

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca



El presente formulario debe ser diligenciado en su totalidad como constancia de entrega del documento para ingreso al Repositorio Digital (Dspace).

| | | | |
|---|--|--|--------------|
| TITULO | Plan de negocio para el diseño de una empresa de búsqueda y seguimiento del talento humano en Colombia | | |
| SUBTITULO | | | |
| AUTOR(ES) Apellidos, Nombres (Completo) del autor(es) del trabajo | ALZATE DUQUE JHON HARVEY, ESTRADA ALVAREZ DIDIER ALBERTO, MARTINEZ ROMERO CARLOS ANDRES, LLANO FRANCO OCTAVIO | | |
| PALABRAS CLAVE (Mínimo 3 y máximo 6) | Talento humano | | Empleados |
| | Selección | | Head Hunters |
| | Trabajo | | |
| RESUMEN DEL CONTENIDO (Mínimo 80 máximo 120 palabras) | <p>El plan de negocio propuesto consiste en el diseño y creación en Colombia de la empresa proveedora de talento humano, AIMS COLOMBIA, a partir de suscribir un contrato de franquicia con la red AIMS INTERNATIONAL. Esta sucursal, establecida inicialmente en Bogotá, estará dedicada a brindar los servicios de búsqueda, selección, reclutamiento, aprovisionamiento y seguimiento de talento humano, apoyada en la experiencia y en el reconocimiento internacional de AIMS INTERNATIONAL, con el objetivo de aprovechar estos factores y pretender obtener éxito en Colombia.</p> <p>Esta iniciativa se sustenta en que la economía colombiana ha registrado interesantes niveles de crecimiento, que la han ubicado en un sitio mundial como un destino destacado para la inversión local y extranjera.</p> | | |

Autorizo (amos) a la Biblioteca Octavio Arizmendi Posada de la Universidad de La Sabana, para que con fines académicos, los usuarios puedan consultar el contenido de este documento en las plataformas virtuales de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

**PLAN DE NEGOCIO PARA EL DISEÑO DE UNA EMPRESA DE BÚSQUEDA Y
SEGUIMIENTO DEL TALENTO HUMANO EN COLOMBIA – AIMS COLOMBIA**

JHON HARVEY ALZATE DUQUE

DIDIER ALBERTO ESTRADA ÁLVAREZ

OCTAVIO LLANO FRANCO

CARLOS ANDRÉS MARTÍNEZ ROMERO

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

CHÍA, ENERO DE 2013

**PLAN DE NEGOCIO PARA EL DISEÑO DE UNA EMPRESA DE BÚSQUEDA Y
SEGUIMIENTO DEL TALENTO HUMANO EN COLOMBIA – AIMS COLOMBIA**

JHON HARVEY ALZATE DUQUE

DIDIER ALBERTO ESTRADA ÁLVAREZ

OCTAVIO LLANO FRANCO

CARLOS ANDRÉS MARTÍNEZ ROMERO

Proyecto de Grado

Asesor

Félix David Lozano Monroy

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA

CHÍA, ENERO DE 2013

Nota de Aceptación:

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

PLAN DE NEGOCIO PARA EL DISEÑO DE UNA EMPRESA DE BÚSQUEDA Y SEGUIMIENTO DEL TALENTO HUMANO EN COLOMBIA – AIMS COLOMBIA.

TABLA DE CONTENIDO

| | Pág. |
|---|-------------|
| RESUMEN EJECUTIVO. | 07 |
| 1. IDEA DE NEGOCIO. | 09 |
| 1.1 ANTECEDENTES. | 09 |
| 1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO. | 10 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN. | 10 |
| 1.3.1 Justificación Práctica. | 10 |
| 1.3.2 Mercado Potencial. | 15 |
| 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO. | 17 |
| 2.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO. | 17 |
| 2.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO (STAKEHOLDERS). | 18 |
| 3. OBJETIVOS. | 20 |
| 3.1 OBJETIVO GENERAL. | 20 |
| 3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS. | 21 |
| 4. ESTUDIO Y ESTRATEGIA DE MERCADEO. | 21 |
| 4.1 IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES. | 21 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2 PROPUESTA DE MERCADEO. | 23 |
| 5. ESTUDIO TÉCNICO. | 25 |
| 5.1 COMPETENCIAS ESENCIALES. | 25 |
| 5.2 ANALISIS DEL CONTEXTO. | 26 |
| 5.3 MATRIZ DE MACROSEGMENTACION. | 27 |
| 5.4 MISION DE LA EMPRESA. | 28 |
| 5.5 SISTEMA DE VALOR. | 28 |
| 6. ESTUDIO ECONÓMICO. | 29 |
| 7. ESTUDIO FINANCIERO. | 30 |
| 8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO. | 33 |
| 8.1 VISION. | 33 |
| 8.2 OBJETIVOS CORPORATIVOS. | 33 |
| 8.3 FILOSOFIA DE EMPRESA. | 34 |
| 8.3.1 Organigrama de AIMS Colombia. | 35 |
| 8.3.2 Perfil de los cargos. | 35 |
| 8.4 INFLUENCIAS DIRECTAS E INDIRECTAS. | 36 |
| 8.5 ANÁLISIS PROSPECTIVO. | 37 |

| | |
|--|-----------|
| 8.5.1 MICMAC. | 38 |
| 8.5.2 Método Delphi. | 41 |
| 8.5.3 Direccionamiento estratégico. | 43 |
| 9. ESTUDIO LEGAL. | 45 |
| 10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. | 46 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y CIBERGRAFÍA. | 47 |
| ANEXOS. | 48 |

PLAN DE NEGOCIO PARA EL DISEÑO DE UNA EMPRESA DE BÚSQUEDA Y SEGUIMIENTO DEL TALENTO HUMANO EN COLOMBIA – AIMS COLOMBIA.

RESUMEN EJECUTIVO.

El plan de negocio propuesto consiste en el diseño y creación en Colombia de la empresa proveedora de talento humano “AIMS COLOMBIA”, a partir de suscribir un contrato de franquicia con la red “AIMS INTERNATIONAL”, la cual se extiende a través de todos los continentes en más de 90 oficinas y 50 países. Con más de 350 consultores globales de reclutamiento, brindando una amplia gama de servicios de búsqueda de ejecutivos, incluyendo la adquisición de talento humano a nivel mundial y el desarrollo de los empleados en todo el mundo, para una base de clientes sustancial y diversificada.

En este sentido observaremos el escenario que hoy vive Colombia, en el cual la economía ha registrado interesantes niveles de crecimiento, que la han puesto en el radar mundial como un destino destacado para la inversión local y extranjera, donde 13 de las 20 empresas más grandes son foráneas y están ubicadas en sectores como: petróleo, carbón, energía, comercio, banca, seguros, bebidas, metalurgia, entre otras.

Si bien es cierto estas empresas habitualmente trasladan equipos directivos desde sus países de origen, pero nunca traen el capital humano en su totalidad.

De igual forma el aparato empresarial colombiano está conformado por cerca de 765.000 unidades empresariales y su ciudad región Bogotá – Cundinamarca cuenta con un universo empresarial cercano a las 328.000 empresas de todo tipo, que van desde sociedades anónimas hasta empresas de carácter unipersonal.

Teniendo en cuenta este panorama promisorio nace la idea de “AIMS COLOMBIA”, esta sucursal, establecida inicialmente en Bogotá, estará dedicada a brindar los servicios de BÚSQUEDA, SELECCIÓN, RECLUTAMIENTO, APROVISIONAMIENTO Y SEGUIMIENTO DE TALENTO HUMANO, cuyo mercado potencial se concentrará predominantemente en las empresas categorizadas como grandes y medianas, cerca del 3% del total empresarial, es

Decir, aproximadamente 9.840 empresas¹, debido a que estas empresas tienden a tercerizar sus procesos de selección. En el cual juegan un papel determinante las empresas de Gestión del talento humano, bien sea para atender empresas del ámbito local o compañías extranjeras establecidas en Colombia. Para una empresa acertar en la selección del talento

Humano requerido es muy importante, tanto por los costos y tiempo que representa esta labor, sino también por atinar en escoger la persona idónea para asumir determinados roles previamente establecidos y, desde su labor y resultados, aportar al desarrollo de la organización.

Desde esta lógica, la propuesta empresarial de AIMS COLOMBIA debe apuntar a desarrollar el negocio realizando un análisis estratégico que le permita dilucidar su competitividad, atractividad y visión de futuro, y con ello, diseñar un buen planteamiento estructural y direccionamiento estratégico, que garantice su éxito en términos de posicionamiento en el mercado, rentabilidad y logro de sus objetivos corporativos.

Para cumplir este fin, un grupo de inversionistas colombianos aportará la suma de ciento cincuenta millones de pesos como capital inicial requeridos para obtener la franquicia y luego proceder a implementar la compañía en el país, inicialmente en Bogotá, pero con la expectativa de extenderse en etapas posteriores ciudades como Cali, Medellín y Barranquilla.

En principio se estima un crecimiento neto y sostenido de 5% anual. La Tasa Interna de Retorno (TIR) calculada es 68% y el Valor Presente Neto (VPN) es \$243.554.484, lo que nos refleja que el proyecto es viable y se recuperara la inversión en un mediano plazo.

¹ Fuente: www.dnp.gov.co

1. IDEA DE NEGOCIO.

La presente propuesta de negocio contempla la alternativa de suscribir un contrato de franquicia con la red AIMS INTERNATIONAL para establecer formalmente en Colombia una sucursal, inicialmente en Bogotá, dedicada a brindar los servicios de búsqueda, selección, reclutamiento, aprovisionamiento y seguimiento de talento humano. De esta manera, la empresa a crear se apoyaría en la experiencia y en el reconocimiento internacional de AIMS, con el objetivo de aprovechar estos factores y pretender obtener éxito en Colombia.

1.1 ANTECEDENTES.

En la medida en que la economía colombiana ha registrado interesantes niveles de crecimiento, que la han puesto en el radar mundial como un destino destacado para la inversión local y extranjera, corroborado este aspecto en la afluencia de inversión extranjera directa (IED) en la última década, surge como una oportunidad de mercado el constituir en el País una empresa dedicada al análisis, selección y posterior aprovisionamiento de trabajadores.

La tendencia económica observada se ratifica con el papel dinámico que juegan este tipo de empresas de gestión del talento humano, bien sea para atender empresas del ámbito local o compañías extranjeras establecidas en Colombia. Para una empresa acertar en la selección del talento humano requerido es muy importante, tanto por los costos y tiempo que representa esta labor, sino también por atinar en escoger la persona idónea para asumir determinados roles previamente establecidos y, desde su labor y resultados, aportar al desarrollo de la organización.

En lo que concierne a la red de AIMS INTERNATIONAL, ésta se extiende a través de todos los continentes en más de 90 oficinas y 50 países. Con más de 350 consultores globales de reclutamiento, AIMS INTERNATIONAL brinda una amplia gama de servicios de búsqueda de ejecutivos, incluyendo la adquisición de talento a nivel mundial y el desarrollo de los empleados en todo el mundo, para una base de clientes sustancial y diversificada.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

La constitución de AIMS COLOMBIA pretende ser una franquicia de AIMS INTERNATIONAL. Valga anotar que dado que existe un núcleo común en la búsqueda de ejecutivos y otros procesos de gestión humana para todas las representaciones de la firma, cada aliado estratégico (cada aliado o “partner” establecido en cada país), diseña las estrategias de servicios de acuerdo con las necesidades del mercado local y con sus propias competencias, con un alto grado de autonomía en dicha tarea.

Desde esta lógica, la propuesta empresarial de AIMS COLOMBIA debe apuntar a desarrollar el negocio realizando un análisis estratégico que le permita dilucidar su competitividad, atractividad y visión de futuro, y con ello, diseñar un buen planteamiento estructural y direccionamiento estratégico, que garantice su éxito en términos de posicionamiento en el mercado, rentabilidad y logro de sus objetivos corporativos.

De acuerdo con lo anterior, el objetivo del presente trabajo consiste en desarrollar una línea de pensamiento y análisis estratégico que le permita a AIMS COLOMBIA identificar claramente sus principales fortalezas y los puntos de desarrollo para el mercado local. De esta manera podrá ofrecer, sobre una base objetiva y palpable, un portafolio de servicios de Búsqueda, selección, reclutamiento, aprovisionamiento y seguimiento al capital humano, entre otros, a empresas establecidas en la ciudad de Bogotá.

Para cumplir este fin, un grupo de inversionistas colombianos aportará los recursos financieros requeridos para obtener la franquicia y luego proceder a implementar la compañía en el país, inicialmente en Bogotá, pero con la expectativa de extenderse en etapas posteriores a las demás ciudades destacadas para este fin.

1.3 JUSTIFICACIÓN.

1.3.1 Justificación Práctica.

Dadas las condiciones favorables que la economía colombiana está mostrando, especialmente por el desempeño que se espera de lo que el gobierno central ha

denominado como las cinco locomotoras de crecimiento económico, incorporadas en el Plan Nacional de Desarrollo: Minería y sector energético, agroindustria, infraestructura, vivienda e innovación². De estos 5 sectores dependerá fundamentalmente el crecimiento del PIB en Colombia y, por ende, de la generación de empleo.

En los últimos años el Producto Interno Bruto – PIB ha tenido el comportamiento que se observa en el Cuadro No 1, sin contar aun con la cifra oficial de crecimiento para la vigencia 2012, que se espera sea del 4% al 4.5%:

Cuadro No 1. PIB en Colombia 2000-2012³

| AÑO | Variación PIB % |
|-------------|------------------------|
| 2000 | 3.61 |
| 2001 | 2.07 |
| 2002 | 2.25 |
| 2003 | 4.17 |
| 2004 | 4.70 |
| 2005 | 5.13 |
| 2006 | 6.84 |
| 2007 | 7.52 |
| 2008 | 2.50 |
| 2009 | 0.40 |
| 2010 | 4.30 |
| 2011 | 5.90 |

Se espera que estos jalonadores económicos, como sectores principales, a su vez, propicien la creación de empresas nuevas así como el fortalecimiento de empresas ya existentes, que presumiblemente asumirán labores y desarrollarán objetos sociales que complementen o soporten el papel de las empresas pertenecientes a dichas locomotoras.

² Fuente: www.dnp.gov.co

³ Fuente: www.dane.gov.co

En que lo que concierne al comportamiento de la Inversión Extranjera Directa – IED, siendo éste otro factor que corrobora el optimista momento que vive Colombia en el campo Económico, se evidencian cifras interesantes que se reflejan en la llegada de empresas foráneas a diversos sectores de la producción. La llegada de estos capitales productivos al país ha permitido una mayor internacionalización de la economía colombiana, al punto que hoy 13 de las 20 empresas más grandes de Colombia pertenecen a extranjeros, y que las empresas foráneas establecidas en el país hacen presencia en sectores tales como petróleo, carbón y gas, energía, comercio, banca, seguros, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, metalurgia, transporte, telecomunicaciones, salud, construcción, alimentos, turismo, financiero, minero, energético, farmacéutico, ingeniería civil, informática y cosméticos, principalmente, y provienen de países tales como Estados Unidos, Venezuela, Perú, Brasil, España, Chile, Argentina, Reino Unido, México, y Francia, principalmente⁴.

La mayor participación de Colombia en los flujos mundiales de comercio e inversión ha originado, en general, no solo mayor intercambio de bienes y servicios, sino también flujos de capitales representados en la presencia de empresas extranjeras y locales, ubicadas dentro y fuera del país. La anuencia de estas nuevas empresas ha dinamizado el contexto empresarial colombiano, no solo por los sectores de negocios que atienden, sino también en El campo cultural y social. Y, si bien las empresas, habitualmente trasladan equipos directivos desde sus países de origen, requieren contratar personal local de toda índole.

De otra parte, en lo que corresponde a los flujos de Inversión Extranjera Directa (IED) hacia Colombia, el Cuadro No 2 evidencia que el inicio de la década se caracterizó por unas cifras modestas que se empezaron a consolidar significativamente a partir de 2005, en especial porque en ese año se incluyó la venta de la Cervecería Bavaria a la multinacional cervecera Sab Miller. Desde 2006 en adelante los flujos de IED se mantuvieron por encima de los US\$6 mil millones, siendo el 2011 el año de mayor registro histórico por este concepto hasta el momento. Para 2012 la expectativa de IED se aproxima a los US\$16.500 millones⁵, hecho que genera un nuevo récord histórico para el país en la materia.

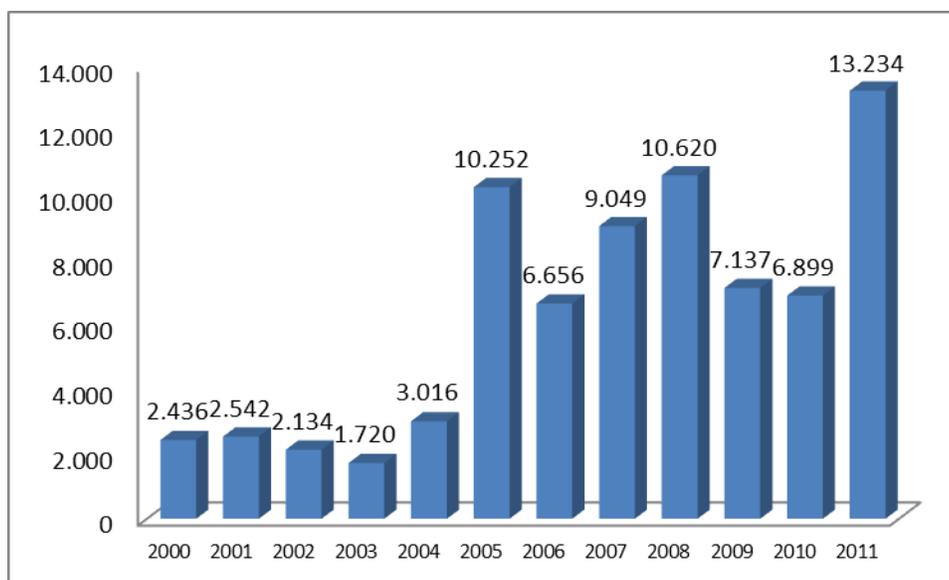
⁴ Fuente: Revista Dinero No 398. Mayo 25 de 2012.

⁵ Fuente: www.portafolio.com.co. Noviembre 24 de 2012.

Cuadro No 2. Inversión Extranjera Directa en Colombia 2000-2011⁶

| Año | Millones USD |
|------------|---------------------|
| 2000 | 2.436 |
| 2001 | 2.542 |
| 2002 | 2.134 |
| 2003 | 1.720 |
| 2004 | 3.016 |
| 2005 | 10.252 |
| 2006 | 6.656 |
| 2007 | 9.049 |
| 2008 | 10.620 |
| 2009 | 7.137 |
| 2010 | 6.899 |
| 2011 | 13.234 |

Gráfica No 1. Inversión Extranjera Directa en Colombia 2000-2011



Si bien puede afirmarse que la significativa llegada de IED no ha generado un aumento significativo en la generación de empleo en los últimos años, el desempleo ha empezado a

⁶ Fuente: Banco de la República.

Disminuir de acuerdo con las cifras de noviembre de 2012 que lo ubicaron en 9.2%⁷. El dato despierta optimismo, puesto que se trata de una variable con profundas consecuencias en el plano social y económico.

Para los intereses de AIMS COLOMBIA también resulta importante considerar la Inversión Extranjera Directa (IED) generada desde Colombia hacia otras naciones en la última década. Este fenómeno observado indica que el proceso de internacionalización de la economía colombiana ha sido también de doble vía y ello conlleva la presencia de compañías colombianas establecidas exitosamente en el exterior, que AIMS COLOMBIA puede considerar clientes potenciales a contactar localmente.

Si bien las cifras de la IED colombiana son menores a la IED que recibe, son cada vez más importantes y significativas y se concentran en sectores tales como servicios financieros y Empresariales, industrias manufactureras, comercio, alimentos, electricidad, gas y agua, construcción, hotelería, restaurantes, petróleo y minas.

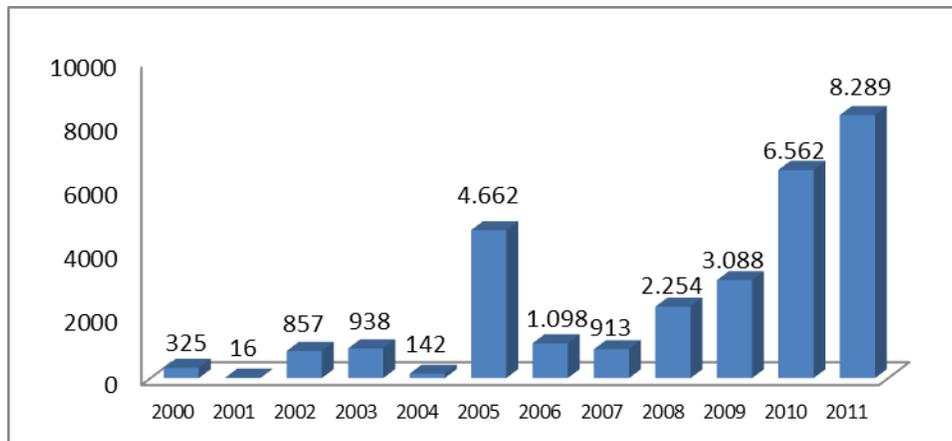
**Cuadro No 3. Inversión Extranjera Directa de Colombia en el exterior
2000-2011⁸**

| Año | Millones USD |
|------------|---------------------|
| 2000 | 325 |
| 2001 | 16 |
| 2002 | 857 |
| 2003 | 938 |
| 2004 | 142 |
| 2005 | 4.662 |
| 2006 | 1.098 |
| 2007 | 913 |
| 2008 | 2.254 |
| 2009 | 3.088 |
| 2010 | 6.562 |
| 2011 | 8.289 |

⁷ Fuente: www.eltiempo.com. Diciembre 28 de 2012.

⁸ Fuente: Banco de la República.

**Gráfica No. 2 Inversión Extranjera Directa de Colombia en el exterior
2000-2011**



Estas inversiones colombianas se han establecido predominantemente en Estados Unidos, Brasil, Centroamérica y el Caribe, Perú, Japón, México, Uruguay, Suiza, España, Ecuador, Inglaterra y Chile⁹, en donde las empresas locales han expandido y afianzado sus negocios mediante alianzas estratégicas con jugadores locales en esas naciones o por su propia Cuenta, a través del montaje de filiales de distribución comercial e, incluso, construyendo plantas de producción.

Este panorama confirma que Colombia se ha insertado en el concierto mundial, especialmente en la última década de manera decidida, o por lo menos de manera menos tímida que en décadas anteriores, bien sea recibiendo empresas extranjeras o proyectando a sus propias empresas por fuera de sus fronteras, por lo cual se justifica objetivamente que el país se ubique en el radar de los analistas de inversión como un destino atractivo desde hace algunos años.

1.3.2 Mercado Potencial.

El aparato empresarial colombiano formal está conformado por cerca de 765.000 unidades empresariales, de todo tipo, que van desde sociedades anónimas, compañías limitadas, sociedades simplificadas por acciones, en comandita simple o empresas de carácter

⁹ Fuente: Banco de la República.

Unipersonal, de acuerdo con Confecámaras¹⁰, el ente gremial que aglutina y representa los intereses de las cámaras de comercio, a lo largo y ancho del país. Este universo empresarial corresponde a las empresas que a 2012 habían actualizado o creado la matrícula mercantil ante las 57 cámaras de comercio que existen en Colombia y que, por delegación colaborativa asignada por el gobierno, prestan el servicio registral.

De acuerdo con la ley 905 de 2004¹¹ las empresas se clasifican como microempresa (1 a 10 empleados), pequeña (entre 11 y 50 empleados) y mediana empresa (de 51 a 200 empleados). De las cuatro categorías mencionadas, solamente el 1.8% del total corresponde a gran empresa, contando compañías locales y extranjeras, y el 98.2% restante incluye las microempresas, pequeñas y medianas empresas.

Por lo anterior, el mercado potencial de AIMS COLOMBIA se concentrará predominantemente en las empresas categorizadas como grandes, de acuerdo con la citada Ley, y en segunda medida con empresas medianas, debido a que ambas, por su tamaño, capacidad financiera y requerimientos, se perfilan como clientes que pueden iniciar y costear procesos de selección de personal sin mayor inconveniente.

A 2012 Bogotá – Cundinamarca, ciudad región, puede contar con un universo empresarial cercano a las 328.000 empresas, considerando que todos los días se crean pero igualmente se liquidan empresas de diferente índole¹². Enfocados en este universo empresarial AIMS COLOMBIA establecerá su mercado potencial, fundamentalmente concentrado en las empresas medianas y pequeñas que, preliminarmente, representan cerca de un 3%¹³ sobre este total, es decir, aproximadamente 9.840 empresas ubicadas en Bogotá- Cundinamarca, ciudad región.

¹⁰ Fuente: www.confecamaras.org.co

¹¹ Fuente: Ley 905 de 2004.

¹² Fuente: www.confecamaras.org.co

¹³ Fuente: www.confecamaras.org.co

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO.

2.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá, en el 2010 el balance del comportamiento de la economía en Colombia fue positivo y el PIB creció 4,3%, en tanto que en 2011 fue el 5.9%, lo superado este resultado por 2007 cuando creció 7.52%. En 2010 Bogotá registró un comportamiento similar: en la ciudad la economía creció 4% y se recuperó la dinámica en la mayoría de las actividades productivas. Las perspectivas se mantuvieron favorables y la tendencia de crecimiento se confirmó al terminar el 2011 con un 5.9% para Colombia y para Bogotá 5,7%. Se espera una cifra similar para la vigencia 2012.

Entre los factores que han contribuido al buen comportamiento de la economía se destacan:

- La recuperación que desde el año 2010 se registra en la dinámica de las principales actividades productivas en la ciudad, como señalan los principales indicadores de producción y ventas, cifras que se han confirmado en 2011 y 2012.
- El mayor dinamismo de la demanda interna, sustentada en el crecimiento de la inversión y en el consumo de los hogares bogotanos, que creció 4,2% en el 2010 con respecto al 2009, específicamente en bienes durables y semidurables¹⁴.
- El crecimiento en la creación de nuevas empresas y la sostenibilidad de las existentes que hacen de Bogotá y Cundinamarca la región con más empresas del país. En el 2010, se crearon 64mil nuevas empresas en la región Bogotá – Cundinamarca y se superó la cifra de 60 mil empresas que se creaban cada año en la Región. Igualmente, se destaca la sostenibilidad de las empresas: 237 mil empresas renovaron su matrícula mercantil y como resultado la cifra de empresas localizadas en la región llegó a 31 mil, con corte a 2011.

Además, disminuyó el número de empresas que tradicionalmente se liquidan: en el 2010 se liquidaron 18 mil empresas, 2 mil menos que en el 2009. Los buenos resultados se han

¹⁴ Fuente: Cámara de Comercio: Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca No 13. Dirección de Estudios e investigaciones – 2011.

Mantenido y en el primer trimestre del 2011, el número de empresas creadas superó las 20 mil y se renovaron 116 mil, para un total de 136 mil empresas, y al finalizar el 2011 se superó la cifra de 315 mil empresas establecidas.

- La región también se consolida como la más atractiva para localizar empresas y negocios con capital extranjero: según las cifras del Registro Mercantil de las cámaras de comercio de Bogotá, Facatativá y Girardot, en el 2010, se crearon 241 nuevas sociedades y el número de sociedades extranjeras llegó a 1.232.
- El aumento en el número de ocupados en el 2010 y 2011 consolidó a Bogotá como el mayor mercado de trabajo del país. El número de ocupados en la ciudad llegó a 3 millones 848 mil, convirtiéndose en el mejor resultado en el número de empleos creados en la ciudad desde el 2001. En Bogotá se generó el 60% de los nuevos empleos del país.
- Hay una recuperación, aunque moderada, de las exportaciones que contribuyó a mantener a Bogotá - Cundinamarca como la principal región exportadora del país.
- El aumento en el número de empresarios con expectativas positivas sobre el comportamiento de la economía, también se destaca como uno de los factores que más ha contribuido a la recuperación de la economía.

Según el PIB, Bogotá es la octava economía más grande en América Latina, después de Ciudad de México, Sao Paulo, Buenos Aires, Rio de Janeiro, Santiago, Brasilia y Lima. La ciudad ocupa el puesto 82 entre las 100 ciudades más grandes del mundo, en términos del PIB per cápita. Si se mantiene el ritmo de crecimiento de la última década (4,2% en promedio anual), en el 2038 Bogotá podría caer al puesto 92¹⁵.

2.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO (STAKEHOLDERS).

A continuación se enuncian los diferentes “stakeholders” que guardan relación con AIMS COLOMBIA, definiendo tanto las amenazas como oportunidades que cada grupo implica para la empresa.

¹⁵ Fuente: Cámara de Comercio: Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca No 13. Dirección de Estudios e investigaciones – 2011.

| STAKEHOLDERS | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|--|--|--|
| <p>1. CLIENTES.</p> | <p>La mediana empresa en el país está en crecimiento y desarrollo. La tercerización en la mediana empresa es cada vez más fuerte como una estrategia de competitividad. Los potenciales clientes se encuentran en una búsqueda permanente de valor y mejoramiento de su calidad por lo cual requieren procesos de gestión humana con estándares internacionales.</p> | <p>Los potenciales clientes le brindan poca credibilidad a los procesos de gestión humana realizados por agentes externos. Los potenciales clientes prefieren los head hunters locales y no los extranjeros.</p> |
| <p>2. PARTNERS DE AIMS INTERNATIONAL.</p> | <p>El número importante de clientes referidos tanto por la casa matriz como por los partners (franquicias de los otros países). El apoyo en know how, contactos, publicidad, etc. de AIMS INTERNATIONAL. La excelente marca de AIMS que respalda a AIMS COLOMBIA.</p> | <p>El retiro de la sesión de la franquicia. El mal manejo de la marca a nivel mundial.</p> |
| <p>3. COMPETIDORES.</p> | <p>Los competidores importantes atienden básicamente multinacionales y grandes empresas. Los costos de los head hunters de talla mundial son muy altos. Los head hunters nacionales son poco reconocidos.</p> | <p>Otros head hunters de talla mundial ingresen al país. Los head hunters de talla mundial decidan bajar sus costos. Los head hunters de talla mundial decidan atender la mediana empresa.</p> |

| | | |
|------------------------|--|--|
| | | Los head hunters nacionales tomen mayor porción del mercado. |
| 4. PROVEEDORES. | AIMS COLOMBIA no depende de determinados proveedores que afecten la calidad de sus servicios. Existen múltiples desarrolladores de software a medida y a bajos costos. | |
| 5. SOCIOS. | El alto nivel de relacionamiento de uno de sus socios que le permite ser atendido por numerosos clientes potenciales. | La poca credibilidad de los socios por ser sólo uno de ellos el que posee conocimiento y experiencia en el sector. |
| 6. GOBIERNO. | El servicio prestado por AIMS COLOMBIA, no reviste una reglamentación o restricciones particulares lo cual facilita el desarrollo de la labor. | Cambios de políticas o restricciones a las organizaciones del país por diversas situaciones políticas y sociales. |
| 7. COMUNIDAD. | Solidaridad hacia la organización Identificación de la marca posibles alianzas estratégicas | Algún tipo de problemática social que haga decaer la mediana empresa y por lo tanto a AIMS COLOMBIA. |

3. OBJETIVOS.

3.1 OBJETIVO GENERAL.

Proporcionar un servicio de alta calidad en la búsqueda, selección, reclutamiento, aprovisionamiento y seguimiento al talento humano, que brinde a los clientes la satisfacción de contar con colaboradores del más alto desempeño, que coadyuvarán a lograr sus objetivos, desde un principio y a lo largo de la existencia de AIMS Colombia.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Ofrecer un servicio versátil, integral y competente que permita atender de manera personalizada el 100% de los requerimientos de cada cliente en todos campos de la gestión del talento humano, desde un principio y a lo largo de la existencia de AIMS Colombia.
- Cumplir en todos los casos y en los plazos establecidos, con las expectativas y confidencialidad requerida por nuestros clientes, de manera que se logre su fidelización hacia la marca y a los servicios de AIMS COLOMBIA desde un principio y a lo largo de la existencia de AIMS Colombia.
- Brindar servicios de vanguardia, adaptados a los altos estándares de nuestros clientes y a las exigencias cada vez superiores del mercado actual, desde un principio y a lo largo de la existencia de AIMS Colombia.
- Desarrollar el “Know How” y el “Expertise” necesarios para ser identificados como uno de los mejores proveedores de servicios de gestión del talento humano en el país, desde un principio y a lo largo de la existencia de AIMS Colombia.

4. ESTUDIO Y ESTRATEGIA DE MERCADEO.

AIMS COLOMBIA es una empresa convencida de esforzarse por satisfacer los intereses de sus clientes, con el objeto de obtener a cambio de ello su fidelización y apuntar a crear valor y recibir una rentabilidad razonable como producto del cumplimiento de su objeto social, por lo cual se considera por convicción como una empresa con vocación de mercadeo, respetando a sus clientes y competidores y brindando lo mejor de sus estructura corporativa.

4.1 IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES.

La demanda de las multinacionales propició la aparición de los cazatalentos en Colombia. Inicialmente fueron las firmas auditoras como Arthur Young y Price Waterhouse, posteriormente surgieron otras especializadas exclusivamente en este oficio, tales como Tasa y Boyden también de origen multinacional. Con el tiempo aparecieron y

Desaparecieron otras firmas. Actualmente hay unas 20 firmas cazatalentos de las cuales sólo seis son multinacionales y nueve son de dedicación exclusiva (búsqueda ejecutivos).

Las empresas denominadas Head Hunters, especializadas en la búsqueda de directivos (cazatalentos), se encuentran crecimiento continuo. En el año 2010 (últimos datos hallados), su facturación global aumentó en un 10 %, hasta los 10.600 millones de dólares. A finales de 2011, los ingresos netos del sector crecieron un 22%. A nivel mundial, las primeras empresas cazatalentos son: Heidrick & Struggles, Korn / Ferry International, Russell Reynolds Associates y Spencer Stuart. La quinta es AIMS INTERNATIONAL.

Un estudio de mercado indica que podrían existir en Colombia cerca de 4.000 clientes potenciales de los cazatalentos, pero de ellos solamente un 15% tiene o ha contratado alguna vez un sistema profesional de búsqueda. Es claro que todavía, en muchos casos, la mayoría de las empresas acude a avisos en la prensa o a contactos personales para buscar a sus ejecutivos. Las empresas nacionales más grandes son todavía renuentes a utilizar Ayuda especializada en este campo y más aún las medianas, aunque serán el foco del mercado a atender.

El servicio se presta en su mayoría a multinacionales y lo prestan los head hunters multinacionales. Existen algunos nacionales pero son escasos y poseen poco renombre.

De allí, que siendo AIMS COLOMBIA parte de un empresa con representación mundial, debe compararse con aquellas firmas de carácter internacional de buen nombre, teniendo en cuenta que éstas no se centran en el foco al que se dedicará AIMS, que es la mediana empresa. Siendo así, sus competidores primordiales son: Top Management International, Price Waterhouse, Korn/Ferry International Colombia, Heidrick & Struggles Bogotá. Estas Compañías cobran por la prestación de sus servicios el equivalente a un sueldo de lo que vendría de vengar el empleado seleccionado y posteriormente enganchado por la empresa contratante, por lo cual el valor puede oscilar en un rango de un mínimo de \$1.800.000 hasta el tope máximo de un sueldo mensual. Todo depende del salario finalmente pactado entre la empresa y el empleado contratado.

Se calcula que las empresas del sector facturaron 2.3 billones de pesos durante 2011¹⁶. Las principales compañías del sector “Suministro de Personal” en Colombia se listan de la siguiente manera:

| # | Empresa | Ventas 2011 ¹⁷ MILLONES \$ |
|----|---------------------------|---------------------------------------|
| 1 | ACCIÓN | 421.567 |
| 2 | EFICACIA | 409.774 |
| 3 | ACTIVOS | 355.623 |
| 4 | ADECCO | 184.368 |
| 5 | EXTRAS | 165.038 |
| 6 | TALENTUM | 159.779 |
| 7 | MANPOWER DE COLOMBIA | 145.349 |
| 8 | C.T.A. ABASTICO DEL VALLE | 144.753 |
| 9 | LA COMUNA | 143.761 |
| 10 | SERVIOLA | 142.939 |

4.2 PROPUESTA DE MERCADEO.

A partir de las casi 9.500 empresas ubicadas en Bogotá- Cundinamarca, que se enmarcan dentro de las categorías de mediana y gran empresa¹⁸, AIMS COLOMBIA centrará su esfuerzos para convertir estos clientes potenciales en clientes reales. Para tal fin, empezará por obtener esta base de datos, debidamente parametrizada con el criterio de tamaño de empresa, en la Cámara de Comercio de Bogotá, para proceder a identificarlas y establecer sus posibles necesidades por atender.

Una vez se haya surtido esta etapa, definirá el portafolio de servicios a prestar, acompañado de su estructura tarifaria y política de descuentos, con el objetivo de contactar a estas empresas y seguidamente invitarlas a un evento de lanzamiento de AIMS COLOMBIA. En este evento entregará formalmente su portafolio, con el fin de

¹⁶ Fuente. www.ccb.org.co.

¹⁷ Fuente: Revista Dinero No 398. Mayo 25 de 2012.

¹⁸ Fuente: www.confecamaras.org.co

Estrechar lazos y empezar a consolidar sus contactos comerciales con el mercado por conquistar.

Acorde con esta iniciativa, es estratégico y conveniente corroborar los nexos empresariales que puedan existir entre estas compañías ante la Superintendencia de Sociedades, toda vez que para AIMS COLOMBIA le puede resultar igualmente importante y adecuado ofrecer sus servicios a grupos económicos establecidos como tal, en aras de garantizar tarifas más eficientes y aplicar economías de escala internamente, en función de su estrategia de negocio.

Posteriormente, AIMS COLOMBIA estará atento al comportamiento de dicha base de datos adquirida para observar sus movimientos y, poder así, contactar y pretender vincular empresas de reciente arribo a la región, como futuros clientes.

Desde un principio, esta iniciativa de mercado irá acompañada del diseño y puesta en funcionamiento del sitio web de AIMS COLOMBIA, como elemento central dentro de su estrategia de comunicación, para luego pautar y hacer presencia en otros medios publicitarios más convencionales.

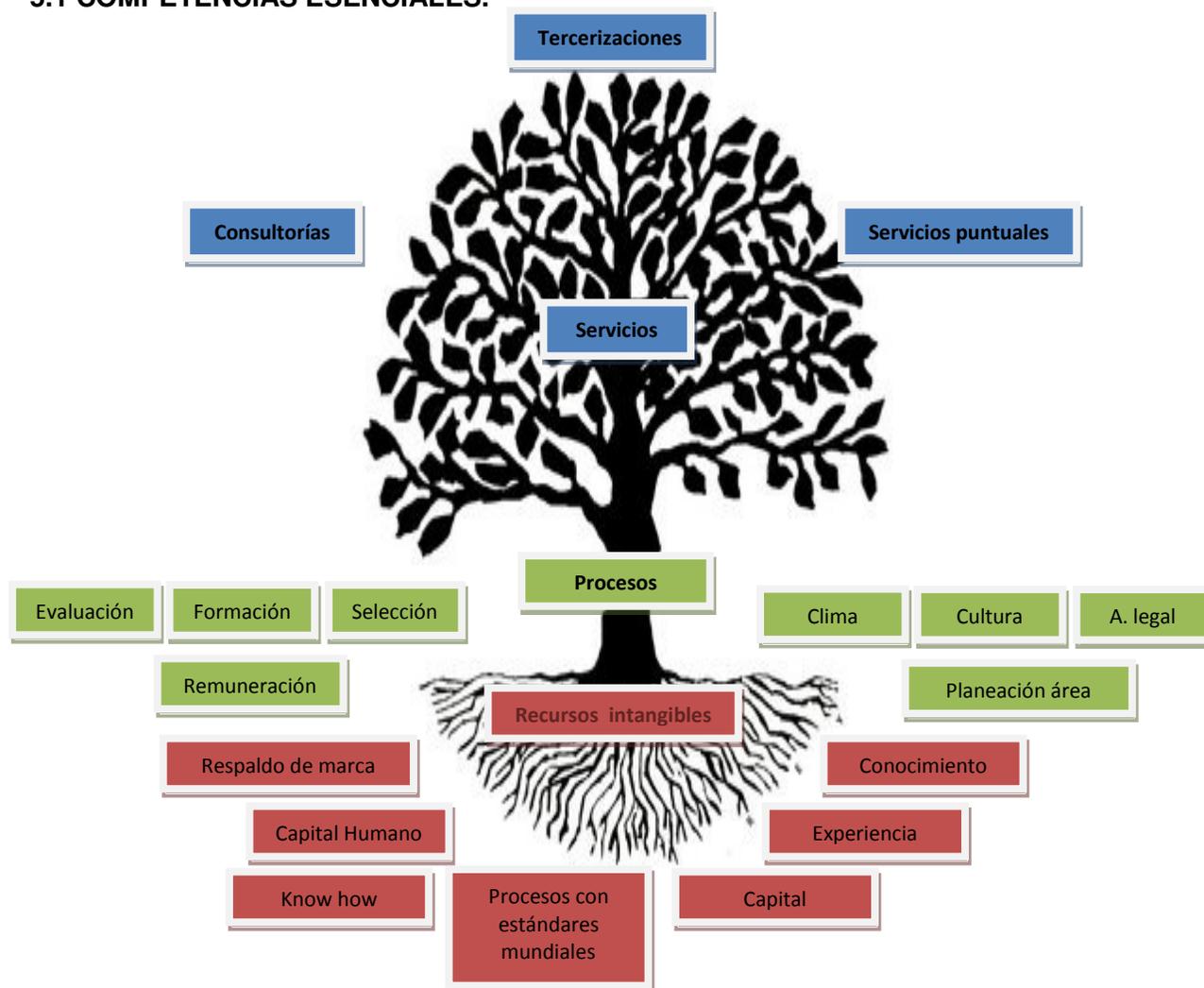
La propuesta de valor explícita que manejará AIMS Colombia, como pieza de reconocimiento publicitario y de imagen corporativa y de diferenciación ante los demás competidores, será: “Gestión humana para un contexto global”.

Las relaciones públicas o la forma de darse a conocer se sustenta en lo dicho anteriormente, como es el apoyarse en las bases de datos cuya fuente es la Cámara de Comercio de Bogotá, con base en los parámetros de perfil de empresa que fije AIMS Colombia. A partir de ello, se encargará de contactar a cada empresa a través de canales electrónicos y posteriormente con un evento de lanzamiento en Bogotá, que incluya un coctel y la presentación del portafolio de servicios y un brochure ilustrativo. Para esta iniciativa se destinará un presupuesto de \$25.000.000.

5. ESTUDIO TÉCNICO.

AIMS COLOMBIA, en su condición de empresa franquiciada de AIMS INTERNATIONAL, acogerá y acatará el cumplimiento de las políticas institucionales fijadas por esta empresa, acorde con el contrato de franquicia firmado. No obstante lo anterior, dada la complejidad o particularidad que representa el mercado colombiano por sus diversas características, contará con un nivel de autonomía para adaptarse a contexto local, pero siempre respetando los criterios de calidad y vocación de servicio impartidos por la empresa franquiciante.

5.1 COMPETENCIAS ESENCIALES.



Dentro de las competencias esenciales que asumirá y prestará AIMS COLOMBIA, incorporadas en su portafolio comercial de servicios se cuentan cuatro áreas esenciales: Tercerizaciones, Servicios, Servicios puntuales y Consultorías. Para prestar idóneamente estos servicios, AIMS COLOMBIA se apoyará en su estructura organizacional y funcional, de manera armónica y consistente, que involucra áreas de conocimiento, experiencia, responsabilidad y resolución de requerimientos desde cada área de apoyo.

5.2 ANALISIS DEL CONTEXTO.

Dentro del contexto en el cual se desarrollará el negocio de AIMS COLOMBIA, se vislumbran una serie de oportunidades y amenazas que obedecen al criterio estratégico que Define los lineamientos de la empresa, y que se enuncian a continuación. La empresa tiene claro que su éxito dependerá del aprovechamiento de las oportunidades detectadas y de la neutralización o eliminación de las posibles amenazas identificadas, en un entorno cambiante y dinámico como es el colombiano.

| | Principales Oportunidades | Principales Amenazas |
|--------------------|---|---|
| ECONOSFERA | Crecimiento de la mediana empresa | |
| | Propensión de las empresas a tercerizar | Empresas internacionales |
| | Incremento del producto interno bruto | |
| | Incremento en el número de empresas | |
| | Migración de empresarios de Venezuela | |
| SOCIOSFERA | Mejora de la imagen del país | Desconfianza en la estabilidad del país. |
| | Mejora en el nivel educativo de la población | Actividad terrorista |
| | Apoyo a la creación de empresa y actitud de emprendimiento. | La corrupción |
| | Apoyo a la empresa | |
| POLITISFERA | Buenas relaciones con otros países | La tendencia regional hacia el socialismo |
| | Posibilidades de pactos comerciales con otros países | |
| | Confianza en el gobierno actual | |

| | | |
|-------------------|--------------------------------------|--------------------------------|
| TECNOSFERA | Acceso a la tecnología de punta | Complejidad de la tecnología |
| | Rentabilidad tecnológica | Atraso tecnológico |
| | Velocidad de cambio en la tecnología | Altos costos de la tecnología |
| | Evolución de la tecnología | |
| BIOSFERA | Variedad de climas y productos | Catástrofes ambientales |
| | El desarrollo de productos alternos | Escasez de recursos materiales |
| | | El cambio climático |

5.3 MATRIZ DE MACROSEGMENTACION.

El esquema de segmentación de AIMS COLOMBIA se basa en la identificación precisa y puntual de las necesidades a resolver en sus clientes, a partir de factores tales como su Vocación de mercadeo, la calidad de sus servicios prestados, el conocimiento profundo de cada cliente y la experiencia acumulada al servicio de sus clientes.



5.4 MISION DE LA EMPRESA.

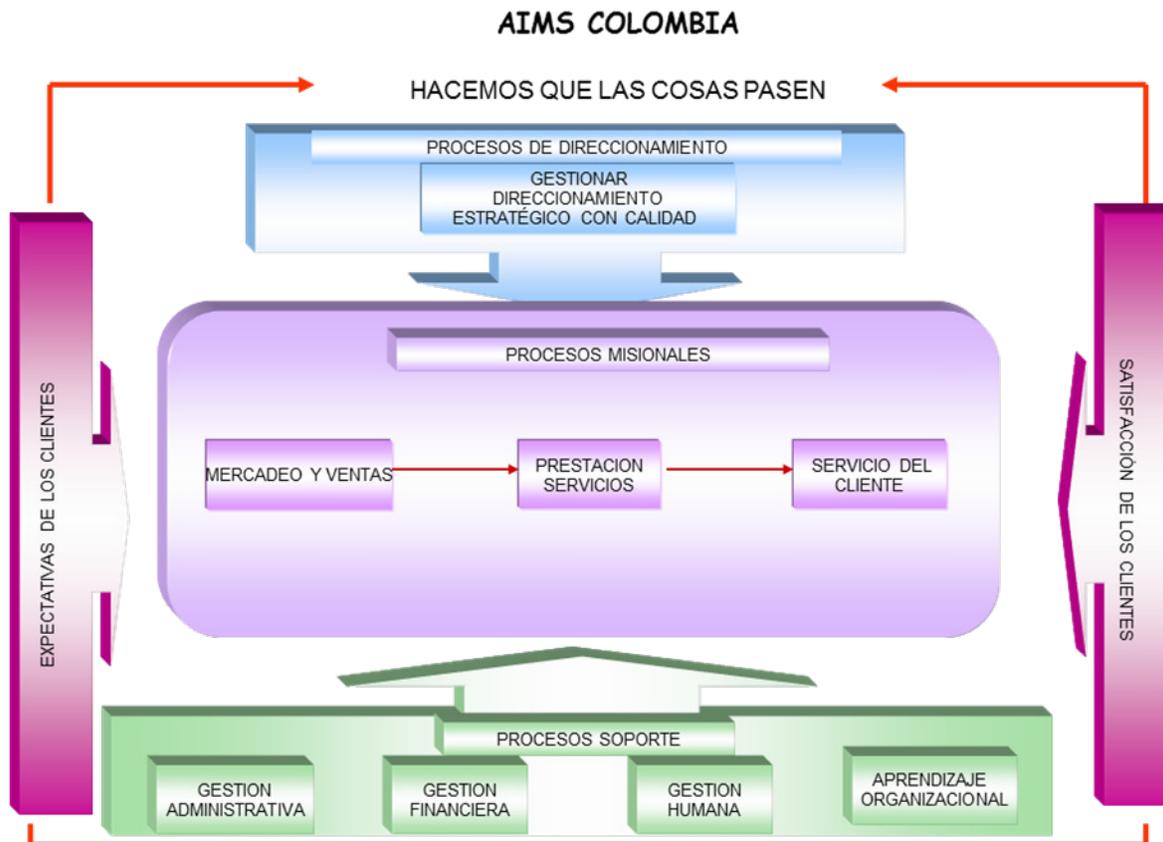
La misión de AIMS COLOMBIA es la de “Proporcionar soluciones integrales a grandes y medianas empresas en la búsqueda, selección, reclutamiento y desarrollo del talento humano a nivel directivo, a través de procesos profesionales, confiables y oportunos que se ajusten a los requerimientos particulares de cada cliente, logrando así una efectiva contribución en el logro de sus objetivos y su total satisfacción con el servicio prestado, basados en criterios éticos y confiables”.

5.5 SISTEMA DE VALOR.

EN AIMS COLOMBIA ACELERAMOS EL ÉXITO DE LAS EMPRESAS Y LAS PERSONAS GARANTIZANDO QUE LOS EJECUTIVOS INCORPORADOS CUMPLEN CON ALTOS NIVELES DE CONOCIMIENTO Y CUALIDADES HUMANAS. POR TAL RAZÓN SIEMPRE ESTAREMOS EN CONTACTO HACIENDO UN SEGUIMIENTO DEL IMPACTO GENERADO POR ESTOS FUNCIONARIOS EN SU COMPAÑÍA.

Por tal razón La propuesta de valor se sustentarán en (1) procesos diseñados sobre la trazabilidad efectuada sobre las personas seleccionadas a través de un seguimiento constante, puesto que AIMS Colombia estará muy atenta y en permanente contacto con los funcionarios que han sido seleccionados, y, es de destacar que, (2) si el funcionario nos resulta útil para la empresa contratante o no cumple las expectativas inicialmente propuestas, AIMS Colombia asume el costo del proceso de selección y reembolsará los recursos previamente recibidos.

En concordancia con este criterio, se esboza el mapa estratégico de AIMS Colombia:



6. ESTUDIO ECONÓMICO.

La franquicia para montar AIMS COLOMBIA vale 12.000 euros para dar inicio al contrato por parte de AIMS INTERNATIONAL. Posteriormente, AIMS COLOMBIA deberá pagar a su franquiciante 6.000 euros por cada año de operación, independiente de las ganancias o resultados obtenidos en cada vigencia. Así mismo, es de anotar que las pruebas realizadas cuestan 5.000 euros al año.

Para mitigar estos emolumentos, AIMS COLOMBIA aspira a lograr ventas mensuales promedio de \$50.000.000, tomando en cuenta que se desarrollan en promedio 6 procesos mensuales y que los valores de cobro son variables, porque se definen de acuerdo con el sueldo que se proponga por parte de la empresa atendida.

Los costos de funcionamiento mensuales en que incurrirá AIMS COLOMBIA, esperando se mantengan durante el primer año de labores se enuncian a continuación, relacionando los

Colaboradores con los cuales pretende contar la compañía para operar en unas condiciones básicas:

- Gerente general: \$6.000.000.
- Psicóloga: Sueldo \$3.500.000.
- Asesor comercial (4): Sueldo \$14.000.000.
- Contador: sueldo \$2.500.000.
- Asistente – secretaria: Sueldo \$1.500.000.
- Servicios públicos mensuales: \$300.000.
- Telefonía móvil mensual: \$500.000.
- Arriendo oficina mensual: \$1.000.000.
- Costos publicidad y relaciones públicas: \$1.000.000.

AIMS Colombia empezará a operar con una inversión inicial de \$150.000.000, los cuales se invertirán en la adquisición de la franquicia, compra de pruebas y los gastos fijos y variables anteriormente mencionados, en un principio en una oficina arrendada. Posteriormente, se abrirán las sucursales previstas en las demás ciudades también bajo la figura de oficinas arrendadas.

7. ESTUDIO FINANCIERO.

A continuación se enuncian las perspectivas financieras de AIMS COLOMBIA en su estado de resultados y el balance general de 2013 a 2017:

Estado de resultados de AIMS COLOMBIA 2013 – 2017.

| DESCRIPCION | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | |
| INGRESOS POR VENTAS | 600.000.000 | | 630.000.000 | | 661.500.000 | | 694.575.000 | | 729.303.750 | |
| COSTOS DE OPERACIÓN | | | | | | | | | | |
| Gastos de Personal | 330.000.000 | | 346.500.000 | | 363.825.000 | | 382.016.250 | | 401.117.063 | |
| Salarios globales | | 330.000.000 | | 346.500.000 | | 363.825.000 | | 382.016.250 | | 401.117.063 |
| Franquicia | 41.400.000 | | 13.800.000 | | 13.800.000 | | 13.800.000 | | 13.800.000 | |
| Arriendo | 12.000.000 | | 12.840.000 | | 13.738.800 | | 14.700.516 | | 15.729.552 | |
| Publicidad y relaciones publicas | 37.000.000 | | 39.590.000 | | 42.361.300 | | 45.326.591 | | 48.499.452 | |
| Servicios públicos y telefonía móvil | 9.600.000 | | 10.080.000 | | 10.584.000 | | 11.113.200 | | 11.668.860 | |
| Papelería e informática | 1.800.000 | | 1.890.000 | | 1.984.500 | | 2.083.725 | | 2.187.911 | |
| Implementos de aseo | 1.200.000 | | 1.260.000 | | 1.323.000 | | 1.389.150 | | 1.458.608 | |
| Depreciación | 3.680.712 | | 3.680.712 | | 3.680.712 | | 3.680.712 | | 3.680.712 | |
| TOTAL COSTOS OPERACIÓN | | 436.680.712 | | 429.640.712 | | 451.297.312 | | 474.110.144 | | 498.142.158 |
| UTILIDAD NETA OPERACIONAL | | 163.319.288 | | 200.359.288 | | 210.202.688 | | 220.464.856 | | 231.161.592 |
| Otros Ingresos | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 |
| Utilidad Bruta antes de impuestos | | 163.319.288 | | 200.359.288 | | 210.202.688 | | 220.464.856 | | 231.161.592 |
| Impuesto de renta (35%) | | 57.161.751 | | 70.125.751 | | 73.570.941 | | 77.162.700 | | 80.906.557 |
| Utilidad despues del impuesto | | 106.157.537 | | 130.233.537 | | 136.631.747 | | 143.302.156 | | 150.255.035 |
| Reserva legal (10%) | | 10.615.754 | | 13.023.354 | | 13.663.175 | | 14.330.216 | | 15.025.503 |
| UTILIDAD NETA | | 95.541.783 | | 117.210.183 | | 122.968.572 | | 128.971.941 | | 135.229.531 |

| INVERSION INICIAL - UTILIDAD NETA | | |
|--|---------------|--|
| INVERSION INICIAL | (150.000.000) | |
| UTILIDAD NETA AÑO 1 | 95.541.783 | |
| UTILIDAD NETA AÑO 2 | 117.210.183 | |
| UTILIDAD NETA AÑO 3 | 122.968.572 | |
| UTILIDAD NETA AÑO 4 | 128.971.941 | |
| UTILIDAD NETA AÑO 5 | 135.229.531 | |

Balance general de de AIMS COLOMBIA 2013 – 2017.

| ACTIVOS | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------------------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| ACTIVOS CORRIENTES | | | | | |
| Caja | 2.560.000 | 36.892.563 | 43.358.923 | 18.695.323 | 15.983.657 |
| Bancos | 687.935.400 | 484.636.940 | 521.602.330 | 587.047.807 | 643.013.494 |
| Inversiones temporales | - | 315.000.000 | 335.290.000 | 368.661.441 | 280.536.157 |
| Cuentas por cobrar | 50.000.000 | 155.652.934 | 155.652.934 | 131.132.917 | 217.788.305 |
| TOTAL ACTIVOS CORRIENTES | 740.495.400 | 992.182.437 | 1.055.904.187 | 1.105.537.488 | 1.157.321.613 |
| ACTIVOS FIJOS | | | | | |
| Muebles y Enseres | 6.207.494 | 12.413.660 | 12.413.660 | 12.413.660 | 12.413.660 |
| Equipo de Computo y comunicación | 1.229.600 | 12.229.600 | 12.229.600 | 12.229.600 | 12.229.600 |
| Depreciación Acumulada | 122.960 | 3.803.672 | 7.484.384 | 11.165.096 | 14.845.808 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | 7.314.134 | 20.839.588 | 17.158.876 | 13.478.164 | 9.797.452 |
| TOTAL ACTIVOS | 747.809.534 | 1.013.022.025 | 1.073.063.063 | 1.119.015.652 | 1.167.119.065 |
| PASIVOS | | | | | |
| PASIVOS CORRIENTES | | | | | |
| Retenciones y Aportes Nómina | 474.240.000 | 497.952.000 | 522.849.600 | 548.992.080 | 576.441.684 |
| Impuesto de renta | 28.027.751 | 29.609.051 | 31.260.596 | 32.985.281 | 34.786.102 |
| TOTAL PASIVOS CORRIENTES | 502.267.751 | 527.561.051 | 554.110.196 | 581.977.361 | 611.227.786 |
| PASIVOS NO CORRIENTES | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL PASIVOS | 502.267.751 | 527.561.051 | 554.110.196 | 581.977.361 | 611.227.786 |
| PATRIMONIO | | | | | |
| Capital | 150.000.000 | 150.000.000 | 150.000.000 | 150.000.000 | 150.000.000 |
| Reserva Legal | 0 | 5.498.824 | 5.805.539 | 6.125.838 | 6.460.276 |
| Utilidades del ejercicio | 95.541.783 | 117.210.183 | 122.968.572 | 128.971.941 | 135.229.531 |
| Utilidades acumuladas | 0 | 212.751.967 | 240.178.756 | 251.940.513 | 264.201.472 |
| TOTAL PATRIMONIO | 245.541.783 | 485.460.974 | 518.952.868 | 537.038.292 | 555.891.280 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 747.809.534 | 1.013.022.025 | 1.073.063.063 | 1.119.015.652 | 1.167.119.065 |

Los supuestos planteados en los estados financieros son los que están incluidos en el estudio económico y se estima un crecimiento neto y sostenido de 5% anual. La Tasa Interna de Retorno (TIR) calculada es 68% y el Valor Presente Neto (VPN) es \$243.554.484 para el cual se tuvo una tasa de descuento del 15%, lo que nos refleja que el proyecto es viable pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido y se maximizara la inversión en un mediano plazo.

8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

8.1 VISION.

En el año 2018 AIMS COLOMBIA será una empresa sólida y reconocida como una de las 5 proveedoras de servicios en gestión humana de altos ejecutivos en Colombia más importantes, teniendo un 60% de participación en el mercado, gracias a la satisfacción de su gran número de clientes fidelizados, a la calidad y la versatilidad en los procesos que desarrolla, en permanente mejora y sintonía con las tendencias y exigencias del mercado.

8.2 OBJETIVOS CORPORATIVOS.

AIMS COLOMBIA es una empresa orientada a satisfacer los intereses de sus clientes, con el objeto de obtener a cambio de ello su fidelización y apuntar a crear valor y recibir una rentabilidad razonable como producto del cumplimiento de su objeto social, a partir de su portafolio de servicios.

AIMS COLOMBIA es una empresa con vocación de mercadeo, que respeta tanto a sus clientes como a sus competidores y brinda lo mejor de su estructura corporativa en aras de crear valor y crecer.

Objetivos de AIMS COLOMBIA

Lista de objetivos

| N° | Título largo | Título corto | Juego | Descripción |
|----|---------------------------------|--------------|-------|-------------|
| 1 | EN EL 2017 SER UNO DE LOS 5 PR | 5 MEJORES | | |
| 2 | EN 2017 TENER TRES PRODUCTOS | 3 NUEVOS P | | |
| 3 | EN EL 2017 TENER UN NIVEL DE MA | 35% MAR | | |
| 4 | TENER RECONOCIMIENTO DE MAR | RECON MA | | |
| 5 | ALCANZAR EL 95% DE SATISFACCI | 95% SATISF | | |
| 6 | 2017 COMPETIR CON COSTOSEQ | COS EQUI | | |

© LIPSOR-EPTA-MACTOR

1. En 2018 ser uno de los 5 principales proveedores nacionales de gerentes para las empresas (clientes).
2. En 2018 ampliar el portafolio de servicios a tres nuevos productos: Escala salarial, gobierno corporativo y clima organizacional.
3. En 2018 tener un nivel de margen superior al 35% y mantenerlo en el tiempo.

4. En 2018 tener reconocimiento y posicionamiento a nivel nacional.
5. En 2018 alcanzar el 95% de satisfacción de los clientes.
6. En 2018 competir con costos equitativos.

8.3 FILOSOFIA DE EMPRESA.

Los principios por los cuales se guiará la gestión de AIMS COLOMBIA se basan en un respeto integral por el cliente, por los colaboradores de la empresa y, en general, por el grupo de stakeholders mencionados en capítulos anteriores y se conforma por los siguientes lineamientos:

Visión Mundial – actuación local:

AIMS COLOMBIA brinda la debida atención a sus clientes con los privilegios y valor agregado que implica el hacer parte de una asociación internacional presente en más de 50 países, acompañado este importante factor del conocimiento y la experiencia adquiridas en el entorno local, lo que permite ofrecer un servicio versátil, integral y competente.

Servicio Personalizado:

La labor de AIMS COLOMBIA parte de reconocer que los requisitos de cada cliente son únicos. Por ello los procesos, además de ser de alta calidad, están ajustados a las necesidades y objetivos particulares de cada proyecto que le es confiado.

Procesos estructurados y de calidad:

Tanto los procesos de gestión humana que ofrece AIMS COLOMBIA, como el personal con el que cuenta, son permanentemente actualizados con los mejores estándares mundiales, con el fin de garantizar la efectividad, el profesionalismo y la calidad en los servicios prestados.

Confiabilidad:

AIMS COLOMBIA asume cada proyecto asignado como propio, por lo cual cada objetivo se considera efectivamente cumplido sólo hasta cuando se logra que el cliente considere realizadas sus expectativas, según sus parámetros, en el plazo fijado y con total confidencialidad tanto para él como para los posibles candidatos.

Integralidad:

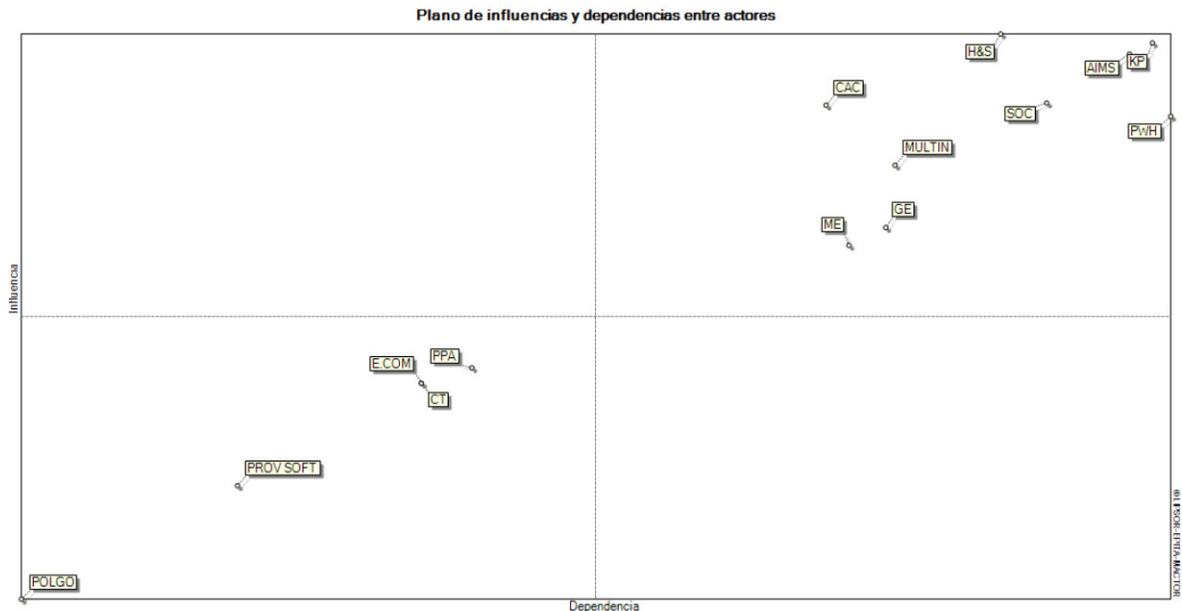
AIMS COLOMBIA acoge cada labor asignada con el mayor compromiso y esmero en su realización, con el objeto de obtener el mejor resultado posible y cumplir la expectativa generada en sus clientes.

8.3.1 Organigrama de AIMS Colombia.**8.3.2 Perfil de los cargos.**

1. Gerente general: hombre o mujer – administrador de empresas o economista con especialización en mercadeo - bilingüe (inglés e español) – entre 25 y 45 años – experiencia con empresas similares mínimo 2 años - radicado en Bogotá.

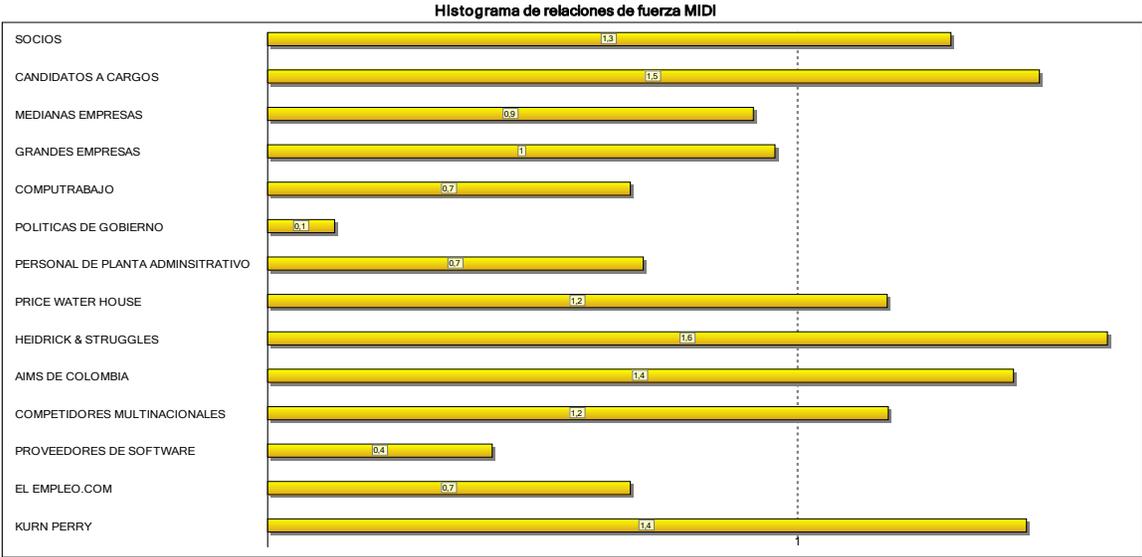
2. Asistente – secretario(a): hombre o mujer - bilingüe (inglés e español) – entre 25 y 35 años – radicado en Bogotá.
3. Psicóloga: mujer - bilingüe (inglés e español) – experiencia en procesos de selección de 4 años o más - entre 25 y 35 años – radicada en Bogotá.
4. Asesor comercial: hombre – entre 25 y 35 años – nivel académico profesional áreas afines - radicado en Bogotá.
5. Contador: hombre o mujer - tarjeta profesional – entre 25 y 35 años – experiencia laboral mínimo 2 años - radicado en Bogotá.

8.4 INFLUENCIAS DIRECTAS E INDIRECTAS.



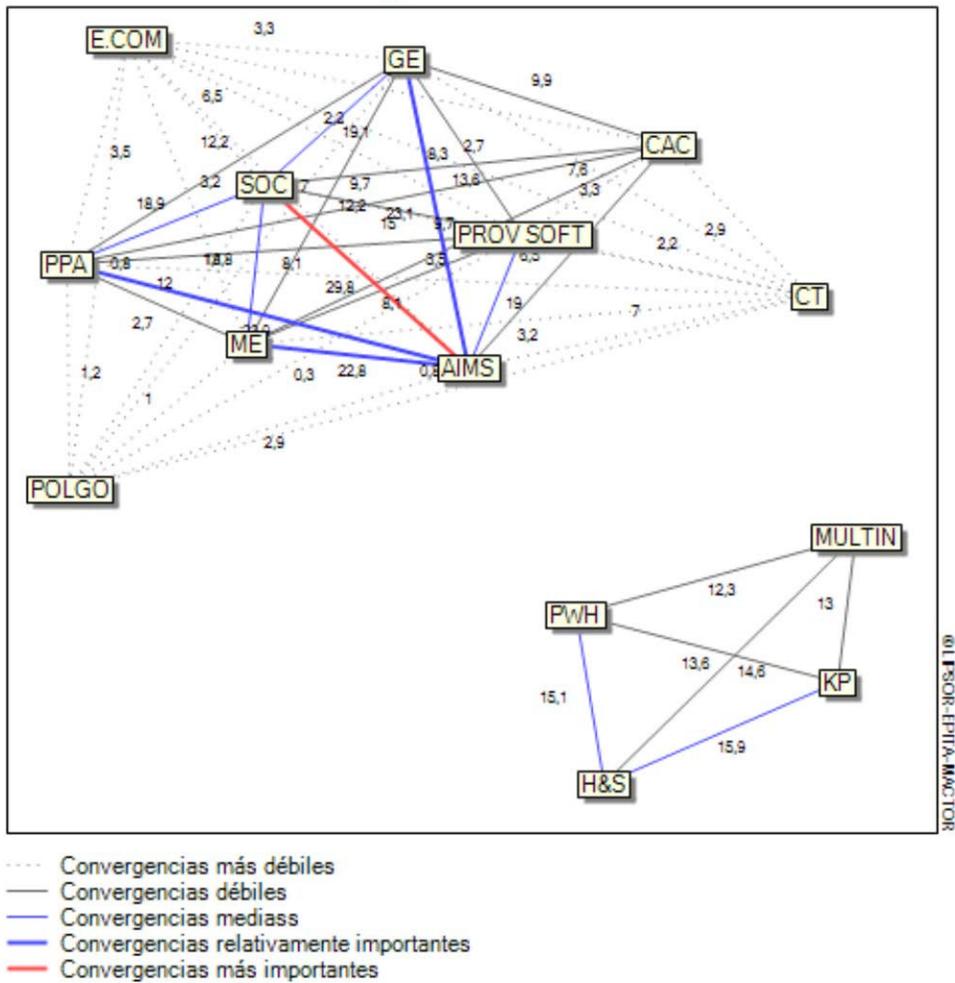
Después de realizar el análisis del MACTOR, se concluye que AIMS COLOMBIA debe centrar su desarrollo estratégico en las variables clave del cuadrante superior derecho, es decir, en las variables: socios, medianas empresas, grandes empresas, multinacionales, Aims, Kurn Perry. Estas variables serán por tanto desarrolladas en adelante, sin perder de vista que las variables del cuadrante inferior derecho son de salida y deben verse como indicadores de evolución y traducirse en objetivos de trabajo.

Histograma de relaciones de fuerza MIDI



El histograma adjunto ubica a AIMS COLOMBIA en una posición relativamente destacada y contando con aliados, razón por la cual podrá desarrollar estrategias para el logro de los objetivos y apuntar a los más altos niveles de competencia.

Gráfico de convergencias entre actores de orden 3



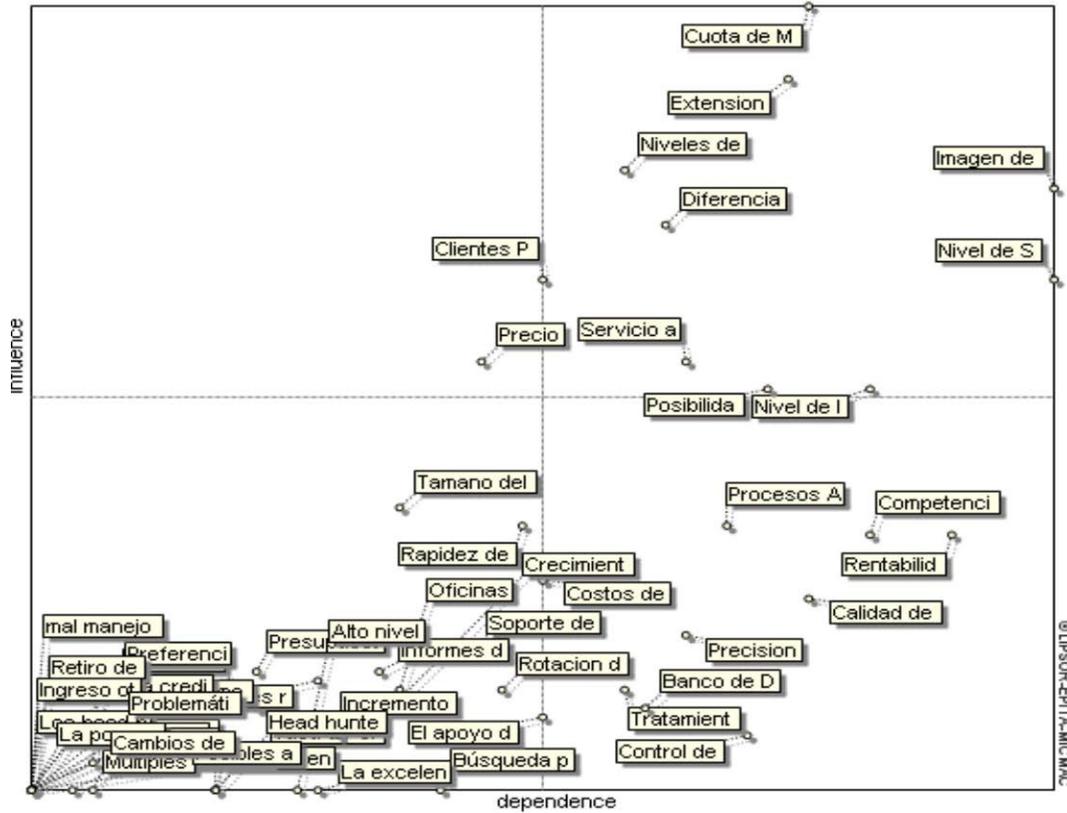
Los objetivos de AIMS COLOMBIA no son compartidos por sus competidores y, por ello, podría realizar alianzas con candidatos a cargos, medianas empresas, grandes empresas, proveedores de software, socios, e incluso, con sus propios empleados. Este elemento se constituye en un importante elemento diferenciador para AIMS COLOMBIA en la medida en que sus clientes lo perciban como un factor de valor.

8.5 ANÁLISIS PROSPECTIVO.

8.5.1 MICMAC.

De acuerdo con el siguiente gráfico que representa las variables clave arrojadas por el MICMAC, se pueden determinar los siguientes escenarios:

Direct influence/dependence map



| ESCENARIOS POSIBLES DE AIMS COLOMBIA PARA DICIEMBRE DE 2018 | | | | | |
|---|----------------------------|---|--------------------------|-------------------------------|----------------------|
| COMPONENTES | INDICADORES | OPCIONES | | | |
| | | 1- PESIMISTA | 2- TENDENCIAL | 3- DESEABLE | |
| A | CUOTA DE MERCADO | CUOTA DE MERCADO | INF 10% | 10% | SUP 20% |
| B | EXTENSIÓN GAMA PRODUCTOS | No SERVICIOS OFRECIDOS | INF 3 | 5 | 8 |
| C | NIVELES DE MARGEN | MARGEN NETO | INF 15% | 20% | SUP 35% |
| D | DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO | TASA DE PERCEPCION DE DIFERENCIACION (ENCUESTA) | INF 60% | 75% | SUP 85% |
| E | IMAGEN DE MARCA | TOP OF MIND | FUERA DE LOS 10 PRIMEROS | ENTRE EL SEXTO Y NOVENO LUGAR | ENTRE LOS PRIMEROS 5 |
| F | NIVEL DE SATISFACCIÓN | SATISFACCIÓN CLIENTE (ENCUESTA POST SERVICIO) | INF 80% | 90% | SUP 95% |

Campo morfológico elevado a la 6 = 729 escenarios posibles

- **Escenario deseable: $a3+b3+c3+d3+e3+f3$ (nombre top).**

En el año 2018 AIMS COLOMBIA es una de las 5 proveedoras más importantes del país en materia de servicios de gestión humana, con una cuota del mercado superior al 20%. Su gama de producto va desde selección hasta formación, evaluación, remuneración, clima, cultura, asesoría legal y planeación de área. Desde el año 2014 se aspira a contar con un nivel de margen superior al 35%.

Igualmente, su servicio es diferenciado en un 85% gracias a la versatilidad y calidad que le permiten ajustarse plenamente a las necesidades y expectativas particulares de cada cliente, obteniendo un promedio de satisfacción del 95% y una posición de marca dentro de una de las 5 mejores del país.

- **Escenario tendencial: $a2+b2+c2+d2+e2+f2$ (nombre improve).**

En el año 2018 AIMS COLOMBIA está logrando el nivel de posicionamiento equivalente de los Head hunters presentes en el país con antelación y es así como posee una cuota del mercado del 10% y ha ido ampliando su portafolio de servicios hasta lograr ofrecer 5 de los 8 posibles servicios en gestión humana. Desde el año 2014 AIMS COLOMBIA poseerá un nivel de margen superior al 20%.

Igualmente, su servicio es diferenciado en un 75% gracias al mejoramiento de su versatilidad y calidad que le permiten ajustarse las necesidades y expectativas particulares de cada cliente, obteniendo un promedio de satisfacción del 90% y una posición de marca dentro de una de las 9 mejores del país.

- **Escenario pesimista: $a1+b1+c1+d1+e1+f1$ (nombre imposible).**

En el año 2018 AIMS COLOMBIA posee una cuota del mercado inferior al 10% y ha ampliado su portafolio de servicios hasta ofrecer 3 de los 8 posibles servicios en gestión humana. Desde el año 2013 posee un nivel de margen del 15%.

Su servicio es diferenciado en un 59% obteniendo un promedio de satisfacción de sus clientes del 79% y sin lograr una posición de su marca dentro de las 10 primeras del país.

8.5.2 Método Delphi.

Descripción de eventos.

| EVENTO No | VARIABLE CLAVE | DESCRIPCIÓN DEL EVENTO |
|--------------|----------------------------|--|
| E1 | CUOTA DE MERCADO | En el año 2013 AIMS COLOMBIA inicia su labor, y para el año 2018 espera ser una de las 5 proveedoras más importantes del país en materia de servicios de gestión humana, con una cuota del mercado superior al 20%. |
| E2 | EXTENSIÓN GAMA PRODUCTOS | En el año 2013 AIMS COLOMBIA inicia su labor con la prestación de servicios de selección de personal pero con la proyección de ampliar para el año 2018 su gama de productos a formación, evaluación, remuneración, clima, cultura, asesoría legal y planeación de área. |
| E3 | NIVELES DE MARGEN | Al iniciar sus labores, AIMS COLOMBIA posee pocos niveles de margen en sus negocios debido a la altos costos de implementación de sus procesos, para el año 2014 espera tener un nivel de margen superior al 35% |
| E4 | DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO | En el año 2013 Aims Colombia se encuentra en el diseño de sus servicios, para año 2018 espera ser diferenciado por su versatilidad y calidad que le permite ajustarse plenamente a las necesidades y expectativas particulares de cada cliente. |
| E5 | IMAGEN DE MARCA | AIMS COLOMBIA posee en el 2013 el respaldo de una excelente marca a nivel mundial, sin embargo en Colombia, dicha marca aún no es muy reconocida. Para el año 2018 la marca deberá estar posicionada dentro de una de las 5 mejores del país. |
| E6 | NIVEL DE SATISFACCIÓN | Iniciando su labor, AIMS COLOMBIA reconoce que la satisfacción de sus clientes es lograda a través de la efectividad y calidad de sus servicios y de su servicio al cliente, por ello, para el 2018 espera alcanzar una satisfacción mínima del 95%. |

Preguntas o hipótesis sobre los eventos.

| EVENTO No | VARIABLE CLAVE | PREGUNTAS |
|----------------------|----------------------------|---|
| E1 | CUOTA DE MERCADO | Si en el 2013 AIMS COLOMBIA inicia su labor, que tan probable es que en el año 2018 sea una de las 5 proveedoras más importantes del país en materia de servicios de gestión humana, con una cuota del mercado superior al 20%? |
| E2 | EXTENSIÓN GAMA PRODUCTOS | Si en el año 2013 AIMS COLOMBIA inicia su labor con la prestación de servicios de selección de personal, que tan probable es que para el año 2018 posea su gama de productos ampliada en selección, formación, evaluación, remuneración, clima, cultura, asesoría legal y planeación de área? |
| E3 | NIVELES DE MARGEN | Si al iniciar sus labores, AIMS COLOMBIA posee pocos niveles de margen en sus negocios debido a los altos costos de implementación de sus procesos, qué tan probable es que en el 2014 posea un nivel de margen superior al 35%? |
| E4 | DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO | Qué tan probable es para AIMS COLOMBIA que en el año 2018 sea diferenciado por su versatilidad y calidad ya que se ajusta plenamente a las necesidades y expectativas particulares de cada cliente si en el 2013 se encuentra en la fase de diseño de los mismos? |
| E5 | IMAGEN DE MARCA | Qué tan probable es que AIMS COLOMBIA. Tenga posicionada su marca dentro de una de las 5 mejores del país para el año 2018, si inicia sus labores en el 2013 con un respaldo de la marca a nivel mundial? |
| E6 | NIVEL DE SATISFACCIÓN | Qué tan probable es para AIMS COLOMBIA alcanzar en el año 2018 una satisfacción de sus clientes mínima del 90% si en el año 2013 inicia su labor y no la iniciado la medición de sus indicadores?. |

Consolidado de probabilidad de eventos.

| EVENTO | Evento muy improbable | Evento improbable | Existe duda | Evento probable | Evento muy probable |
|--------|-----------------------|-------------------|-------------|-----------------|---------------------|
| | 0.0 a 0.39 | 0.40 a 0.49 | 0.51 a 0.60 | 0.61 a 0.70 | 0.71 o más |
| E1 | | | | X | |
| E2 | | | | | X |
| E3 | | | | | X |
| E4 | | | | X | |
| E5 | | | | X | |
| E6 | | | | X | |

8.5.3 Direccionamiento estratégico.

Determinación de los actores.

Lista de actores

| Nº | Título largo | Título corto | Descripción |
|----|------------------------------|--------------|-------------|
| 1 | SOCIOS | SOC | |
| 2 | CANDIDATOS A CARGOS | CAC | |
| 3 | MEDIANAS EMPRESAS | ME | |
| 4 | GRANDES EMPRESAS | GE | |
| 5 | COMPUTRABAJO | CT | |
| 6 | POLITICAS DE GOBIERNO | POLGO | |
| 7 | PERSONAL DE PLANTA ADMINSTR | PPA | |
| 8 | PRICE WATER HOUSE | PWH | |
| 9 | HEIDRICK & STRUGGLES | H&S | |
| 1 | AIMS DE COLOMBIA | AIMS | |
| 1 | COMPETIDORES MULT INACIONALE | MULTIN | |
| 1 | PROVEEDORES DE SOFTWARE | PROV SOF | |
| 1 | EL EMPLEO.COM | E.COM | |
| 1 | KURN PERRY | KP | |

© LPSOR-EPITA-MACTOR

Cuadro resumen de los actores

| ACTOR | PROYECTO | MOTIVACIÓN | INTERESES | APREMIOS | MEDIO ACCIÓN |
|---|---|--|---|---|--|
| SOCIOS | Obtener mayores beneficios con AIMS COLOMBIA | Mayor Rentabilidad | Ampliar cuota de participación en el mercado | Alcanzar el reconocimiento y posicionamiento de AIMS en el mediano plazo. | Altos estándares de calidad en la selección. Oportunidad en la respuesta a necesidades de clientes. Identificación de partners internos y externos |
| CANDIDATOS A CARGOS | Ser seleccionados por AIMS Colombia | Cumplir expectativas profesionales, reflejadas en una mejor posición laboral | Posición, reconocimiento y proyección profesional; mejorando la calidad de vida (ingresos) | Reconocimiento de su liderazgo en la organización, fundamentado en conocimientos. | Ser seleccionado por AIMS COLOMBIA para ocupar cargos de dirección. |
| MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS | Acceder a los mejores gerentes para su organización | Maximizar el valor de su empresa | Mejorar su posicionamiento y competitividad | Utilidad y participación en el mercado | Desarrollo del plan estratégico de la empresa. |
| COMPUTRABAJO Y EL EMPLEO.COM | Suministrar personal competente | Obtener rentabilidad | Permanencia en el mercado | Ser indispensables para sus clientes | Amplia gama de servicios y clientes |
| GOBIERNO | Mejoramiento de niveles de Desarrollo, garantizando gobernabilidad. | Mejorar condiciones de sus asociados (ciudadanos) | Aumento de ingresos a través de recaudación que genere inversión social y mejoramiento de la calidad de vida. | Desempleo Manifestaciones de inconformismo social. Confianza inversionista | Generar condiciones de inversión basadas en seguridad y confianza. |
| PERSONAL DE PLANTA ADMINISTRATIVO | Integrar una de las empresas líderes del sector | Cumplir expectativas laborales y proyección. | Mejorar calidad de vida (ingresos) | Estabilidad laboral, nivel de competencia. | Altos estándares de desempeño, capacitación constante. |
| COMPETIDORES NACIONALES Y ,MULTINACIONALES (8,9,11,12 Y 14) | Tener la mayor participación en el mercado. | Aumentar el valor de la empresa | Posicionamiento con liderazgo y aumento de los ingresos. | Competencia y cumplimiento de las expectativas de los clientes | Cumplimiento de plan estratégico. Objetivos de la empresa. |
| AIMS COLOMBIA | Ser una de las empresas líderes del sector. | Reconocimiento y fidelidad de clientes | Mayores ingresos y aumentar el valor de la empresa | Posicionamiento a nivel regional (sur América) | Cumplimiento de objetivos. Consolidación plan estratégico. |
| PROVEEDORES DE SOFTWARE | Convertirse en proveedores de AIMS | Ingresos, desarrollo de software. | Aumentar participación de mercado. | Competencia, productos que suplan necesidades de clientes. | Soluciones oportunas y pertinentes para los clientes. |

Los aliados de AIMS COLOMBIA son ambivalentes, es decir nunca cambian.

9. ESTUDIO LEGAL.

AIMS COLOMBIA ha decidido constituirse en Colombia al amparo de la Ley 1258 de 2008 - *Sociedades por Acciones Simplificadas* - SAS, puesto que le puede brindar, en el cumplimiento de su objeto misional las ventajas propias de las sociedades anónimas.

Dentro de los principales beneficios de constituir la empresa bajo la normatividad de Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), se cuentan los siguientes:

- **Constitución.** La sociedad por acciones simplificada puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo son responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no son responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que llegase a incurrir la sociedad.
- **Personalidad jurídica.** La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, forma una persona jurídica distinta de sus accionistas.
- **Naturaleza.** La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.
- **Imposibilidad de negociar valores en el mercado público.** Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

AIMS COLOMBIA se creará mediante documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá. El término del contrato será indefinido, tendrá como actividad principal: “dedicada a brindar los servicios de búsqueda, selección, reclutamiento, aprovisionamiento y seguimiento de talento humano”, con un capital autorizado, suscrito y

Pagado de \$150.000.000.00 (ciento cincuenta millones de pesos) y conformada por cuatro (4) Socios Capitalistas, con domicilio en la ciudad de Bogotá.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

La iniciativa para desarrollar el contrato de franquicia en Colombia para la compañía AIMS COLOMBIA, a partir de los factores analizados en el presente documento, se puede considerar viable desde el plano empresarial y realizable en los plazos establecidos para tal fin, con el apoyo y aporte de los socios interesados. AIMS COLOMBIA está ante el reto de aprovechar una oportunidad de mercado claramente identificada.

En la medida en que la economía colombiana continúe un desempeño estable y favorable como el mostrado en el último lustro, especialmente impulsado por los sectores económicos más sobresalientes, la creación de nuevas empresas y la consolidación y crecimiento de las ya existentes traerá consigo la generación de empleo. Este resultado será determinante para la existencia misma de AIMS COLOMBIA y para poder alcanzar los resultados empresariales trazados. Este hecho está reafirmado con los resultados macroeconómicos alcanzados por Colombia en los últimos años, la atractiva imagen proyectada como destino de la inversión mundial y la ortodoxia reconocida en el manejo económico dado desde el gobierno central.

Para que la presente propuesta pueda cristalizarse y hacer de AIMS COLOMBIA una realidad empresarial exitosa, resulta recomendable cumplir detallada y disciplinadamente los criterios y lineamientos esbozados en este texto y, una vez la empresa esté funcionando, elevarlos a políticas empresariales. Solo de esta manera, y acompañado de compromiso y dedicación por parte de sus gestores y empleados, se podrán cumplir los objetivos propuestos. Los supuestos y criterios establecidos para adelantar esta propuesta, deben ser asumidos de manera juiciosa, disciplinada y con entrega por parte de los gestores de AIMS Colombia para que los resultados se cumplan idealmente.

En la medida que AIMS COLOMBIA pueda consolidar sus servicios prestados en su primera etapa de operación, el reto siguiente es el de estructurar y ampliar su portafolio de servicios y a partir de éste, proyectarse empresarialmente en el mediano y largo plazos. Está frente a un mercado por capitalizar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y CIBERGRAFÍA.

- Banco de la República. www.banrep.gov.co
- Cámara de Comercio: Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca No 12. Dirección de Estudios e investigaciones – 2011.
- Cámara de Comercio: Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca No 13. Dirección de Estudios e investigaciones – 2011.
- Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio. www.confecamaras.org.co
- Departamento Nacional de Planeación. www.dnp.gov.co
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. www.dane.gov.co
- Diario El Tiempo. www.eltiempo.com
- Diario Portafolio. www.portafolio.com.co
- Ley 905 de 2004.
- Revista Dinero No 398. Mayo 25 de 2012.
- Revista Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad. Universidad Militar Nueva Granada. Volumen 5 No 2. Diciembre de 2010. La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia. Félix David Lozano Monroy.

ANEXOS

1. MATRIZ DE INFLUENCIAS DIRECTAS (MID).

| MID | SOC | CAC | ME | GE | CT | POLGO | PPA | PWH | H&S | AIMS | MULTIN | PROVSOFT | E.COM | KP |
|----------|-----|-----|----|----|----|-------|-----|-----|-----|------|--------|----------|-------|----|
| SOC | 0 | 1 | 3 | 3 | 2 | 0 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2 | 4 |
| CAC | 1 | 0 | 3 | 3 | 3 | 0 | 1 | 4 | 4 | 4 | 2 | 0 | 3 | 4 |
| ME | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 4 | 4 | 4 | 1 | 0 | 0 | 4 |
| GE | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 4 | 4 | 4 | 2 | 0 | 0 | 4 |
| CT | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| POLGO | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PPA | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 2 | 3 | 0 | 0 | 1 | 2 |
| PWH | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 |
| H&S | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 0 | 2 | 4 | 0 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 |
| AIMS | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 0 | 3 | 4 | 4 | 0 | 2 | 1 | 1 | 4 |
| MULTIN | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | 4 | 4 | 2 | 0 | 2 | 1 | 4 |
| PROVSOFT | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 |
| E.COM | 2 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| KP | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 0 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 0 |

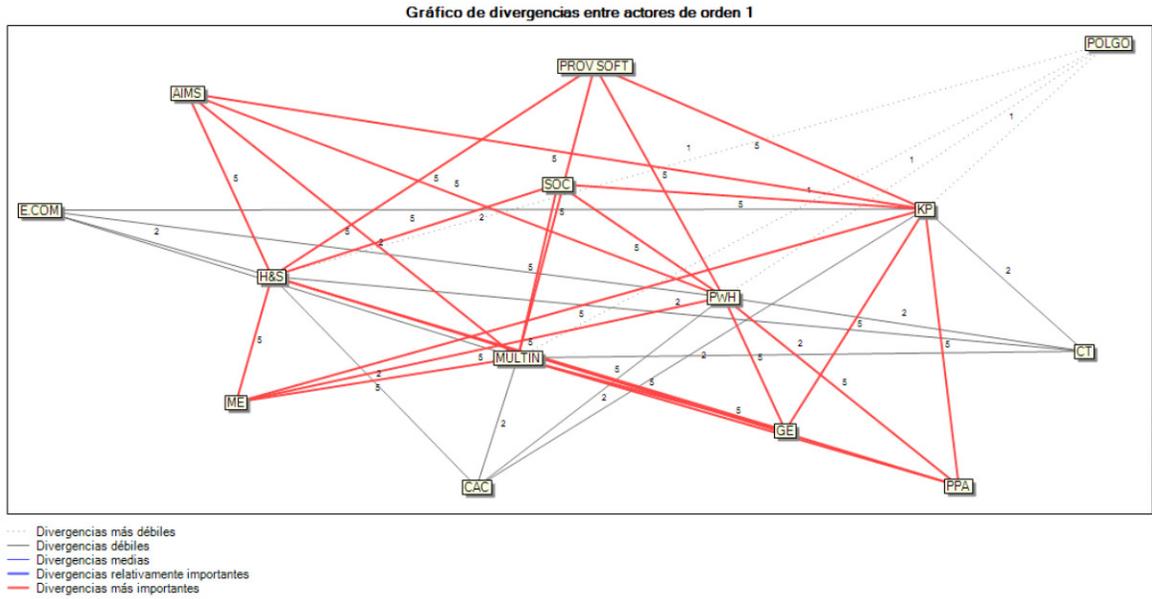
© LIPSOR-EPTA-MACTOR

2. MATRIZ DE POSICIONES VALORADAS (MAO2).

| 2MAO | 5 MEJORES | 3 NUEVOS P | 35% MAR | RECON MAR | 95% SATISF | COS EQUI |
|----------|-----------|------------|---------|-----------|------------|----------|
| SOC | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| CAC | 3 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 |
| ME | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| GE | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| CT | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| POLGO | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| PPA | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 |
| PWH | -2 | -3 | -2 | -2 | 0 | -2 |
| H&S | -2 | -3 | -2 | -2 | 0 | -2 |
| AIMS | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| MULTIN | -2 | -3 | -2 | -2 | 0 | -1 |
| PROVSOFT | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| E.COM | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| KP | -2 | -2 | -2 | -2 | 0 | -2 |

© LIPSOR-EPTA-MACTOR

3. GRAFICO DE DIVERGENCIA ENTRE ACTORES.



4. HISTOGRAMA DE AMBIVALENCIA ENTRE ACTORES.



UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

Plan de negocio para el diseño de una empresa de búsqueda y seguimiento del talento humano en Colombia

| No. | VARIABLES | DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE |
|-----|---|--|
| 1 | NOMBRE DEL POSTGRADO | Especialización en Gerencia Estratégica |
| 2 | TÍTULO DEL PROYECTO | Plan de negocio para el diseño de una empresa de búsqueda y seguimiento del talento humano en Colombia |
| 3 | AUTOR(es) | Octavio Llano, Didier Estrada, John Alzate y Carlos Martínez. |
| 4 | AÑO Y MES | 2013 - Enero. |
| 5 | NOMBRE DEL ASESOR(a) | LOZANO MONROY FELIX DAVID |
| 6 | DESCRIPCIÓN O ABSTRACT | <p>Se propone suscribir un contrato de franquicia con la red AIMS INTERNATIONAL para establecer formalmente en Colombia una sucursal, inicialmente en Bogotá, dedicada a brindar los servicios de búsqueda, selección, reclutamiento, aprovisionamiento y seguimiento de talento humano. De esta manera, la empresa a crear se apoyaría en la experiencia y en el reconocimiento internacional de AIMS, con el objetivo de aprovechar estos factores y pretender obtener éxito en Colombia.</p> <p>It is proposed to enter into a franchise agreement with AIMS INTERNATIONAL network to formally establish a branch in Colombia, initially in Bogota, dedicated to provide search services, selection, recruitment, procurement and monitoring of human talent. Thus, the company create would rely on the experience and international recognition of AIMS, in order to take advantage of these factors and seek to obtain success in Colombia.</p> |
| 7 | PALABRAS CLAVES | Talento humano, head hunters, selección, trabajo, empleados. |
| 8 | SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO | Sector servicios. |
| 9 | TIPO DE ESTUDIO | Plan de negocio. |
| 10 | OBJETIVO GENERAL | Proporcionar un servicio de alta calidad en la atracción, retención y desarrollo del talento humano que brinde a los clientes la satisfacción de contar con colaboradores del más alto desempeño, que les coadyuvarán a lograr sus objetivos. |
| 11 | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer un servicio versátil, íntegro y competente que permita atender de manera personalizada los requerimientos de cada cliente en todos campos de la gestión del talento humano. • Cumplir en todos los casos y en los plazos establecidos, con las expectativas y confidencialidad requerida por nuestros clientes, de manera que se logre su fidelización hacia la marca y a los servicios de AIMS COLOMBIA. • Brindar servicios de vanguardia, adaptados a los altos estándares de nuestros clientes y a las exigencias cada vez superiores del mercado actual. • Desarrollar el "Know How" y el "Expertise" necesarios para ser identificados como uno de los mejores proveedores de servicios de gestión del talento humano en el país. |
| 12 | RESUMEN GENERAL | <p>El plan de negocio propuesto consiste en el diseño y creación en Colombia de la empresa proveedora de talento humano, AIMS COLOMBIA, a partir de suscribir un contrato de franquicia con la red AIMS INTERNATIONAL. Esta sucursal, establecida inicialmente en Bogotá, estará dedicada a brindar los servicios de búsqueda, selección, reclutamiento, aprovisionamiento y seguimiento de talento humano, apoyada en la experiencia y en el reconocimiento internacional de AIMS INTERNATIONAL, con el objetivo de aprovechar estos factores y pretender obtener éxito en Colombia.</p> <p>Esta iniciativa se sustenta en que la economía colombiana ha registrado interesantes niveles de crecimiento, que la han ubicado en un sitio mundial como un destino destacado para la inversión local y extranjera, corroborado este aspecto en la afluencia de inversión extranjera directa (IED) en la última década. Por lo anterior, surge como una oportunidad de mercado el constituir en el país una empresa dedicada al análisis, selección y posterior aprovisionamiento de trabajadores.</p> <p>La tendencia económica observada se ratifica con el papel dinámico que juegan este tipo de empresas de gestión del talento humano, bien sea para atender empresas del ámbito local o compañías extranjeras establecidas en Colombia. Para una empresa acertar en la selección del talento humano requerido es muy importante, tanto por los costos y tiempo que representa esta labor, sino también por atinar en escoger la persona idónea para asumir determinados roles previamente establecidos y, desde su labor y resultados, aportar al desarrollo de la organización.</p> <p>En lo que concierne a la red de AIMS INTERNATIONAL, ésta se extiende a través de todos los continentes en más de 90 oficinas y 50 países. Con más de 350 consultores globales de reclutamiento, AIMS INTERNATIONAL brinda una amplia gama de servicios de búsqueda de ejecutivos, incluyendo la adquisición de talento a nivel mundial y el desarrollo de los empleados en todo el mundo, para una base de clientes sustancial y diversificada.</p> <p>La constitución de AIMS COLOMBIA pretende ser una franquicia de AIMS INTERNATIONAL. Valga anotar que dado que existe un núcleo común en la búsqueda de ejecutivos y otros procesos de gestión humana para todas las representaciones de la firma, cada aliado estratégico (cada aliado o "partner" establecido en cada país), diseña las estrategias de servicios de acuerdo con las necesidades del mercado local y con sus propias competencias, con un alto grado de autonomía en dicha tarea.</p> <p>Desde esta línea, la propuesta empresarial de AIMS COLOMBIA debe apuntar a desarrollar el negocio realizando</p> |

| | | |
|----|-------------------------------|---|
| 13 | CONCLUSIONES. | <p>La iniciativa para desarrollar el contrato de franquicia en Colombia para la compañía AIMS COLOMBIA, a partir de los factores analizados en el presente documento, se puede considerar viable desde el plano empresarial y realizable en los plazos establecidos para tal fin, con el apoyo y aporte de los socios interesados. AIMS COLOMBIA está ante el reto de aprovechar una oportunidad de mercado claramente identificada.</p> <p>En la medida en que la economía colombiana continúe un desempeño estable y favorable como el mostrado en el último lustro, especialmente impulsado por los sectores económicos más sobresalientes, la creación de nuevas empresas y la consolidación y crecimiento de las ya existentes traerá consigo la generación de empleo. Este resultado será determinante para la existencia misma de AIMS COLOMBIA y para poder alcanzar los resultados empresariales trazados.</p> <p>Para que la presente propuesta pueda cristalizarse y hacer de AIMS COLOMBIA una realidad empresarial exitosa, resulta recomendable cumplir detallada y disciplinadamente los criterios y lineamientos esbozados en este texto y, una vez la empresa esté funcionando, elevarlos a políticas empresariales. Solo de esta manera, y acompañado de compromiso y dedicación por parte de sus gestores y empleados, se podrán cumplir los objetivos propuestos.</p> <p>En la medida que AIMS COLOMBIA pueda consolidar sus servicios prestados en su primera etapa de operación, el reto siguiente es el de estructurar y ampliar su portafolio de servicios y a partir de éste, proyectarse empresarialmente en el mediano y largo plazos.</p> |
| 14 | FUENTES BIBLIOGRÁFICAS | <ul style="list-style-type: none"> • Banco de la República. www.banrep.gov.co • Cámara de Comercio: Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca No 12. Dirección de Estudios e investigaciones – 2011. • Cámara de Comercio: Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca No 13. Dirección de Estudios e investigaciones – 2011. • Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio. www.confecamaras.org.co • Departamento Nacional de Planeación. www.dnp.gov.co • Departamento Administrativo Nacional de Estadística. www.dane.gov.co • Diario El Tiempo. www.eltiempo.com • Diario Portafolio. www.portafolio.com.co • Ley 905 de 2004. • Revista Dinero No 398. Mayo 25 de 2012. • Revista Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad. Universidad Militar Nueva Granada. Volumen 5 No 2. Diciembre de 2010. La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia. Félix David Lozano Monroy. |