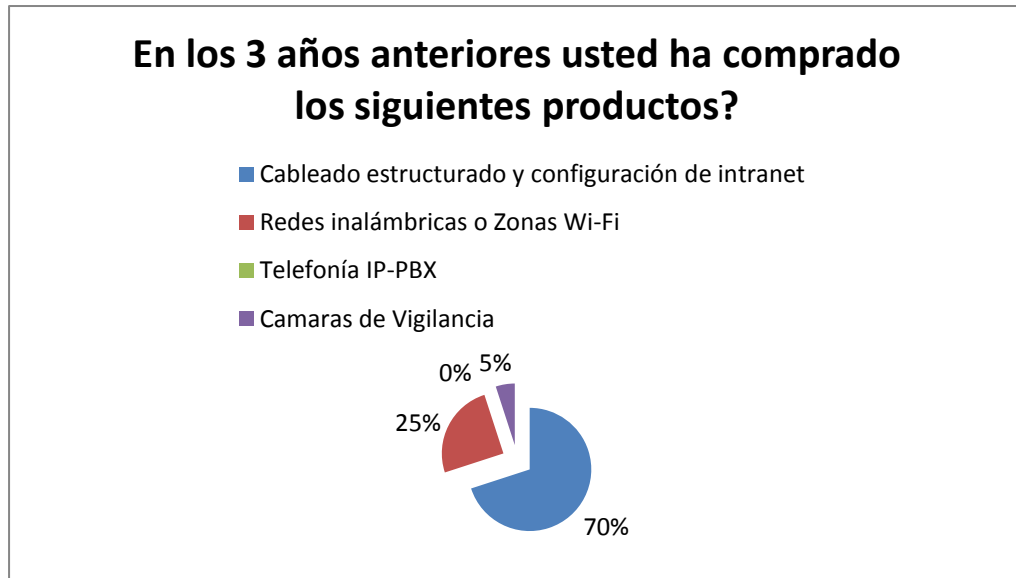
Los probables consumidores o clientes potenciales de la empresa TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S. se constituyen en 40 empresas de las 150 seleccionadas en el primer año, se busco unas características puntuales en estas empresas como: aporte social mayor o igual a \$20.000.000 o que tengan otras sucursales o casos especiales donde requieran soluciones en TIC si estas lo ameritan, para no segregarlas de los servicios ofrecidos por la compañía. La mayoría de estas son pequeñas y medianas empresa de los sectores dedicados a la comercialización de productos agrícolas, especies menores, producción de betún, fabricación de papel y cartón, a la estética y hasta desarrollo de software y exportación del mismo a Centro América, cuna de nuevas oportunidades para los gerentes y

representantes legales de la ciudad de Palmira Valle del Cauca. Debido a que las personas que toman las decisiones en el proceso de compra buscan respaldo técnico con 27%, precio 23% y tecnología 18% es precisamente allí donde **TALENTO Y TECNOLOGÍA** enfoca sus estrategias comerciales y que lo diferencian de la competencia ofreciendo un Contact center 7\*24 para soporte que funcionara por medio de una centralita telefónica que brindara un soporte virtual inicialmente por medio de un IVR transaccional (Interactive Voice Response) que se traduce como respuesta de voz interactiva, si no se le da solución al cliente con la información obtenida el sistema automáticamente enviará un mensaje a la persona que brinde el soporte, además por la relación estrecha con sus proveedores nacionales e internacionales inicialmente se ofrecen productos de excelente calidad y a un muy bajo costo.

Para desarrollar este inmenso mercado de la población Palmirana, no sirven los enfoques tradicionales que atienden las PYME. Hace falta un nuevo enfoque orientado a la innovación y que reconozca las verdaderas necesidades de las MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESAS en primera instancia un promedio de 75% define que las personas que toman determinaciones, identifican las necesidades, buscan la información y evalúan el proceso de las PYMES en la compra son los gerente y/o representantes legales que para la mayoría son los dueños del negocio según la pregunta No.12 otra estrategia comercial de la compañía es las visitas agendadas con la persona que toma las determinaciones de la compra y con una buena presentación, bajo costo y buen soporte técnico se busca fidelizar a los clientes desde el primer año.



Grafica 12 Pregunta N 11 Demanda de Productos .

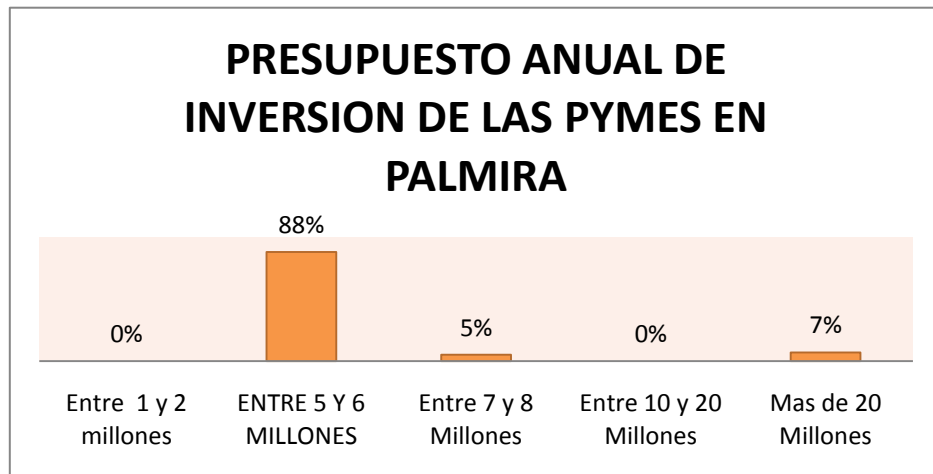


Fuente: Grafica elaborada por el proyectista.

La pregunta numero 11 muestra la prioridades de compra para los últimos tres años inmediatamente anterior, representa que el 70 % de las Pymes encuestadas han invertido en cableado estructurado y seguidamente del 25% han adquirido soluciones inalámbricas y tan solo el 5% invirtieron en vigilancia por medio de cámaras, es decir que existen una áreas en las PYMES que están desatendidas y que es precisamente don de TALENTO Y TECNOLOGIA aprovechara esa oportunidad.

### 13.4 INGRESO.

**Grafica 13 Pregunta N4 Presupuesto anual PYME.**

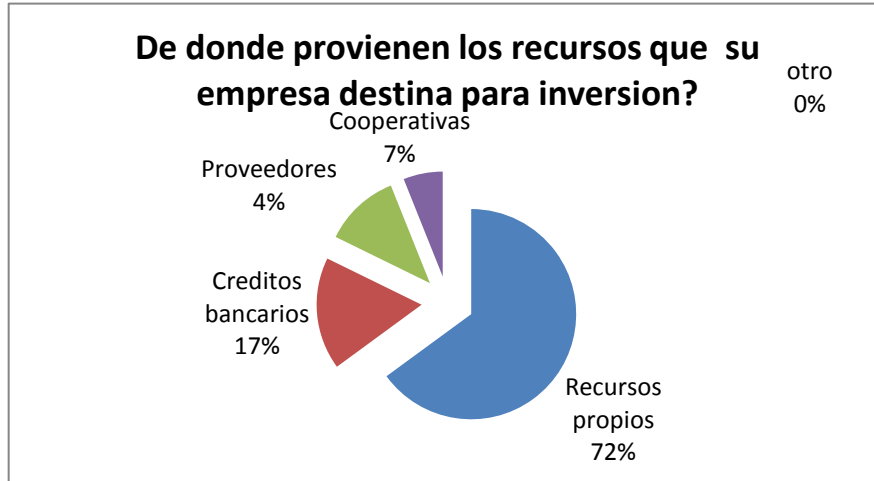


Fuente: Grafica elaborada por el proyectista.

Se pudo identificar que las PYMES de la ciudad invierte entre 5.000.000 y 6.000.000 anuales en TIC, según la pregunta No.4 de las encuestas del estudio investigativo.

El mercado objetivo de 150 empresas que consumen 6.000.000 anuales cada una, se estima que 900.000.000 millones de pesos son destinados para adquirir TIC en las empresas Palmiranas. Existen 4 sectores donde obtuvieron un importante dinamismo en su inversión neta, principalmente es allí el interés de impulsar la estrategia comercial de la empresa TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S. a dichos sectores.

**Grafica 14 Origen los de recursos Pregunta No. 5**

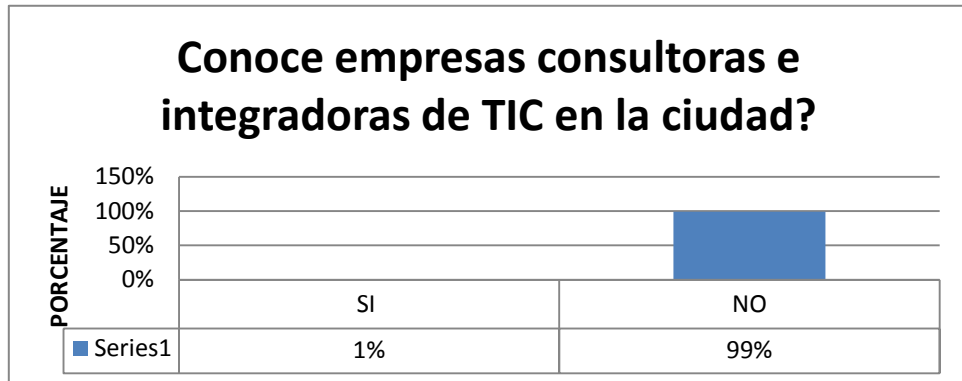


Fuente: Grafica elaborada por el proyectista.

La mayoría de las PYMES encuestadas se caracterizan por no poseer una capacidad potencial en inversión, debido a sus niveles de ingresos, y altos impuestos que tienen que enfrentar, de esta manera las empresas estarían dispuestas a adquirir los productos y servicio de consultoría en TIC por medio de recursos propios en un 72 % según la pregunta No. 5 esto también se ve influenciado por el riesgo de vida o permanencia de las PYMES, por ser empresas en su mayoría familiares, por no realizar en muchos casos planeación estratégica, además carecen de bienes que puedan servir como garantía para entidades bancarias al momento de un crédito.

**Grafica 15 ¿Conoce empresas consultoras de TIC en la ciudad?**

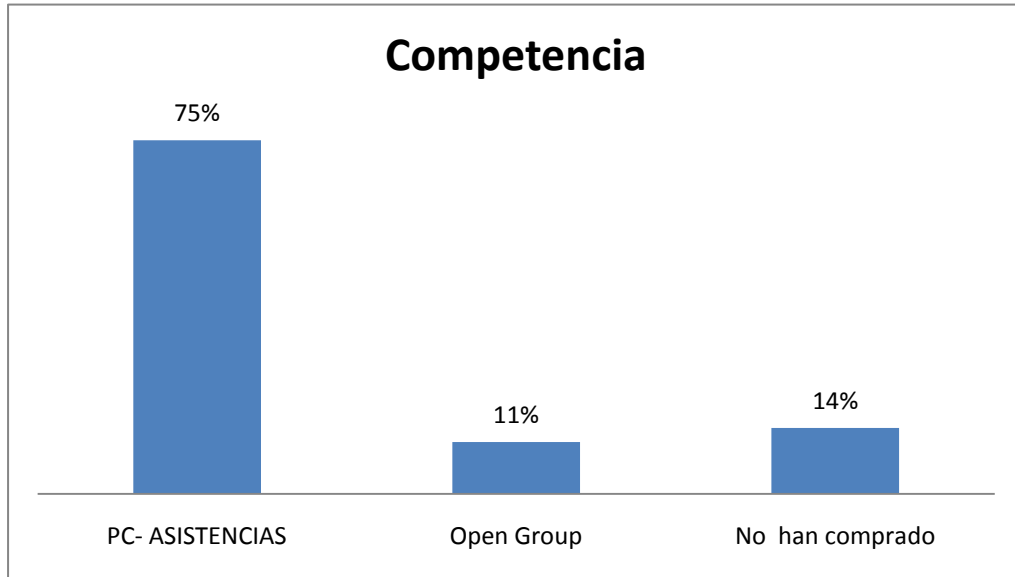
**Pregunta No. 6**



Fuente: Grafica elaborada por el proyectista.

De esta manera la empresa TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S entiende que podría salir adelante por tener un mercado objetivo a las PYMES, porque aunque son un mercado general y amplio a nivel nacional y latinoamericano la empresa ve una oportunidad de negocio en un municipio donde existen muy pocos competidores tan solo el 1% reconoció una empresa con características similares como lo es la consultoría e integración TIC según la pregunta No. 11 que generen valor a sus negocios en productividad, minimice costos y tenga tecnología acorde a sus necesidades para lograr posicionarse en el mercado y constituir una relación gana-gana con sus clientes potenciales.

Grafica 16 **Pregunta No. 12. A que empresa le ha comprado estos tipos de productos?.**  
**Menciónelas en orden de preferencia**



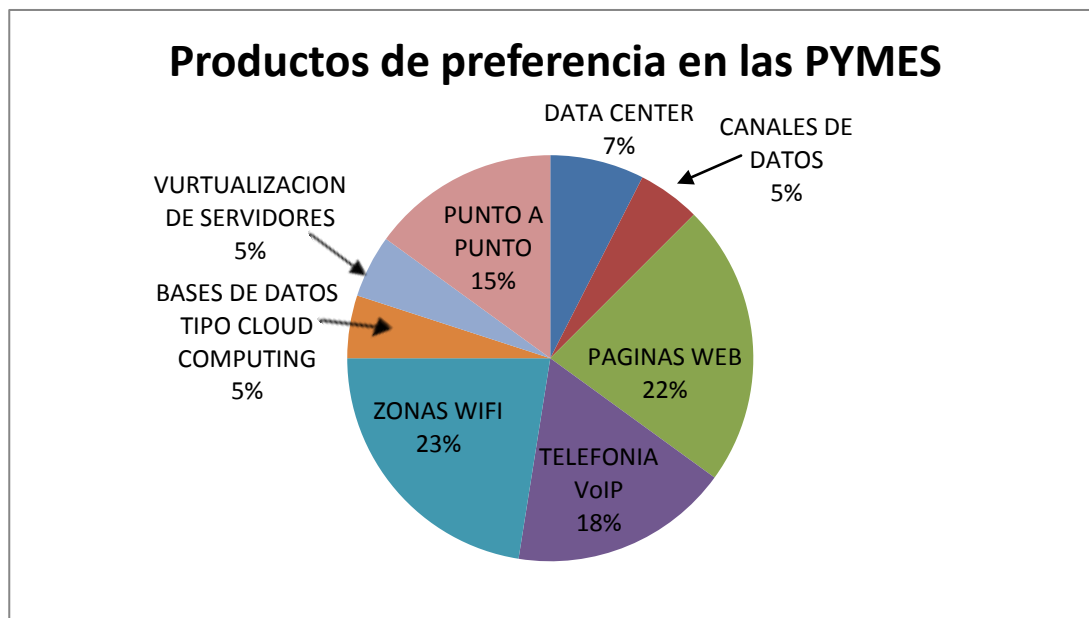
Fuente: Grafica elaborada por el proyectista.

Actualmente los porcentajes de participación del sector de TIC en la ciudad de Palmira, de las empresas encuestadas en este estudio se comporta de la siguiente manera: PC Asistencias 75% , Open Group 11% y otros 14% estos corresponden a empresas del sector que han comercializado con las PYMES pero no se entregó información por parte de estas.

### 13.5 Demanda del producto y servicio

**Grafica 17 DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS, INDIQUE ENTRE 1 Y 5 (DONDE 1 ES EL DE MENOR PREFERENCIA) SE VE EN LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR EN SU EMPRESA DEBIDO A LOS CAMBIOS TECNOLOGICOS Y LOS ENTORNOS QUE DINAMIZAN EL SECTOR DE LAS PYMES** Pregunta

**No. 8**



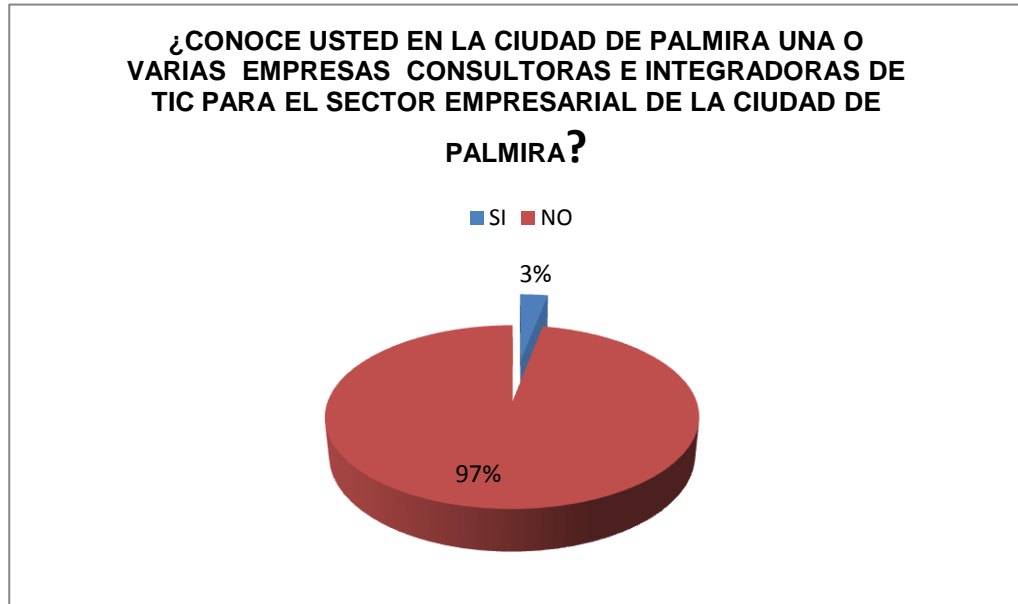
Fuente: Grafica elaborada por el proyectista

Se parte del supuesto de que la estrategia comercial está constituida por 150 empresas PYME de la ciudad de Palmira, sin embargo al realizar la encuesta se pudo determinar porcentualmente el volumen actual de demanda del producto y servicio es alto, a la pregunta: DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS, INDIQUE ENTRE 1 Y 5 (DONDE 1 ES EL DE MENOR PREFERENCIA) SE VE EN LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR EN SU EMPRESA DEBIDO A LOS CAMBIOS TECNOLOGICOS Y LOS ENTORNOS QUE DINAMIZAN EL SECTOR DE LAS

PYMES. Los encuestados respondieron que la creación de páginas web 22%, zonas Wi-Fi 23%, soluciones inalámbricas punto a punto 15% este registro nos permite ver varias cosas que las PYMES no desean simplemente soluciones de Hardware y Software sino utilizar productos y servicios corporativos para que una empresa pueda llegar a ser competitiva y se pueda diferenciarse frente a las demás, debido a ello los cuatro productos iniciales que comercializará TALENTO Y TECNOLOGIA están minuciosamente seleccionados para brindar herramientas útiles de movilidad, presencia en la web, filtración de contenido para aprovechar el tiempo de los empleados y no se vuelva tiempo muerto, nuevas maneras de trabajar creando una cultura organizacional que no se salga de sus objetivos planteados sino que integren proyectos que dinamicen la economía de las PYMES esto es debido a el aprovechamiento del conocimiento ya la integración de la infraestructura con el como hacer las cosas, permita que haya crecimiento y no costosas inversiones o en el peor de los casos hacer implementaciones más grandes de lo que realmente se necesita, está claro que TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S busca soluciones que sean híbridas y que se ajusten con las necesidades de las PYMES para que estas se dediquen a su negocio y TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S a la ingeniería.

Otro aspecto para tener presente es que la empresa debe tomar ventajas sobre sus competidores, ya que existe un 97 % de empresas que no están adquiriendo productos en tecnología ni servicios de asesorías, aunque un 3% no lo hace por considerar que no hay consultoras y asesoras que ofrezcan servicios con altos estándares de calidad que demuestren su confiabilidad al servicio en la Ciudad de Palmira.

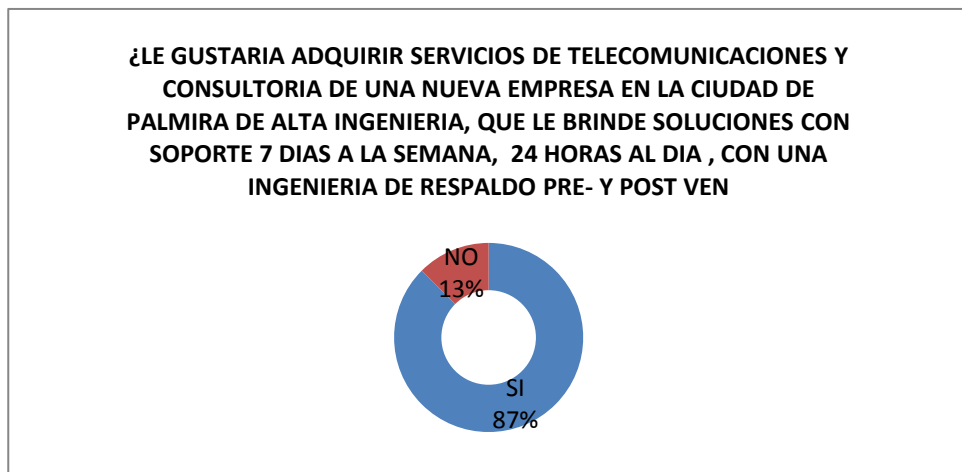
**Grafica 18 ¿CONOCE USTED EN LA CIUDAD DE PALMIRA UNA O VARIAS EMPRESAS DE CONSULTORIA E INTEGRADORAS DE TIC PARA EL SECTOR EN EMPRESARIAL? Pregunta No. 12**



Grafica: elaborada por el proyectista

**Condicionantes de la Demanda**

**Grafica 19 Pregunta No. 7**



Grafica: elaborada por el proyectista



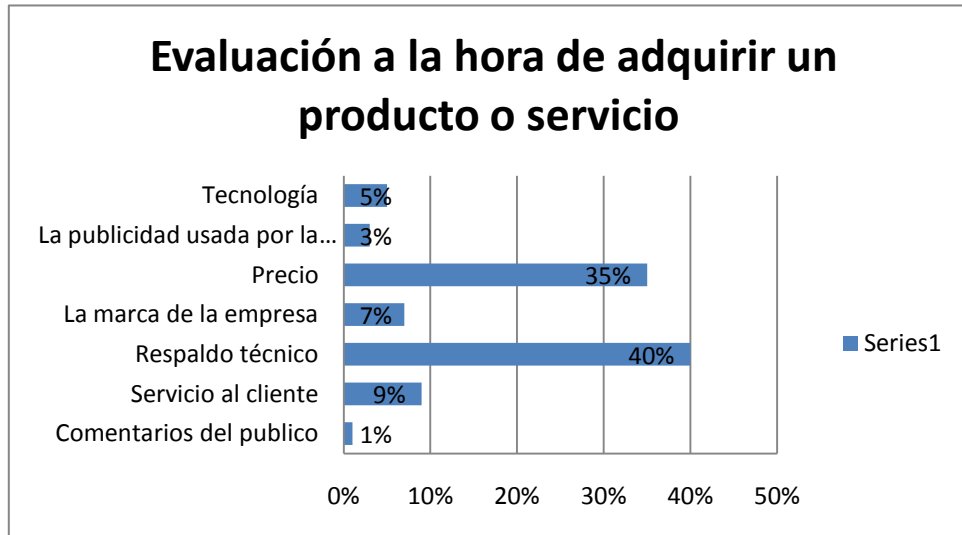
En cada encuesta realizada a los empresarios se tomaron varios minutos informando acerca de las TIC y el papel que ellas cumplen dentro de la organización.

La empresa TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S Debe aprovechar algunas falencias que han tenido las consultoras y las empresas que ofrecen servicios de tecnología ya existentes en el mercado, como también las 15 empresas que se dedican a vender software y hardware que más impacto tienen en la ciudad, TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S para sobresalir entre sus competidores, generando así una mayor demanda que la que existe actualmente.

Una manera de sobresalir en el mercado, sería desarrollando estrategias publicitarias con las necesidades del sector, al mismo tiempo generando capacitaciones donde puedan acceder los gerentes e ingenieros de las PYMES de la ciudad con el fin de actualizarlos en TIC actualizadas.

La pregunta numero 9 de las encuestas permite hacernos una pregunta ¿CUALES SON ENTONCES LAS PRIORIDADES O NECESIDADES BÁSICAS DE UNA PYME PARA QUE SE REALMENTE COMPETITIVA? Las PYMES entre muchas otras cosas se caracteriza por ser empresas que por tener pocos usuarios relativamente prestan un servicio más personalizado y es precisamente eso lo que buscan grandes empresas que los niveles de tiempo de respuesta o escalabilidad de problemas no se extienda en largos niveles si no que permitan dar agilidad a los procesos y solucionar rápidamente, debido a que: según la pregunta No. 9 el 40% de los encuestados buscan soporte técnico oportuno y el 35% a la hora de adquirir un producto busca un buen precio se entiende que una lleva al otra y de acuerdo a sus exigencias, TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S concluye que como mínimo toda PYME debe tener un sistema que centralice su información y gestión atreves de un CRM.

## Grafica 20 Evaluación evalúa alternativas Pregunta No 9



Grafica: elaborada por el proyectista

Eso se traduce que debe haber una red, bien sea o cableado estructurado o inalámbrica para compartir archivos entre los agentes de una oficina, aplicativos o redundancias de sus procesos críticos de la empresa, un servidor que cuente con verdaderas garantías de red como Firewall, spiware o que le pueda permitir filtrar contenidos web para que los empleados se concentren en lo que es necesario en sus horas laborales, un sistema de regulación de energía UPS para proteger los equipos y el servidor y para el tema de movilidad las alternativas de telefonía Ip y cámaras Ip son verdaderas herramientas tecnológicas para que el empresario cuente con sistemas que les ayudara a gestionar, controlar y generar indicadores para la toma de decisiones en base a garantías reales, si el integrador de TELECOMUNICACIONES y la PYME se pueden alinear con este tipo de soluciones que se pueden ir implementando paulatinamente se ganará un importante nicho de mercado que hoy mueve más del 90% de la economía del país.

## **13.6 Matriz DOFA**

### **13.6.1 FORTALEZAS**

Se refiere a todos aquellos aspectos que hacen a la empresa superior en forma comparativa a la competencia directa. Las fortalezas se generan dentro de la empresa y son resultado de la organización de la misma.

- Estudio de mercado realizado para la intermediación comercial de la empresa de consultoría.
- Relación con los proveedores
- Conocimiento de los mercados objetivos
- Conocimiento y relaciones con clientes potenciales por parte del proyectista.
- Base de datos de clientes amplia.
- La ciudad de Palmira no cuenta con empresas consultoras e integradoras de tecnologías de información y comunicación.
- La mayoría de las PYMES presentan interés para invertir en tecnologías de información y comunicación si estas ayudan en su proceso productivo y económico.

### **13.6.2 DEBILIDADES**

Al igual que las fortalezas son internas, representan algún aspecto en el que la empresa es inferior a la competencia. Una debilidad siempre es originada dentro de la empresa y puede ser controlada por la misma.

- Tiempo que se debe emplear para lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado, en el que se acarrean costos.

- No se contaría con recursos suficientes para licitar proyectos de alta ingeniería con empresas más exigentes.
- No se contaría con el tiempo de madurez inscrito en Cámara de Comercio, que exige el medio empresarial.

### **13.6.3 OPORTUNIDADES**

- Es una situación favorable para la empresa se presenta por el movimiento natural del mercado y de la conducta del consumidor. Las oportunidades de mercado son generalmente originadas por él mismo, es decir se dan de manera natural, pero en ocasiones pueden ser generadas por una empresa o sector determinado.
- Para el siguiente proyecto en la actualidad no existen empresas consultoras e integradoras en tecnologías de información y comunicación, inscritas en Cámara de Comercio en la ciudad, por lo tanto se entiende que existe un mercado potencial.
- Factores legales para constituir empresa S.A.S y los beneficios que ella misma ofrece.
- Visión para apertura de nuevos mercados.

### **13.6.4 AMENAZAS**

- Se define como la diferencia entre una situación real y una ideal, es una situación desfavorable para la empresa, se presenta por el movimiento natural del mercado, de la conducta del consumidor o por la mala imagen o falta de información al consumidor.

- Competidores potenciales con buena mano de obra calificada.
  - Relación de los potenciales clientes con la competencia.
- El grado de confianza que tienen las PYMES en el buen nombre de las compañías que ofrecen productos y/o servicios de telecomunicaciones similares a la propuesta de TALENTO Y TECNOLOGIA.

### 13.6.5 MATRIZ

**CUADRO No.8**

	<b>FORTALEZA (F)</b>	<b>DEBILIDADES (D)</b>
	<p>Estudio de mercado realizado para la intermediación comercial de la empresa de consultoría.</p> <p>Relación con los proveedores</p> <p>Conocimiento de los mercados objetivos</p> <p>Conocimiento y relaciones con clientes potenciales por parte del proyectista.</p> <p>Base de datos de clientes amplia.</p> <p>La ciudad de Palmira no cuenta con empresas consultoras e integradoras de tecnologías de información y comunicación.</p> <p>La mayoría de las PYMES presentan interés para invertir en tecnologías de información y comunicación si estas ayudan en su proceso productivo y económico.</p>	<p>Tiempo que se debe emplear para lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado, en el que se acarrean costos.</p> <p>No se contaría con recursos suficientes para licitar proyectos de alta ingeniería con empresas más exigentes.</p> <p>No se contaría con el tiempo de madurez inscrito en Cámara de Comercio, que exige el medio empresarial</p>
<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	<b>ESTRATEGIAS(FO)</b>	<b>ESTRATEGIAS(DO)</b>
<p>En la actualidad no existen empresas consultoras e integradoras en tecnologías de información y</p>	<p>F1, O1 Se ofrecerá excelente servicios Y/o productos en soluciones tecnológicas, con altos estándares de calidad.</p> <p>F2,O2 Ser riguroso con los pagos a proveedores</p>	<p>D1, O1 Ver cada proyecto de comercialización como uno específico generando una confianza en el cliente donde se le implemente una solución en tecnología.</p> <p>D3,O4 Emplear todos los métodos eficientes en e-marketing como : Posicionamiento en la</p>

<p>comunicación, inscritas en Cámara de Comercio en la Ciudad, por lo tanto se entiende que existe un mercado potencial.</p> <p>Proveedores confiables, ya que cumplen con las normas de Calidad.</p> <p>Factores legales para constituir empresa S.A.S y los beneficios que ella misma ofrece.</p> <p>Visión para apertura de nuevos mercados</p>	<p>F3, 04 Llevar a cabo los procesos de negocios de forma exitosa para así crear buena imagen a la empresa y atraer nuevos interesados en las líneas de negocio.</p> <p>F4,07 Tener un alto conocimiento en telecomunicaciones y un alto desempeño en persuasión.</p>	<p>pagina web, facebook, mercado libre y herramientas de S.M.S que fidelicen el cliente en la empresa TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S.</p> <p>D2O4 Buscar un socio capitalista para mejorar la velocidad en el flujo de la empresa.</p>
<b>AMENAZAS (A)</b>	<b>ESTRATEGIAS (FA)</b>	<b>ESTRATEGIAS (DA)</b>
<p>Competidores potenciales con buena mano de obra calificada.</p> <p>Relación de los potenciales clientes con la competencia.</p> <p>El grado de confianza que tienen las PYMES en el buen nombre de las compañías que ofrecen productos y/o servicios de telecomunicaciones similares a la propuesta de TALENTO Y TECNOLOGIA.</p>	<p>F7, A1 Realizar una buena selección de personal, ya que al contar con personal calificado se crea fidelización con los clientes, tras la aparición de nuevos competidores.</p> <p>F3, A1 Realizar rastreo de mercado cada seis meses para detectar posibles incursiones de la competencia y tomar así medidas de manera oportuna y proactiva.</p>	<p>D2,A1 Utilizar entrevistas para investigar como nos encontramos con referencia a la competencia y así realizar planes de acción a corto plazo.</p> <p>D1A2 Utilizar pólizas de garantía del trabajo realizado para el cliente</p>

Fuente: Elaborada por proyectista

## **14. ESTUDIO TECNICO**

### **14.1. Localización del Proyecto.**

La atención, comercialización y negociación se prestará en una de las oficinas administrativas en el centro comercial Llano Grande Plaza, ubicado sobre la Calle 31, tan solo a 3 Minutos, vía Cali, Se encuentra localizado en la ciudad de Palmira, ciudad perteneciente al departamento del Valle del Cauca, y donde su ubicación geográfica corresponde al Sur-Occidente.

Se trata de lujosas oficinas destinadas para el uso administrativo, contando además con amplias Zonas de parqueo para empleados y clientes, centro comercial y plazoleta de comidas, tiene 5 años su construcción y está ubicada en un sector de mayor crecimiento urbanístico y comercial en la ciudad.

### **14.2. Estudio de la construcción.**

Construcciones modernas, aptas para el desarrollo de la construcción.

Accesibilidad peatonal: Una por la carrera 44 y calle 31

Accesibilidad Vehicular: una por la calle 31 y otra por la calle 44

Servicios: el local comercial cuenta con todas las redes municipales y

### **Servicios Públicos.**

**Energía:** EPSA S.A.

**Agua potable:** ACUAVALLE

**Teléfonos:** TELEPALMIRA

**Alcantarillado:** ACUAVALLE

**Internet:** MEDIA COMMERCE

### **14.3. Ubicación del entorno.**

### **14.4. Datos generales de la ciudad de Palmira<sup>45</sup>**

Palmira es una ciudad del departamento del Valle del Cauca en Colombia; localizada en la región sur del departamento. Ubicada en la ribera oriental del Río Cauca, segunda población en importancia del departamento, es centro de grandes ingenios azucareros, según el censo de 2005 tiene una población de 284.470 habitantes, esta ciudad está a 22 km de Santiago de Cali, la capital. Se le llama Capital Agrícola de Colombia de acuerdo a ley de la República, sus límites son Al norte con el municipio de El Cerrito ,al oriente, sobre la Cordillera Central, con el Departamento del Tolima , al sur con los municipios de Pradera y Candelaria, al occidente con la ciudad de Santiago de Cali y los municipios de Yumbo y Vijes. El área de la ciudad es de 1.162 km<sup>2</sup> donde 22.89 Km<sup>2</sup> son zona urbana y 1.139Km<sup>2</sup> corresponden al área rural. Se distinguen en el Municipio dos zonas topográficamente diferentes: Una ubicada al Occidente del Municipio que hace parte del fértil Valle del alto Cauca y una montañosa al Oriente que corresponde a la vertiente occidental de la Cordillera Central de los Andes.

Su clima es variado y va desde el piso térmico cálido con una temperatura promedio de 20°C y una extensión de 383Km<sup>2</sup>, hasta el clima páramo entre los 2000 y 3000 metros sobre el nivel del mar con temperaturas entre 12° y 17° y una extensión de 298 Km<sup>2</sup>. Las condiciones óptimas de localización del Municipio le permiten la comunicación vial con el Centro, el Norte, Sur y el Occidente del país y la potencialidad de comunicación terrestre con el oriente, a través de los Departamentos del Tolima y Huila.

Palmira con sus vías terrestres de acceso logra fácilmente realizar su intercambio

---

<sup>45</sup> [www.fundacionprogresamos.org.co](http://www.fundacionprogresamos.org.co)



mercantil ágil y oportuno, el cual se fortalece a nivel internacional con la cercanía al Puerto de Buenaventura.

#### **14.5. TAMAÑO DEL PROYECTO**

Se ha estimado vender aproximadamente 192 millones de pesos en el primer año, en la comercialización de servicios y productos de Tecnología de información y comunicación para las PYMES en la Ciudad de Palmira.

#### **14.6. DEFINICION DEL SERVICIO**

La venta de servicios convergentes en telecomunicaciones y auditorias para las empresas de la ciudad de Palmira consiste en realizar los trabajos que puedan ser ejecutados con el equipo técnico y realizar sinergias en modelos de Outsourcing para obtener precios muy competitivos con empresas que tengan unos excelentes estándares de calidad en sus servicios y hardware, teniendo en cuenta las exigencias del mercado global. Consecutivamente se ejecuta un plan comercial para este caso con una base de datos de la Cámara de comercio de la ciudad de Palmira, para alcanzar los clientes potenciales que desea la organización, se realizaran visitas programadas y de manera presencial se realizara una pequeña encuesta donde se realice un diagnostico tecnológico general de la empresa que se visita y se comienza a desarrollar una pequeña presentación donde incluya todo el portafolio de productos.

La mayor herramienta de diferenciación es un optimo servicio al cliente, productos que cumplan con las normas de calidad a nivel mundial y certificación de los productos es decir que cada trabajo cumpla normas como ISO, como política se asumió trabajar con hardware y software que lleven menos de un año de vigencia comercial (Para el caso de software no se aceptaran pruebas o BETA), para todo el tema de soporte se tendrá habilitada una línea 018000 o web site con un rango de escalamientos comenzando en un primer nivel al técnico que reciba la llamada

y genere un numero de caso o ticket, se alimentara el numero de caso en un CRM (Customer Relationship Management) Software para la administración y gestión de la relación con el cliente, inmediatamente se le brindara un soporte remotamente desde un call center 7 días a la semana 24 horas al día, si no es suficiente para dar solución al daño como segunda instancia se escala el caso a técnico de soporte en sitio (tiempo estimado 3 horas), que junto con el departamento de ingeniería se le dará solución al problema, de no ser solucionado pasa a un tercer nivel del escalamiento y el ingeniero encargado del proyecto debe dar solución (tiempo estimado 6 horas) y si no es solucionado como cuarta y última instancia pasa el caso a la gerencia (tiempo estimado 8 horas).

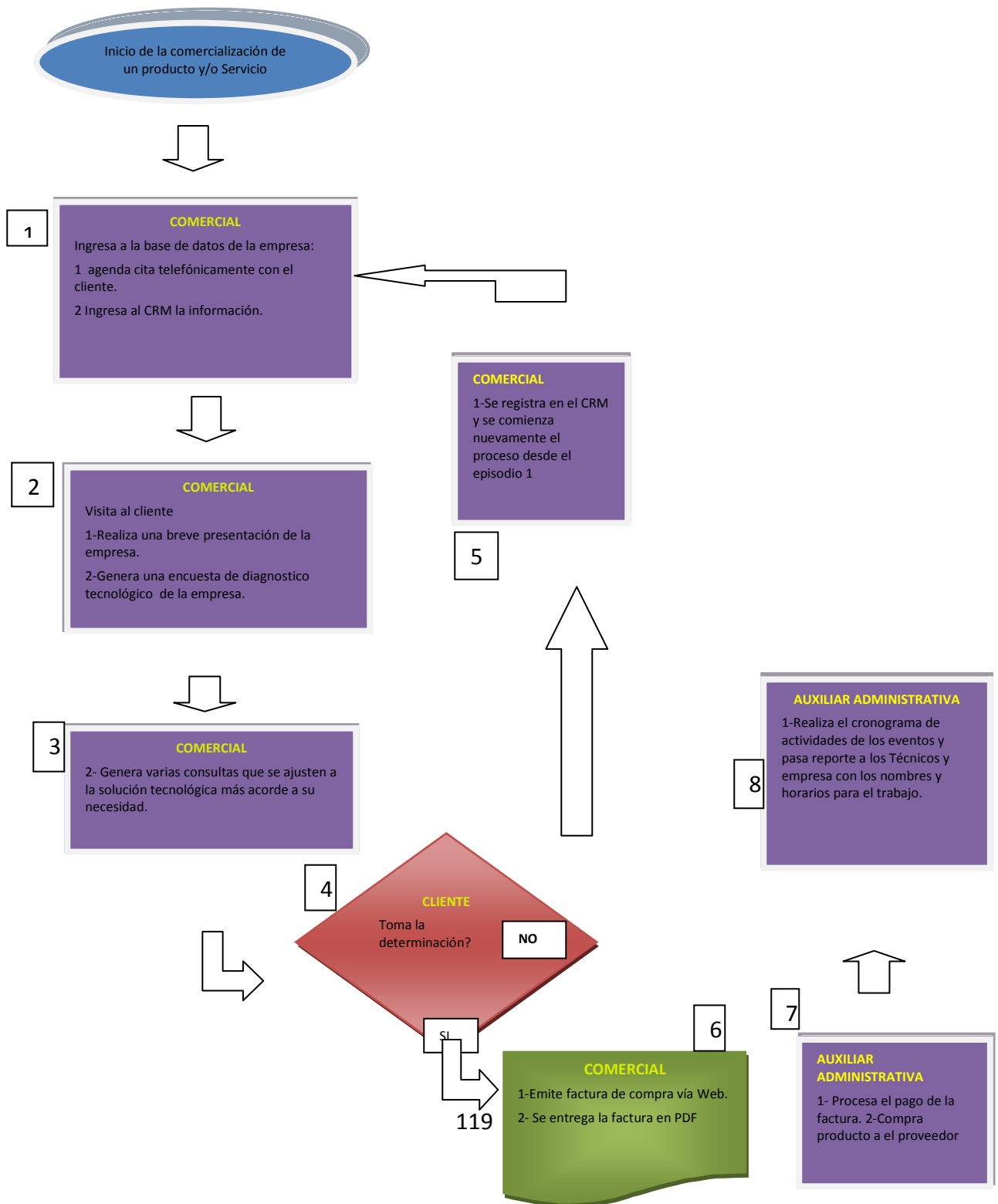
Cada proyecto es único y diferente en el medio de las telecomunicaciones es decir que cada proyecto cuenta con: una preventa, pólizas de cumplimiento (si se requiere) y tiene varias personas responsables de: nivel bajo en la parte técnica, nivel medio en personas que toman decisiones a nivel ejecutiva y alto nivel gerencia para darle mas formalidad a cada uno de los proyectos ejecutados por TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S.

#### **14.7. OPTIMIZACION DEL PROCESO DEL SERVICIO**

Para llevar a cabo la intermediación comercial en la prestación de servicios convergentes en telecomunicaciones y la integración de la misma con hardware. Los equipos que se necesitan para prestar el servicio se encuentran disponibles todo el año en las cantidades que se requieran, en las ciudades de Cali, Bogotá.

## 14.8. FLUJOGRAMA DE PROCESOS.

### FLUJOGRAMA DEL PROCESO PARA LA COMERCIALIZACION DE UN PRODUCTO Y/O SERVICIO AL CLIENTE FINAL DE LA EMPRESA TALENTO Y TECNOLOGIA.



## 14.9. EQUIPOS NECESARIOS PARA EL PROCESO

Tabla 10 **Equipo de oficina, computo y vehículos.**

<b>EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y VEHICULOS</b>		
1	PUESTO TIPO JEFE 150 X 180	966.280
1	PUESTO SECRETARIA 150 X 165	946.560
3	PANEL SUPERFICIE SENCILLA Y ARCHIVADOR	2.070.650
4	SILLAS REF RAIN SIN TAPIZAR	690.432
4	PC de escritorio marca Dell	4.600.000
1	impresora multifuncional HP	810.000
2	Juego de Herramientas	1.200.000
1	Cafetera	60.000
2	Aire acondicionado Lg Neo plasma	2.600.000
1	Video Beam Epson S8 2500 Lumens Svga Portatil	1.180.000
2	Portatil HP Pavilion 2100	2.200.000
1	Camioneta Luv 2300	20.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>37.323.922</b>

Fuente: elaborado por el proyectista

## 14.10. TALENTO HUMANO PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL SERVICIO

Tabla 11 **TALENTO HUMANO REQUERIDO**

<b>TALENTO HUMANO REQUERIDO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• GERENTE T.I</li> </ul>
ASISTENTE ADMINISTRATIVA-SECRETARIA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 TECNICOS Y CONSULTORES EN T.I</li> </ul>

Fuente: elaborado por el proyectista

## 14.11. PERSONAL REQUERIDO.

Tabla 12 Personal requerido

PERSONAL REQUERIDO		
1	GERENTE T.I	\$1,500,000 Honorarios
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	\$800,000
1	TECNICO Y CONSULTOR EN T.I	\$650,000
1	TECNICO Y CONSULTOR EN T.I	\$650.000

Fuente: elaborado por el proyectista

## 14.12. MANUAL DE FUNCIONES

- **El Gerente T.I :**

Actúa como representante legal de la consultora, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados . Es responsable por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás gerentes funcionales planea, dirige y controla las actividades de la consultora. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales. Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área técnica y de aplicación de los productos y servicios. Es la imagen de la empresa en el ámbito externo, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo. Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los

servicios que ofrecemos, maximizando el valor de la empresa. Sus principales funciones:

- Liderar el proceso de planeación estratégica, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.

- **ASISTENTE ADMINISTRATIVO**

Este cargo implica las siguientes responsabilidades:

- Atención a clientes.
- Realizar los cobros de las ventas de contado.
- Manejo de caja menor.
- Manejo de suministros de oficina.
- Coordinación de los viajes de las diferentes personas. (Técnicos y Gerentes)
- Elaboración de memos y cartas
- Asistencia directa de Gerencias.
- Coordinación de las compras que solicita Gerencia.
- Control del fax y correspondencia.
- Cobros a clientes de acuerdo al listado entregado por el Gerente Financiero.
- Ingreso de datos al sistema.
- Mantener un control de los servicios básicos que hay que pagar. (se pasa un reporte mensual de los que hay que pagar).

- **TECNICO Y CONSULTOR EN T.I**

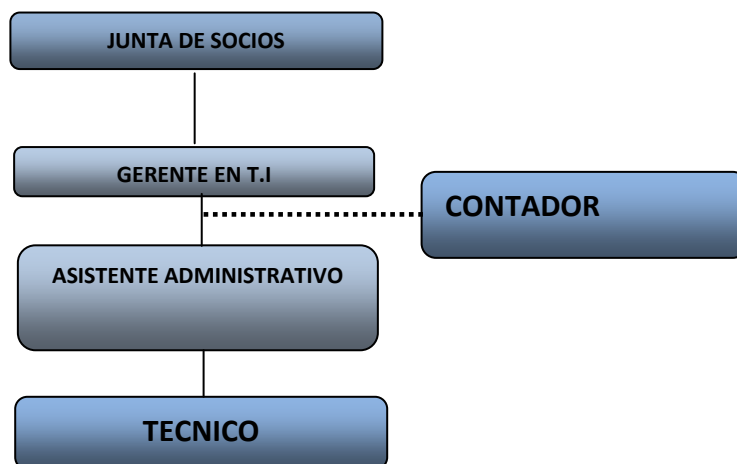
**RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES:** Proporcionar Servicio y Asesoría Técnica a los clientes sobre los productos de la compañía. - Soporte a cliente en servicio preventa y postventa, usos, cuidados, manejo de los productos y puesta en marcha- Brindar información telefónica o personal a clientes internos y externos sobre los requerimientos que tengan relacionados con los productos.

- Encargado de las consultorías a realizar.
- Tiene la responsabilidad del cumplir el trabajo asignado en el tiempo establecido, bajo las condiciones establecidas entre el cliente y siempre con calidad y optimizando el uso de los materiales.

**CONOCIMIENTOS TECNICOS:**

Básicos en Electricidad, Excelente redacción Manejo de Office. Word, Excel, mantenimiento y reparación en computadores, redes WAN y LAN, conceptos básicos de CIS

**14.13. ORGANIGRAMA**



#### **14.14. DISTRIBUCION DE LA PLANTA**

La oficina es uno de los elementos más característicos de la sociedad contemporánea, pues sólo existe desde hace cien años.

Actualmente, sabemos que el entorno físico en el que trabajamos afecta a nuestra efectividad. Por ello, es importante a través de la distribución y la decoración podemos favorecer el ambiente laboral y la eficiencia en el trabajo.

La ubicación en la oficina, contará con 4 mesas móviles ya que estas permiten la interacción entre equipos de trabajo, se contará con un puesto tipo recepción que permita la atención al público, Oficina para gerencia y un espacio para sala de juntas.

#### **14.15. DISTRIBUCION**

La oficina contará con un área de 16 metros cuadrados, donde habría un área de 1.28 Mts para el panel de recepción, un espacio para gerencia de 2 X 2 mtrs con mueble modular de 1.28Mts dos muebles modulares móviles de 1.66 mts y una especie de cocina para un mejor ambiente laboral.



## 15. MARCO LEGAL O JURIDICO

La empresa no tiene impedimentos legales para funcionar adecuadamente, se deben tener en cuenta aspectos legales o de regulación para la operación de la misma.

**15.1. Tipo de empresa a constituir:** En Colombia, según la Constitución de 1991 en el artículo 38 se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad, se les permite a los particulares constituir compañías, asociaciones y fundaciones, mientras no sean contrarias a la moral u orden social.

La intermediación comercial en la negociación internacional de **TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S** donde la Ley 1258 de 2008 nos permite acceder a conformar una sociedad sin las formalidades que se requerían en algunos otros casos, con una estructura y organización sencilla, logrando que cualquier persona pueda acceder rápidamente a constituir su sociedad por acciones simplificadas S.A.S.

**15.2. Registro Mercantil:** La empresa deberá matricularse en el Registro Mercantil, que tendrá por objeto llevar la matrícula a los comerciantes y la de los establecimientos de comercio, la inscripción de todos los actos, libros y documentos, los cuales exige la Ley en el artículo 26 del código de comercio.

**15.3. Compromisos con los empleados: TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S**

debe cumplir con ciertas normas legales con sus empleados, como son:

- Inscribirlos ante la Administración de Riesgos Profesionales.
- Afiliarlos al Sistema de Seguridad Social.
- Afiliarlos a un fondo de Cesantías
- Inscribirlos en una caja de compensación.
- Elaborar el reglamento de trabajo e inscribirlos en el ministerio de protección social.

**15.4. Inscripción del Rut ante la DIAN: TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S** deberá inscribir el Rut ante la Cámara de Comercio con el fin de poder ser identificada, ubicada y clasificada según la razón social.

**15.5. Impuesto de Industria y Comercio:** TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S está obligado a inscribirse en la dirección de Rentas de la secretaria de hacienda Municipal Palmira, al inicio de las actividades, este impuesto recae sobre y todas las actividades industriales, comerciales y de servicios (Acuerdo 17 de 2008).

## 16. ESTUDIO ECONOMICO

En esta fase del proyecto se ha logrado determinar la existencia de un mercado potencial importante para la ejecución del mismo. Por esta razón y teniendo en cuenta que no hay impedimento técnico alguno para la continuación del mismo, se procede a estimar los recursos económicos necesarios para su ejecución.

### 16.1. Presupuesto de costos de operación:

**16.2. Costos de personal:** para el funcionamiento normal de la sociedad TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S, se hace necesario contar con una planta de dos personas, de la cual se discrimina de la siguiente manera. Nota: el pago mensual del Gerente de la sociedad TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S. se maneja como honorarios debido a que es el mayor accionario de la compañía y sus costos de nomina encarecen en primera instancia los gastos fijos, por esta razón no se relaciona en la siguiente tabla, sino que afecta la cuenta llamada honorarios.

Tabla 13 Costos personal

COSTOS PERSONAL		
PERSONAL	Sueldo mes	Sueldo Año
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	\$ 515.000	\$6.180.000
TECNICO Y CONSULTOR 1	\$ 600.000	\$ 7.200.000

Fuente: Tabla elaborada por el proyectista

La mano de obra se va a cancelar de la siguiente manera:

**Tabla 14 NOMINA**

CARGO	SALARIO	AUX. TRANS	CESANTIAS	INT. CESANT	PRIMA	VACACIONES	SALUD	PENSION	ARP	PARAFISCALES	TOTAL MES	TOTAL AÑO
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	515.000	61.500	48.042	5.765	48.042	257.500	43.775	61.800	2.688	46.350	1.090.462	13.085.540
TECNICO Y CONSULTOR EN T.I	600.000	61.500	55.125	6.615	55.125	300.000	51.000	72.000	14.616	54.000	1.269.981	15.239.772
<b>TOTAL</b>											<b>2.360.443</b>	<b>28.325.312</b>

Fuente: Tabla elaborada por el proyectista

### 16.3. Costos de activos

La empresa TALENTO Y TECNOLOGIA S.AS. es una comercializadora de productos y servicios de Telecomunicaciones, pero su principal materia prima es el know how adquirido por varios años de experiencia en el sector, es conveniente tomar los activos necesarios para el inicio de operaciones como parte de su costo de operación los cuales se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 15 EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y VEHICULOS**

<b>EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y VEHICULOS</b>		
1	PUESTO TIPO JEFE 150 X 180	\$ 966.280
1	PUESTO SECRETARIA 150 X 165	\$ 946.560
3	PANEL SUPERFICIE SENCILLA Y ARCHIVADOR	\$ 2.070.650
4	SILLAS REF RAIN SIN TAPIZAR	\$ 690.432
4	PC de escritorio marca Dell	\$ 4.600.000
1	impresora multifuncional HP	\$ 810.000
2	Juego de Herramientas	\$ 1.200.000
1	Cafetera	\$ 60.000
2	Aire acondicionado Lg Neo plasma	\$ 2.600.000
1	Video Beam Epson S8 2500 Lumens Svga Portatil	\$ 1.180.000
2	Portatil HP Pavilion 2100	\$ 2.200.000
1	Camioneta Luv 2300	\$ 20.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 37.323.922</b>

Fuente: Tabla elaborada por el proyectista.

## 16.4. Gastos legales

**Tabla 16 GASTOS LEGALES**

<b>GASTOS LEGALES</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Constitución S.A.S Cámara de comercio	\$ 889.600
Industria y comercio	10 X 1000 Año vencido
Registro de libros	\$ 63.000

Fuente: Tabla elaborada por proyectista con base en:

- (1) Consulta en [www.crearempresa.com.co](http://www.crearempresa.com.co)
- (2) Alcaldía de Palmira

**16.5. Otros gastos de operación:** En este rubro se tiene en cuenta el costo del alquiler de la oficina y la administración de la misma, los servicios de celular, telefonía, internet y publicidad.

Tabla 17 Otros gastos de operación presupuestados para el año 2010

Otros gastos de operación presupuestados para el año 2010		
Concepto	Valor/mes	Valor/año
Celular	\$ 160.000	\$1920.000
Telefonía fija	\$ 32.000	\$384.000
Internet	\$ 60.000	\$720.000
Publicidad	\$ 60.000	\$720.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$312.000</b>	<b>\$3.744.000</b>

Fuente: Tabla elaborada por proyectista

### 16.6. Total gastos de operación

Se determino que TALENTO Y TECNOLOGIA aplicara para cada año el 3,05% en sus gastos proyectados este será el incremento porcentual de los gastos de un año a otro, se obtuvo información entre 2009 y 2014 teniendo en cuenta el promedio de de la inflación entre estos 6 años y su comportamiento según DANE, BANCO DE LA REPUBLICA Y DNP.

Tabla 18 GASTOS – MES

GASTOS – MES	
Servicios Públicos	252.000
Publicidad	60.000
Arrendamiento	800.000
Depreciación	555.449

Transporte	100.000
Papelería	50.000
Honorarios Gerente	1.300.000
Honorarios Contador	300.000

Fuente: Tabla elaborada por proyectista

## 16.7. PRESUPUESTOS DE INGRESOS

Teniendo en cuenta que nuestro plan de ventas para el primer año se estima en la comercialización de servicios y productos de TIC a 32 empresas de las 150 empresas seleccionadas con un valor promedio de compra de \$6.000.000 cada una según la pregunta No.4 del presente estudio investigativo, se presupuestan ingresos anuales de \$192.000.000.

Para el segundo año se estima un 15% de incremento en las empresas atendidas con respecto al primer año lo que generaría unos ingresos anuales de \$228.000.000 y 37 empresas atendidas.

Para el tercer año se estima un 27% de incremento en las empresas atendidas con respecto al segundo año lo que generaría unos ingresos anuales de \$256.000.000 y 41 empresas atendidas.

Para el cuarto año se estima un 39% de incremento en las empresas atendidas con respecto al año anterior, lo que generaría unos ingresos anuales de \$291.000.000, Es decir que para este año se tendrían 46 empresas atendidas.

Para el quinto año se estima un 47% de incremento en las empresas atendidas con respecto al año anterior, lo que generaría unos ingresos anuales de \$322.000.000, es decir que para este año se tendrían 50 empresas atendidas.

De acuerdo al objetivo de la empresa y sus metas TALENTO Y TECNOLOGIA

entre más de 5800 PYMES que existen en la ciudad de Palmira, observó que 150 empresas cumplen con las características de su mercado objetivo dispuesto a comprar, debido a esto la empresa destina sus esfuerzos comerciales a 32 empresas para el primer año.

Para determinar el presupuesto de ingresos de los siguientes años se investigó el comportamiento del IPC tomando 4 años atrás y 4 años proyectados después del 2010, donde se obtuvo un promedio de 4,02% según el Banco de la República, además se realizó el mismo ejercicio con el comportamiento del sector de Telecomunicaciones tomando 4 años atrás y 4 años proyectados después del 2010 encontrando un promedio del 11,5% según Comisión de Regulación de Telecomunicaciones, este siendo uno de los sectores de mayor crecimiento y dinamismo del país superando el PIB a nivel nacional, teniendo en cuenta estos factores la empresa TALENTO Y TECNOLOGIA suma estos porcentajes y lo incrementa año a año acumulativamente, en función de las empresas que desea alcanzar cada año. Debido a la tendencia de crecimiento se ve con mucho optimismo el mercado de TIC y se espera alcanzar las proyecciones y metas propuestas.

## 16.8. PRESUPUESTO DE RECAUDO

Dentro el presupuesto se empleará el siguiente modo de recaudo:

Tabla 19 MODO DE RECAUDO

MODO DE RECAUDO	
Porcentaje	Recaudos
50%	Adelantado
50%	Contra entrega a satisfacción

Fuente: Tabla elaborada por proyectista



## 16.9. PAGO DE PROVEEDORES

La política de pago de proveedores se realizara de la siguiente manera:

Tabla 20 PAGO A PROVEEDORES

PAGO A PROVEEDORES	
Porcentaje	CONCEPTO
50%	Adelantado
50%	Pago 30 días

Fuente: Tabla elaborada por proyectista

## 16.10. INVERSIÓN DEL PROYECTO

En este punto se determina la inversión en activos fijos y diferido necesaria para poder iniciar las operaciones de TALENTO Y TECNOLOGIAS SAS de manera eficiente y oportuna. De igual manera, se determinará el capital de trabajo necesario para el mismo fin.

Dentro de los activos fijos se tiene en cuenta el valor obtenido en el presupuesto; para el cálculo del activo diferido se tiene en cuenta el valor de los gastos legales por considerarse el gasto intangible por el cual se atienden las leyes impositivas a tener en cuenta dentro del proyecto; el capital de trabajo, corresponde al aporte necesario para poder iniciar la prestación del servicio.

Tabla 21 Costo de activos

<b>EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y VEHICULOS</b>		
1	PUESTO TIPO JEFE 150 X 180	\$ 966.280
1	PUESTO SECRETARIA 150 X 165	\$ 946.560
3	PANEL SUPERFICIE SENCILLA Y ARCHIVADOR	\$ 2.070.650
4	SILLAS REF RAIN SIN TAPIZAR	\$ 690.432
4	PC de escritorio marca Dell	\$ 4.600.000
1	impresora multifuncional HP	\$ 810.000
2	Juego de Herramientas	\$ 1.200.000
1	Cafetera	\$ 60.000
2	Aire acondicionado Lg Neo plasma	\$ 2.600.000
1	Video Beam Epson S8 2500 Lumens Svga Portatil	\$ 1.180.000
2	Portatil HP Pavilion 2100	\$ 2.200.000
1	Camioneta Luv 2300	\$ 20.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 37.323.922</b>

Fuente: Tabla elaborada por el proyectista.

Tabla 22 Gastos legales

<b>GASTOS LEGALES</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Constitución S.A.S Cámara de comercio	\$ 889.600
Industria y comercio	10 X 1000 año vencido
Registro de libros	\$ 63.000

Fuente: Tabla elaborada por el proyectista.

## 16.11. BALANCE GENERAL INICIAL

El balance general inicial mostrará la aportación neta que deberá realizar la sociedad TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S.

Tabla 23 Balance general inicial TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S.

TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S					
BALANCE GENERAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>					
Disponible	39.826.557	66.375.341	92.485.558	118.624.147	147.355.946
Propiedad, Planta y Equipo	37.323.922	37.323.922	37.323.922	37.323.922	37.323.922
(-) Depreciación Acumulada	(6.665.392)	(13.270.784)	(19.876.177)	(26.481.569)	(33.086.961)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>70.485.087</b>	<b>90.428.479</b>	<b>109.933.303</b>	<b>129.466.500</b>	<b>151.592.907</b>
<b>PASIVOS</b>					
Impuestos	4.746.479	9.675.257	13.238.368	17.719.139	22.460.936
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>4.746.479</b>	<b>9.675.257</b>	<b>13.238.368</b>	<b>17.719.139</b>	<b>22.460.936</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Utilidad del Ejercicio	5.738.608	15.014.613	21.680.322	30.067.039	39.064.931
Utilidad del Ejercicio Anterior	-	5.738.608	15.014.613	21.680.322	30.067.039
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>65.738.608</b>	<b>80.753.221</b>	<b>96.694.935</b>	<b>111.747.361</b>	<b>129.131.971</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>70.485.087</b>	<b>90.428.479</b>	<b>109.933.303</b>	<b>129.466.500</b>	<b>151.592.907</b>

Fuente: tabla elaborada por el proyectista.

## 16.12. ESTADOS DE RESULTADOS .

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

La primera parte consiste en analizar todos los elementos que entran en la compra-venta de mercancía hasta determinar la utilidad o pérdida del ejercicio en ventas. Esto quiere decir la diferencia entre el precio de costo y de venta de las mercancías vendidas.

Para determinar la utilidad o pérdida en ventas, es necesario conocer los siguientes resultados:

Ventas netas, Compras totales o brutas, Compras netas, Costo de lo vendido.

**Tabla 24 PRECIO DE VENTA POR PRODUCTOS**

<b>PRECIO DE VENTA POR PRODUCTOS</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>PRECIO</b>
NETWORKING-REDES W-LAN	641.160
PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI	1.601.600
SEGURIDAD ELECTRONICA	1.918.500
CENTRALITA TELEFÓNICA IP	1.753.440

**Tabla 25 PORCENTAJE DE VENTAS ESTIMADO POR PRODUCTO - POR AÑO**

<b>PORCENTAJE DE VENTAS ESTIMADO POR PRODUCTO - POR AÑO</b>					
<b>%VENTAS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
NETWORKING-REDES W-LAN	18%	16%	14%	10%	6%
PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI	5%	7%	9%	11%	13%
SEGURIDAD ELECTRONICA	17%	14%	9%	8%	6%
CENTRALITA TELEFÓNICA IP	60%	63%	68%	71%	75%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabla 26 ESTIMADO DE VENTAS POR CANTIDADES Y PRESUPUESTO ANUAL**

<b>Estimado de ventas por cantidades y presupuesto anual</b>										
<b>INGRESOS</b>	<b>AÑO 1</b>		<b>AÑO 2</b>		<b>AÑO 3</b>		<b>AÑO 4</b>		<b>AÑO 5</b>	
		192.000.000		222.000.000		246.000.000		276.000.000		300.000.000
	<b>CANT</b>	<b>VENTAS POR PRODUCTO</b>	<b>CANT</b>	<b>VENTAS POR PRODUCTO</b>	<b>CANT</b>	<b>VENTAS POR PRODUCTO</b>	<b>CANT</b>	<b>VENTAS POR PRODUCTO</b>	<b>CANT</b>	<b>VENTAS POR PRODUCTO</b>
NETWORKING-REDES W-LAN	54	34.560.000	55	35.520.000	54	34.440.000	43	27.600.000	28	18.000.000
PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI	6	9.600.000	10	15.540.000	14	22.140.000	19	30.360.000	24	39.000.000
SEGURIDAD ELECTRONICA	17	32.640.000	16	31.080.000	12	22.140.000	12	22.080.000	9	18.000.000
CENTRALITA TELEFÓNICA IP	66	115.200.000	80	139.860.000	95	167.280.000	112	195.960.000	128	225.000.000

**Tabla 27** CUADRO DE COSTOS DE VENTAS

CUADRO DE COSTOS DE VENTAS										
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	CANT	COSTO POR PRODUCTO	CANT	COSTO POR PRODUCTO	CANT	COSTO POR PRODUCTO	CANT	COSTO POR PRODUCTO	CANT	COSTO POR PRODUCTO
	NETWORKING-REDES W-LAN	54	19.813.896	55	20.180.820	54	19.813.896	43	15.777.732	28
PUNTO A PUNTO INALÁMBRICO Y ZONA WI-FI	6	4.975.800	10	8.293.000	14	11.610.200	19	15.756.700	24	19.903.200
SEGURIDAD ELECTRONICA	17	19.478.889	16	18.333.072	12	13.749.804	12	13.749.804	9	10.312.353
CENTRALITA TELEFÓNICA IP	66	67.911.624	80	82.317.120	95	97.751.580	112	115.243.968	128	131.707.392
<b>COSTO DE VENTA TOTAL</b>		112.180.209		129.124.012		142.925.480		160.528.204		172.196.817

**Tabla 28** ESTADOS DE RESULTADOS

<b>TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos por Ventas	192.000.000	222.000.000	246.000.000	276.000.000	300.000.000
Ingresos por Servicios	-	6.000.000	10.000.000	15.000.000	22.000.000
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>192.000.000</b>	<b>228.000.000</b>	<b>256.000.000</b>	<b>291.000.000</b>	<b>322.000.000</b>
Costo de Ventas	112.180.209	129.124.012	142.925.480	160.528.204	172.196.817
Costo Servicio (consultoría)	-	3.000.000	5.000.000	7.500.000	11.000.000
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>112.180.209</b>	<b>132.124.012</b>	<b>147.925.480</b>	<b>168.028.204</b>	<b>183.196.817</b>
<b>UTILIDAD EN VENTAS</b>	<b>79.819.791</b>	<b>95.875.988</b>	<b>108.074.520</b>	<b>122.971.796</b>	<b>138.803.183</b>
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>	<b>28.325.312</b>	<b>29.189.234</b>	<b>30.079.505</b>	<b>30.996.930</b>	<b>31.942.337</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>					
Servicios Públicos	3.024.000	3.116.232	3.211.277	3.309.221	3.410.152
Publicidad	720.000	741.960	764.590	787.910	811.941
Arrendamiento	9.600.000	9.892.800	10.194.530	10.505.464	10.825.880
Depreciación	6.665.392	6.605.392	6.605.392	6.605.392	6.605.392
Transporte	1.200.000	1.236.600	1.274.316	1.313.183	1.353.235
Papelería	600.000	618.300	637.158	656.591	676.618
Honorarios Gerente	15.600.000	16.075.800	16.566.112	17.071.378	17.592.055
Honorarios Contador	3.600.000	3.709.800	3.822.949	3.939.549	4.059.705
Impto Ind. Y Cio	1.920.000	2.280.000	2.560.000	2.910.000	3.220.000
<b>TOTAL GASTOS GRALES</b>	<b>42.929.392</b>	<b>44.276.884</b>	<b>45.636.325</b>	<b>47.098.688</b>	<b>48.554.979</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTOS</b>	<b>8.565.087</b>	<b>22.409.870</b>	<b>32.358.690</b>	<b>44.876.178</b>	<b>58.305.868</b>
<b>IMPUESTO DE RENTA</b>	<b>2.826.479</b>	<b>7.395.257</b>	<b>10.678.368</b>	<b>14.809.139</b>	<b>19.240.936</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>5.738.608</b>	<b>15.014.613</b>	<b>21.680.322</b>	<b>30.067.039</b>	<b>39.064.931</b>

Fuente: tabla elaborada por el proyectista

## 16.13. INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores financieros permiten establecer la relación entre los valores del presente informe.

**16.13.1 Índice de liquidez:** los indicadores de liquidez muestran la posibilidad de convertir el valor de una cuenta en dinero efectivo para responder por exigencias a corto plazo.

**16.13.2 Razón corriente:** indica la capacidad que posee la empresa para atender los compromisos de corto plazo con los recursos disponibles en el mismo lapso, por lo que se relacionan los activos corrientes.

*Razón corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente*

$$RC = \$ 36.806.766 / \$ 3.749.948 = 9.8$$

**RC = 9.8**

Este indicador nos muestra que por cada peso de deuda a corto plazo, la empresa cuenta con \$9.8 para cubrirla.

**16.13.3 Índice de endeudamiento:** los indicadores de endeudamiento son las razones financieras que permiten establecer el nivel de endeudamiento de la empresa o lo que es igual a establecer la participación de los acreedores sobre los activos de la empresa. De esta manera se conocerá la capacidad para acceder a nuevos créditos.

**16.13.4 Razón de deuda:** indica el grado de participación de los acreedores en la financiación de los activos de la compañía.

*RD = Pasivo total / Activo total*

$$RD = \$ 3.749.948 / \$ 67.465.296 = 0.05$$

**RD = 0.05 \* 100 = 5.5%**

Este indicador muestra que por cada peso invertido en el activo de la sociedad, corresponde el 5.5% al pasivo de la misma.

**16.13.5 Indicadores de rentabilidad:** Son aquellos indicadores financieros que

sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera convertir ventas en utilidades. Los indicadores más utilizados son: margen bruto, margen operacional, margen neto y rendimiento de patrimonio.

los indicadores de rentabilidad son las razones financieras que permiten establecer el grado de rentabilidad para los accionistas y a su vez el retorno de la inversión a través de las utilidades generadas, además permiten el análisis de la situación financiera de la empresa con el propósito de aplicar políticas de mejoramiento y decisiones financieras.

**16.13.6 Margen de utilidad bruta:** este indicador permite conocer el margen de utilidad bruta sobre los ingresos anuales.

Margen de utilidad bruta = Utilidad bruta / Ingresos totales

Margen de utilidad bruta = \$76.800.000 / \$192.000.000

**Margen de utilidad bruta = 0.4**

Este resultado quiere decir que de todos los ingresos del primer año, se generaría una utilidad operativa del 40%.

**16.13.7 Margen de utilidad neta:** este indicador muestra la utilidad obtenida luego de pagar impuestos.

*Margen de utilidad neta = Utilidad neta / Ingresos totales*

*Margen de utilidad neta = \$3.715.348 / \$192.000.000*

***Margen de utilidad neta = 0.02***



Según este indicador, la sociedad luego de pagar impuestos genera una utilidad final del 2% en el primer año de constitución de la misma.

**16.13.8 Rendimiento del patrimonio:** muestra la retribución de la inversión de los socios de la empresa. Determina el porcentaje de utilidad de los aportes sociales durante un periodo contable y la proporción en que se recupera el capital invertido en un periodo de tiempo determinado.

Rendimiento del patrimonio = Utilidad neta / Patrimonio

Rendimiento del patrimonio = \$3.715.348 / \$ 63.715.348

**Rendimiento del patrimonio = 0.058**

Este indicador muestra que por la inversión en la sociedad, los accionistas o dueños obtienen una rentabilidad del 5.8%.

**16.13.9 Rendimiento operacional del activo total:** indica la rentabilidad de la inversión total del capital propio y ajeno durante un periodo. Se aplica para determinar el porcentaje de utilidad obtenido sobre el activo total. Esta razón muestra el grado de eficiencia en la administración de la empresa.

Rendimiento del activo total = Utilidad operacional / Activo total

Rendimiento del activo total = \$76.800.000 / \$ 67.465.296

**Rendimiento del activo total = 1.14**

El activo invertido en la operación de la sociedad, entrega una rentabilidad del

114%.

## **17. EVALUACIÓN ECONÓMICA**

En el proceso de la viabilidad económica de la empresa Talento y Tecnología, el estado resultados nos arroja una utilidad neta positiva aun desde el primer año después de iniciar actividades, pero para ver un panorama más amplio y ajustado a la realidad se tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo donde este genera interés para que posibles inversionistas vean la importancia de invertir en este proyecto.

Para el ejercicio económico de este proyecto, se tomará una Tasa de Interés de Oportunidad (T.I.O.) del 25% basada en la tasa del sistema financiero y más

específicamente del Banco de Occidente para el segundo trimestre del año 2010 que corresponde al 20.22% E.A.

### **17.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

Los criterios de evaluación que se tendrán en cuenta para esta evaluación económica son:

- Valor presente neto.
- Tasa interna de retorno.

**17.2 Valor presente neto (VPN):** el valor presente neto, de acuerdo a Bacca es “el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (2001, 213). Consiste en sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial, lo cual equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias.

**17.3 Tasa interna de rendimiento (TIR):** es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Es claro que si el  $VPN = 0$  solo se estará ganando la tasa de descuento aplicada, o sea la TMAR, y un proyecto debería aceptarse con este criterio, ya que se está ganando lo mínimo fijado como rendimiento. Se le llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad.

De acuerdo a los criterios de aceptación que emplea el método de la TIR, si esta es mayor que la T.I.O, se debe aceptar la inversión; es decir, si el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión es económicamente rentable.

## 17.4 CÁLCULO DEL VPN Y LA TIR SIN FINANCIAMIENTO

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION					
Depreciación	6.665.392	6.605.392	6.605.392	6.605.392	6.605.392
FLUJO DE FONDO NETO	12.404.001	21.620.005	28.285.715	36.672.431	45.670.324
VALOR DE SALVAMETO	4.236.961				

### VPN – VALOR PRESENTE NETO

**INVERSION INICIAL**                      60,000,000

### INGRESOS

AÑO 1    12,404,001  
 AÑO 2    21,620,005  
 AÑO 3    28,285,715  
 AÑO 4    36,672,431  
 AÑO 5    45,670,324

**VALOR DE SALVAMENTO**                      4,236,961

**Tasa de Interés de Oportunidad**                      25%

$$VPN (i) = \sum_{t=0}^{t=n} \frac{IN_t}{(1+i)^t}$$

*Donde*

**t=** Tiempo

**IN=** Ingresos Netos

**i= Tasa de oportunidad**

$$\text{VPN (25\%)} = - 60.000.000 + \frac{12.404.001}{(1+0.25)^1} + \frac{21.620.005}{(1+0.25)^2} + \frac{28.285.715}{(1+0.25)^3} + \frac{36.672.431}{(1+0.25)^4} + \frac{(45.670.324 + 4.236.961)}{(1+0.25)^5}$$

$$\text{VPN (25\%)} = - 60.000.000 + \frac{12.404.001}{1.25} + \frac{21.620.005}{1.5625} + \frac{28.285.715}{1.9531} + \frac{36.672.431}{2.4414} + \frac{49.907.285}{3.0518}$$

$$\text{VPN (25\%)} = - 60.000.000 + 9.923.201 + 13.836.803 + 14.482.471 + 15.021.066 + 16.353.393$$

$$\text{VPN (25\%)} = -60.000.000 + 69.616.931$$

$$\text{VPN (25\%)} = \$\mathbf{9.616.931}$$

### **TIR – TASA INTERNA DE RETORNO**

$$\text{VPN (TIR)} = 0$$

#### **VPN 23%**

$$\text{VPN (23\%)} = - 60.000.000 + \frac{12.404.001}{(1+0.23)^1} + \frac{21.620.005}{(1+0.23)^2} + \frac{28.285.715}{(1+0.23)^3} + \frac{36.672.431}{(1+0.23)^4} + \frac{(45.670.324 + 4.236.961)}{(1+0.23)^5}$$

$$\text{VPN (23\%)} = - 60.000.000 + \frac{12.404.001}{1.23} + \frac{21.620.005}{1.5129} + \frac{28.285.715}{1.8609} + \frac{36.672.431}{2.2889} + \frac{49.907.285}{2.8153}$$

$$\text{VPN (23\%)} = - 60.000.000 + 10.084.554 + 14.290.439 + 15.200.019 + 16.021.858 + 17.727.164$$

$$\text{VPN (23\%)} = -60.000.000 + 73.324.034$$

$$\text{VPN (23\%)} = 13.324.034$$

**VPN 33%**

$$\text{VPN (33\%)} = - 60.000.000 + \frac{12.404.001}{(1+0.33)^1} + \frac{21.620.005}{(1+0.33)^2} + \frac{28.285.715}{(1+0.33)^3} + \frac{36.672.431}{(1+0.33)^4} +$$

$$\frac{(45.670.324 + 4.236.961)}{(1+0.33)^5}$$

$$\text{VPN (33\%)} = - 60.000.000 + \frac{12.404.001}{1.33} + \frac{21.620.005}{1.7689} + \frac{28.285.715}{2.3526} + \frac{36.672.431}{3.1290} +$$

$$\frac{49.907.285}{4.1616}$$

$$\text{VPN (33\%)} = - 60.000.000 + 9.326.317 + 12.222.288 + 12.023.172 + 11.720.176 + 11.992.331$$

$$\text{VPN (33\%)} = -60.000.000 + 57.284.284$$

$$\text{VPN (33\%)} = - 2.715.716$$

**INTERPOLACION**

i %	VPN ( i )
23	13.324.034
i	0
33%	- 2.715.716

$$\Delta TIR = \frac{13.324.034}{10 \quad 16.039.750}$$

$$\Delta TIR = \frac{13.324.034 * 10}{16.039.750}$$

$$\Delta TIR = \frac{133.240.340}{16.039.750}$$

$$\Delta TIR = 8.31\%$$

$$TIR = 23 \% + 8.31 \%$$

$$TIR = 31.31\%$$

Al asumir que el proyecto no contará con financiación dentro de un escenario afectado por la inflación, se obtiene un VPN de \$9.616.931 y una TIR del 31.31%.

En el cálculo realizado sin financiamiento asumiendo que el presente proyecto iniciará con recursos propios, se observa que el VPN es positivo lo que significa que al llevar a cabo el proyecto, no sólo se recupera la inversión sobre una Tasa de Interés de Oportunidad del 25%, sino que además se obtiene un excedente económico de \$9.616.931, sin acudir a los intermediarios financieros.

Teniendo en cuenta los criterios de evaluación si  $VPN \geq 0$  acéptese la inversión de lo contrario se rechaza entonces se puede concluir que el proyecto resulta económicamente rentable.

## **18. CONCLUSIONES.**

Como las TIC mejoran la competitividad en las PYMES En Colombia existe una ley de plan de desarrollo que le da prioridad a las TIC en el esfuerzo social: sectores como Educación, Salud y MYPYMES, además la creación de una nueva ley firmada el año anterior generándole continuidad a todos los desarrollos ejecutados hasta el momento y la nueva ley de TIC sancionada por el congreso, Colombia tiene toda una política pública con prioridad y continuidad trazada en el tiempo, permitiendo al empresario entrar en esta ola que ha venido y viene generando competitividad en el sector, además según el proyecto de esta política se busca que las PYMES usen las TIC en sus procesos, que desde el año 2005 el



sector de TELECOMUNICACIONES ha sobrepasado el PIB exponencialmente. todo esto para concluir que este sector aunque falta invertir en infraestructura, conectividad, Investigación y Desarrollo, y capacitación a los empresario muestra un panorama muy optimista en estos 5 años siguientes es decir hasta el 2015, en ese sentido nuestra proyección en ventas reflejadas en tener ventas brutas estimadas en \$192.000.000 en el primer año y llegar al año 5 en ventas brutas estimadas de \$322.000.000 es debido a la importancia que hoy en día están teniendo las TIC en los planes de negocios de los empresarios y las exigencias de los mercados cuando se decida exportar los productos debido a que en no muchos años se abrirán las fronteras mundialmente y las PYMES que no se adapten a este proceso de compra sucumbirán en su vida comercial.

Es por eso que el interés de aportar y generar conocimiento a los empresarios de la ciudad de Palmira, después de revisar cifras, ver que existe un mercado casi inexplorado en la ciudad, se puede evidenciar que el proyecto es viable ya que se requiere de una inversión muy baja y se obtendría una utilidad muy alta aun desde el primer año de vida comercial, se tendría un margen de utilidad positivo y cada año este va creciendo de manera considerable lo que representa una alta retribución al poner en práctica la comercialización y servicios de **TALENTO Y TECNOLOGIA S.A.S** en accionistas y las empresas **PYMES** de la ciudad de Palmira Valle del Cauca. Además de lo anterior, el presente proyecto es viable porque el estudio financiero expresa y concluye el concepto de la viabilidad financiera.

El anterior estudio son indicios preliminares que las PYMES necesitan una mayor atención, el análisis señala la importancia de la utilización de las TIC y sugiere que sea una de las prioridades incluidas en las políticas de TIC diseñadas para la creación de una sociedad de la información inclusiva. Como el mismo IDI indica (Índice de desarrollo de TIC a nivel mundial), como utilizar las TIC y maximización de los beneficios de las TIC dependerá del uso y saber aplicar el conocimiento

que se ellas hagan.

Profesionales especializados en redes y tecnologías convergentes, deben generar dinamismo a través de su conocimiento y experiencias en el sector de las PYMES en la idea de que la tecnología debe jugar un papel fundamental y protagónico en la mejora de la productividad y competitividad de todos los sectores de la economía, lo más importante es generar soluciones que analicen costo beneficio entre una desarrollo y otro, recordando que lo que no se puede medir no se puede administrar, de esta manera, se mejora la productividad del negocio en general y se pueden asignar recursos y empleados para el desarrollo de actividades que requieran mayor énfasis. Así una PYME podrá aumentar su conocimiento y dedicarse a lo que realmente sabe hacer que es su producto en si o servicios para alinearse de la manera más efectiva con sus objetivos del negocio.

Se determino con el anterior estudio que las PYMES en su afán de la implementación de estas tecnologías lo hacen de una manera precoz, en ocasiones desmesurada. La toma de decisiones a la hora de adquirir TIC para su empresa de esta manera lo único que ocasionara es hacer un gasto inoficioso. Las empresas Palmiranas por años debido a su poco presupuesto de inversión en tecnología o desconocimiento han permitido dejarse seducir de productos tecnológicos económicos y fácil de implementar, sin determinar el costo beneficio de ese producto, además del 90% de las empresas encuestadas no cuentan con el suficiente conocimiento en soluciones de alta ingeniería debido a esto las encuestas se extendían mas en el proceso de explicar en cada pregunta que en el desarrollo de la misma. La otra parte de las PYMES tiene un porcentaje representativo que no acude a estos servicios debido a costos en los productos ofrecidos que en ocasiones son inoficiosos, porque no cumplen con los estándares de calidad pertinentes o por que el soporte técnico está por debajo de sus necesidades. Esto demuestra que la falta de estrategias por parte de las consultoras e integradoras debe darse a conocer como empresas éticas,

económicamente fuertes y con productos acordes a sus necesidades.

Al mismo tiempo, las TIC han contribuido a disminuir los costos de transacción: los procedimientos son menos pesados, más interconectados y más descentralizados. También han facilitado la inserción en la economía global de las empresas, mediante el aprovechamiento y generación de mayores economías de escala, para hacerlas más eficientes. En muchos negocios, empresas y sectores de la economía, estas tecnologías han acelerado el crecimiento en los últimos años. Han generado, también, una revolución en el proceso de innovación porque potencian y retan la capacidad de investigar, desarrollar, innovar y emprender en todos los países.

El estudio económico y los indicadores financieros presentan un panorama positivo y alentador para potenciales inversionistas, el proyecto es factible debido al impacto socioeconómico que este puede generar en el municipio de Palmira.

## **19. RECOMENDACIONES**

Se recomienda que Talento y Tecnología se especialice BPO (Business Process Outsourcing) para darle dinamismo a las PYMES y de esta manera ahorrarle costos, brindando asesoría tecnológica en una forma mas conveniente y oportuna.

Se recomienda que productos como cableado estructurado, un sistema de telefonía que cumpla las funciones de IPPBX, filtrado de contenido de la Web, además una intranet que comparta archivos, impresoras y datos en tecnología inalámbrica, sea la base comercial y se despliegue toda una fuerza de ventas que hagan realce a estos productos debido a la necesidad manifestada en las PYMES

encuestadas.

Se recomienda que las PYMEs formen parte del proceso innovador que el sector empresarial mundial viene desarrollando que estas (PYMEs) tomen conciencia de la importancia que representa el crecimiento de diferentes sectores económicos a través del uso de tecnologías aplicadas al desarrollo por medio de la innovación. No con esto se trata de la adquisición de equipos y aplicaciones de costos indescriptibles si no del manejo y uso adecuado de estas técnicas.

Desde los puntos de vista de: Mercado, Económicamente, administrativamente y Legalmente Se recomienda poner en práctica y dar inicio al presente proyecto.

## **ANEXOS ENCUESTA**



**FACULTAD DE CIENCIAS EN LA ADMINISTRACIÓN  
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE GRADO:**

**VIABILIDAD ECONOMICA DE UNA EMPRESA DE CONSULTORA E INTEGRADORA  
EN TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LAS PYMES EN LA  
CIUDAD DE PALMIRA**

*“El éxito de las Pymes depende de la proyección en alta calidad de sus empresarios y de tipo de asesoramiento que esta tenga de entidades externas, quienes le permitirán actuar en consecuencia significativa”*

1- Cuales son los medios de comunicación mas usados por su empresa para comunicarse con su entorno (Clientes/Proveedores)?
--

1	Correo físico / tradicional	Si _____	No _____
2	Visita personal	Si _____	No _____
3	Fax	Si _____	No _____
4	Teléfono Nacional	Si _____	No _____
5	Teléfono internacional	Si _____	No _____
6	Teléfono móvil	Si _____	No _____
7	Corre electrónico	Si _____	No _____
8	Intranet	Si _____	No _____
9	Teleconferencia	Si _____	No _____
10	Call center	Si _____	No _____
11	Mensajería instantánea	Si _____	No _____
12	Blogs- foros	Si _____	No _____
13	Página web	Si _____	No _____
14	Voip	Si _____	No _____
15	CCTV/ Cámaras IP	Si _____	No _____

2.	La empresa tiene pagina web ?	SI_____	NO_____	
3.	Porque no tiene Pagina Web.	1- Desconocimiento_____	2- Innecesario_____	3-Costoso _____
		4-Falta de infraestructura_____	5- Otra, Cual?_____	

4. El presupuesto anual de inversión en TIC en su empresa en que rango se encuentra aproximadamente.				
1. Entre 1 y 2 millones	2. Entre 5 y 6 Millones	3. Entre 7 y 8 Millones	4. Entre 10 y 20 Millones	5. Mas de 20 Millones
5. Los recursos para esta inversión de TIC de donde provienen				
1. Recursos propios	2. Créditos bancarios	3. Proveedores	4. Cooperativas	5. Corporaciones financieras
Otro Cual?_____				

6.¿CONOCE USTED EN LA CIUDAD DE PALMIRA UNA O VARIAS EMPRESAS DE CONSULTORIA E INTEGRADORAS DE TIC PARA EL SECTOR EN EMPRESARIAL? SI. \_\_\_\_\_ NO. \_\_\_\_\_

MENCIONELAS: \_\_\_\_\_

7. ¿LE GUSTARIA ADQUIRIR SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES Y CONSULTORIA DE UNA NUEVA EMPRESA EN LA CIUDAD DE PALMIRA DE ALTA INGENIERIA, QUE LE BRINDE SOLUCIONES CON SOPORTE 7 DIAS A LA SEMANA, 24 HORAS AL DIA , CON UNA INGENIERIA DE RESPALDO PRE- Y POST VENTA EN EL SERVICIO O PRODUCTO ADQUIRIDO?

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

8. DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS, INDIQUE ENTRE 1 Y 5 (DONDE 1 ES EL DE MENOR PREFERENCIA) SE VE EN LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR EN SU EMPRESA DEBIDO A LOS CAMBIOS TECNOLOGICOS Y LOS ENTORNOS QUE DINAMIZAN EL SECTOR DE LAS PYMES.

1. DATA-CENTER\_\_\_\_2. CANALES DE DATOS (entre oficinas locales o nacionales)\_\_\_\_3. PAGINAS WEB\_\_\_\_4. TELEFONIA VOIP\_\_\_\_5. ZONAS WiFi CON FILTRACION DE CONTENIDOS\_\_\_\_6. CIRCUITO CERRADO DE TELEVISION\_\_\_\_7. BASES DE DATOS TIPO CLOUD COMPUTING\_\_\_\_

8. VIRTUALIZACION DE SERVIDORES\_\_\_\_9. PUNTO A PUNTO INHALAMBRICOS\_\_\_\_

- **Sección proceso de compra**

Favor escriba el orden ascendente según la importancia.

EVALUA LAS ALTERNATIVAS	
9. COMO	• Comentarios del público.
	• Servicio al cliente.
	• Respaldo técnico.
	• La marca de la empresa.
	• Precio.
	• La publicidad usada por la empresa.
	• Tecnología.

	1.IDENTIFICA LA NECESIDAD	2.BUSCA LA INFORMACION	3.EVALUA LAS ALTERNATIVAS	4.TOMA DECISIONES DE COMPRA	5.EVALUACION DEL SERVICIO
10. QUIEN	1 . Junta	1 . Junta	1 . Junta	1 . Junta	1 . Junta
	2. Gerencia y/o Rep. Legal	2. Gerencia y/o Rep. Legal	2. Gerencia y/o Rep. legal	2.Gerencia y/o Rep. Legal	2. Gerencia y/o Rep. Legal
	3. Jefe de área	3. Jefe de área	3. Jefe de área	3. Jefe de área	3. Jefe de área
	4. Indiferente	4. Indiferente	4. Indiferente	4. Indiferente	4. Indiferente
	5. Encargado de sistemas	5. Encargado de sistemas	5. Encargado de sistemas	5. Encargado de sistemas	5. Encargado de sistemas
	6. Otros	6. Otros	6. Otros	6. Otros	6. Otros

**11- En los 3 años anteriores usted ha comprado los siguientes productos?. Favor responda SI o NO.**

- 1.Cableado estructurado y configuración de intranet. \_\_\_\_\_
- 2- Redes inalámbricas o Zonas Wi-Fi. \_\_\_\_\_
- 3- Telefonía IP-PBX. \_\_\_\_\_
- 4-Camaras de Vigilancia. \_\_\_\_\_

**12- A que empresa le ha comprado estos tipos de productos?. Menciónelas en orden de preferencia:**

---

---

---

**13. Qué precios ha pagado por los siguientes productos:**

1. Cableado estructurado y configuración de intranet.

2- Redes inalámbricas o Zonas Wi-Fi.

---

3- Telefonía IP-PBX

---

4-Camaras de Vigilancia.

---



## BIBLIOGRAFIA

**AKTOUF**, Omar. *La Metodología de las ciencias sociales y el enfoque cualitativo en las organizaciones. Una introducción al procedimiento clásico y una crítica.* Editora Artes Gráficas del Valle, Primera Edición. Cali, 2001.

**AKTOUF**, Omar. *La Administración: entre tradición y renovación.* Ediciones Universidad del Valle, Edición revisada. Cali, 1996.

**ARANGO**, Luz Gabriela y **URREA GIRALDO**, Fernando.(2000) “Culturas Empresariales en Colombia” En *Innovación y cultura de las organizaciones en tres regiones colombianas.* Colciencias – Corporación Calidad. Pp. 41-75.

**CHIAVENATO** Idalberto, *INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACION.* “Planeación estratégica y planeación táctica” Capitulo 11 Administración por Objetivos. Editrial: Mc Graw Hill 1999.

**CRUZ KRONFLY**, Fernando. *Cultura de la Modernidad y las Organizaciones.* En *En busca de una Administración para América Latina.* Universidad del Valle, Cali, 1996.

**DAVILA L. DE GUEVARA**, Carlos. “Cultura Organizacional: ¿un instrumento de la Gerencia? Algunas consideraciones para su estudio. En *Innovación y cultura de las organizaciones en tres regiones colombianas.* **ARANGO**, Luz Gabriela y **URREA GIRALDO**, Fernando. Colciencias – Corporación Calidad. 2000.

**GUIZAR M.** Rafael. *Desarrollo Organizacional: Principios y aplicaciones.* Editora Mc Graw Hill, Segunda Edición. Bogotá, 1999.

**MEDINA V**, Javier Enrique. *La imagen y la visión de futuro en los estudios del futuro*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. Pontificia Universidad Gregoriana. Roma, enero de 2001.

**MENDEZ A.** Carlos E. *Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. Editorial Mc Graw Hill, Segunda Edición. Bogotá, 1997.

**SANCHEZ DE ROLDAN**, Karem. *Conferencia sobre Métodos Cualitativos de Investigación*. Seminario en Metodología de la Investigación, Programa de Maestría en Ciencias de la Organización. Cali, abril de 2002.

**SILVA PUYANA DAVID GUILLERMO**, AVANCE DE LA INVESTIGACIÓN, LA PYME Y SU SITUACIÓN EN COLOMBIA,  
[www.usergioarboleda.edu.co/Las\\_Pymes\\_en\\_Colombia.doc](http://www.usergioarboleda.edu.co/Las_Pymes_en_Colombia.doc)

**SOTO** Pineda Eduardo, LAS PYMES ANTE EL DESAFIO DEL SIGLO XXI: LOS NUEVOS MERCADOS GLOBALES. Capítulo 1. El impacto de la globalización en las PYMES. 2003

**VARELA V.** Rodrigo. *Innovación Empresarial. Un nuevo enfoque de desarrollo*. ICESI. Impresos Feriva, Primera edición. Cali, 1991.

**VERGARA FIGUEROA**, Abilio. *Imaginario: Horizontes plurales*. Coordinador. Conaculta – Inah. Escuela Nacional de Antropología e Historia, México, 2001.

**ZAPATA D.** Álvaro. *El Estudio Cualitativo de Casos*. Universidad del Valle. Cali, 2001.

**ZAPATA D. Álvaro.** *La Noción de Cultura.* Universidad del Valle. Cali, 2000.

**ZAPATA D. Álvaro.** *50 años de espíritu empresarial en la Universidad del Valle: Una mirada desde la perspectiva de la Cultura Organizacional.* Proyecto de investigación, Cali, 1994.

**ZAPATA D. Álvaro.** Paradigmas de la Cultura Organizacional. En *Cuadernos de Administración.* Univalle, No. 27. Cali, marzo de 2002

**ZAPATA D. Álvaro.** Diversidad cultural colombiana, cultura organizacional y estilos de dirección. Propuesta de investigación, Univalle, Cali, 2002.

**ZAPATA D. Álvaro.** Componentes de la Cultura Organizacional. Univalle, No. 27. Cali, marzo de 2002