

COLOMBIA CERCA LTDA.

**Alejandro Parra Castañeda
Alex Jeison Rengifo Montoya**

**Universidad Tecnológica de Pereira
Facultad de Ingenierías Eléctrica, electrónica, Física y
Ciencias de la Computación
Programa de Ingeniería de Sistemas y Computación
Pereira
2008**

COLOMBIA CERCA LTDA.

**Alejandro Parra Castañeda
Alex Jeison Rengifo Montoya**

**Tesis propuesta como cumplimiento parcial
De los requisitos para el pregrado en
Ingeniería de Sistemas y Computación**

**Directora de Proyecto
M. Sc. Ligia Stella Bustos Ríos**

**Universidad Tecnológica de Pereira
Facultad de Ingenierías Eléctrica, electrónica, Física y
Ciencias de la Computación
Programa de Ingeniería de Sistemas y Computación
Pereira
2008**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Pereira, Octubre de 2008

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a la Universidad Tecnológica de Pereira por haber sido un apoyo fundamental en el proceso de la construcción del conocimiento que nos permite convertirnos en profesionales íntegros con un alto grado de ética y respeto por la sociedad.

También agradecemos especialmente a Dios por permitir que se cumpla satisfactoriamente un ciclo donde se ha escalado un peldaño más en la vida, y a nuestras familias por su apoyo constante e incondicional.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	12
OBJETIVOS	15
OBJETIVO GENERAL	15
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
2. MERCADO	16
2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	16
2.1.1 Análisis del sector	16
2.1.2 Fuerzas del mercado	19
2.1.3 Consumidor o usuario.....	19
2.1.4 Competencia.....	20
2.1.5 Comercializadores y distribuidores	25
2.1.6 Proveedores.....	26
2.1.7 Características del sector	26
2.1.8 Uso de Internet en Colombia	27
2.1.9 Uso del Internet de los inmigrantes colombianos en España	30
2.1.10 Comercio electrónico	30
2.1.11 Mercado objetivo.....	31
2.1.12 Justificación del mercado objetivo	32
2.1.13 Estimación del mercado potencial	34
2.1.14 Perfil del consumidor	34
2.2 ESTRATEGIAS	35
2.2.1 Concepto Del Producto o servicio.....	35
2.2.2 Estrategias de comunicación y promoción.....	37
2.3 PROYECCIONES DE VENTA	399
3 OPERACIÓN.....	40

3.1	DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	40
3.1.2	Servicios de información y contactos	40
3.1.3	Servicio de instalación, capacitación y venta de equipos necesarios para el uso de telefonía VoIP.	42
3.1.4	Venta de equipos de cómputo, necesarios para la comunicación vía Web, instalación, capacitación.	42
3.1.4.1	Capacitación Windows.....	43
3.1.4.2	Capacitación en Internet.....	43
3.1.5	Información finca raíz.....	44
3.1.6	Alojamientos Publicitarios	44
3.2	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.....	45
3.2.1	Tecnología requerida	45
3.2.1.1	Especificación de tecnología.....	45
3.2.1.2	Hardware requerido	46
3.2.1.3	SOFTWARE.....	50
3.2.2	Localización de la empresa	50
3.2.3	Distribución física.....	52
3.2.4	Presupuesto requerido.....	53
3.2.4.1	Hardware	53
3.2.4.2	Software.....	54
3.2.4.3	Servicios públicos	55
3.2.4.4	Muebles y enseres.....	56
3.3	INGENIERIA DEL SOFTWARE DEL PROYECYO COLOMBIA CERCA LTDA.	56
3.3.1	Requerimientos.....	57
3.3.2	Análisis	58
3.3.3	Diagrama de Casos de uso	58
3.3.3.1	Especificación de casos de uso.....	63
3.3.4	Diagramas de secuencia	67
3.3.5	Diagrama de clases	74
3.3.6	Diseño.....	75

3.3.6.1	Arquitectura.....	75
3.3.6.2	Diagrama de secuencia de las ventanas	79
3.3.6.3	Modelo de distribución	82
3.3.6.4	Diseño interfaz hombre-maquina	83
3.3.6.5	Diseño estético	84
3.3.6.6	Diseño de la Base de Datos.....	85
3.3.7	Requerimiento de personal.....	86
3.4	PLAN DE PRODUCCIÓN	86
3.5	Costo de producción	87
4	MODULO DE ORGANIZACIÓN.....	89
4.1	ANÁLISIS DOFA.....	89
4.1.1	Fortalezas	89
4.1.2	Oportunidades	90
4.1.3	Debilidades	91
4.1.4	Amenazas.....	91
4.1.5	Estrategias	92
4.2	MISIÓN	93
4.3	VISIÓN.....	93
4.4	VALORES	93
4.4.1	Trabajo en equipo	93
4.4.2	Rentabilidad	93
4.4.3	Calidad.....	94
4.4.4	Cambio	94
4.4.5	Alianzas estratégicas	94
4.4.6	Compromiso con el cliente.....	94
4.4.7	Responsabilidad social	95
4.4.8	Grupo de emprendedores	95
4.5	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	95
4.6	DESCRIPCION DE CARGOS.....	96
4.6.1	Junta de socios	96
4.4.1	Gerencia Administrativa y técnica.....	96

4.4.2	Área de Desarrollo	97
4.4.2.1	Subárea análisis y diseño	97
4.4.2.2	Subárea programación	98
4.4.3	Gerencia comercial y de comunicaciones.....	99
4.4.4	Área Prensa	101
4.4.5	DISTRIBUCIÓN DE CARGOS.....	101
4.4.6	Políticas de administración de personal.....	102
4.4.7	PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN.....	103
4.5	NÓMINA.....	103
4.6	ASPECTOS LEGALES	107
4.6.1	Constitución de la sociedad Colombia Cerca Ltda.....	107
4.6.2	Pasos para la constitución de Colombia Cerca Ltda.....	109
5	FINANZAS	111
5.1	EGRESOS	111
5.1.1	Inversiones.....	111
5.2	CAPITAL DE TRABAJO.....	112
5.2.1	Pago mano de obra	112
5.2.2	Costos indirectos de operación.....	115
5.2.3	Proyección anual de costos	115
5.2.4	Ventas.....	116
5.2.5	Depreciación	121
5.2.6	Flujo de caja libre.....	123
	IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO.....	125
	CONCLUSIONES.....	127
	BIBLIOGRAFÍA	128

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 RESUMEN INVERSIÓN INICIAL.....	13
TABLA 2: PROYECCIÓN ANUAL DE VENTAS.....	39
TABLA 3: COSTOS DE HARDWARE Y SOFTWARE.....	55
TABLA 4: COSTO MENSUAL SERVICIOS PÚBLICOS.....	55
TABLA 5: MUEBLES Y ENSERES.....	56
TABLA 6: ESPECIFICACIONES DE CASOS DE USO REGISTRARSE	63
TABLA 7: ESPECIFICACIÓN DE CASO DE USO REALIZAR UPLOAD.....	64
TABLA 8: ESPECIFICACIÓN DE CASO DE USO REALIZAR COMPRA.....	64
TABLA 9: ESPECIFICACIÓN DE CASO DE USO ESCUCHAR EMISORA.....	65
TABLA 10: ESPECIFICACIÓN DE CASO DE USO CONSULTAR PRODUCTO.....	65
TABLA 11: ESPECIFICACIÓN DE CASO DE USO CONSULTAR.....	66
TABLA 12: ESPECIFICACIÓN DE CASO DE USO ESCRIBIR COMENTARIOS.....	66
TABLA 13: ESTIMATIVO DE PRODUCCIÓN A 5 AÑOS.....	87
TABLA 14: COSTO DE PRODUCCIÓN PARA LA VENTA DE EQUIPOS DE CÓMPUTO	88
TABLA 15: SALARIOS.....	103
TABLA 16: COSTO NOMINA MES.....	104
TABLA 17: SALARIO NETO PERCIBIDO POR LOS COLABORADORES.....	105
TABLA 18: RESUMEN COSTO PRESTACIONES MENSUALES	106
TABLA 19: COSTO NOMINA ANUAL	106
TABLA 20: COSTO NOMINA PROYECTADA A 5 AÑOS	107
TABLA 21: INVERSIÓN INICIAL	111
TABLA 22: SALARIOS.....	113
TABLA 23: COSTO NOMINA MES.....	113
TABLA 24: COSTO NOMINA PROYECTADA A 5 AÑOS	114
TABLA 25: COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN.....	115
TABLA 26: PROYECCIÓN ANUAL DE COSTOS.....	116
TABLA 27: PROYECCIÓN ANUAL DE VENTAS.....	117
TABLA 28: PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 1	118
TABLA 29: PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 2.....	119
TABLA 30: PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 3.....	119
TABLA 31: PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 4.....	120
TABLA 32: PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 5.....	120
TABLA 33: DEPRECIACIÓN	121
TABLA 34: FLUJO DE CAJA LIBRE.....	123

LISTA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: MAPA TERRITORIAL DE COLOMBIA.....	51
ILUSTRACIÓN 2: DEPARTAMENTO DE RISARALDA Y SU UBICACIÓN TERRITORIAL EN COLOMBIA	51
ILUSTRACIÓN 3: DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.....	53
ILUSTRACIÓN 4: REGISTRARSE COMO USUARIO DEL SISTEMA	59
ILUSTRACIÓN 5: REALIZAR UPLOAD.....	59
ILUSTRACIÓN 6: REALIZAR COMPRA.....	60
ILUSTRACIÓN 7: ESCUCHAR EMISORA	61
ILUSTRACIÓN 8: CONSULTAR PRODUCTOS	61
ILUSTRACIÓN 9: CONSULTAR	62
ILUSTRACIÓN 10: ESCRIBIR COMENTARIOS.....	63
ILUSTRACIÓN 11: REGISTRAR USUARIO.....	67
ILUSTRACIÓN 12: REALIZAR UPLOAD.....	68
ILUSTRACIÓN 13: INICIAR AUDIO	69
ILUSTRACIÓN 14: COMPRAR PRODUCTO	70
ILUSTRACIÓN 15: REALIZAR COMENTARIOS	71
ILUSTRACIÓN 16: CONSULTAR PRODUCTOS	72
ILUSTRACIÓN 17: CONSULTAR INFORMACIÓN.....	73
ILUSTRACIÓN 18: DIAGRAMA DE CLASES.....	74
ILUSTRACIÓN 19: ARQUITECTURA	75
ILUSTRACIÓN 20: DIAGRAMA DE SUBSISTEMAS.....	77
ILUSTRACIÓN 21: DIAGRAMA DE COLABORACIÓN ENTRE SUBSISTEMAS	78
ILUSTRACIÓN 22: DIAGRAMA DE VENTANAS REGISTRO USUARIO	79
ILUSTRACIÓN 23: DIAGRAMA DE VENTANAS REALIZAR OPCIÓN REALIZAR UPLOAD DE UN ARCHIVO.....	79
ILUSTRACIÓN 24: DIAGRAMA DE VENTANAS SELECCIONAR EMISORA	80
ILUSTRACIÓN 25: DIAGRAMA DE VENTANAS REALIZAR PAGO	80
ILUSTRACIÓN 26: VENTANA REALIZAR COMENTARIOS.....	81

ILUSTRACIÓN 27: VENTANA CONSULTAR PRODUCTOS	81
ILUSTRACIÓN 28: VENTANA CONSULTAR INFORMACIÓN	82
ILUSTRACIÓN 29: MODELO DE DISTRIBUCIÓN	83
ILUSTRACIÓN 30: MODELO DE COMPONENTES	85
ILUSTRACIÓN 31: ORGANIGRAMA	95

RESUMEN EJECUTIVO

Colombia Cerca Ltda. es una empresa de servicios vía web que tendrá contenidos atractivos para todos los Colombianos que se encuentran en el exterior, con la información ágil y agradable a los usuarios, así mismo tendrá un canal de comunicación donde se pueda de alguna forma acercar a esta importante comunidad con sus lugares de origen por medio del contenido ofrecido en el sitio web; será un medio de comunicación de gran interés, de consulta masiva, buscando que las personas se sientan identificadas con este portal web, con el objetivo de crear una gran comunidad virtual para de esta forma agrupar el sentir y pensar de estos Colombianos que desean estar más en contacto con sus raíces y también para aquellos colombianos que quieran participar mandando mensajes en vivo a través de una web cam IP que se instalará en sectores estratégicos del Eje Cafetero. Además se contará con los siguientes servicios:

- Servicio de instalación, capacitación y venta de equipos necesarios para el uso de telefonía VoIP.
- Venta de equipos de cómputo, necesarios para la comunicación vía Web, instalación, capacitación.
- Se le ofrecerá a los usuarios del portal toda la información de finca raíz (precios ubicación, imágenes, contactos directos con las inmobiliarias, constructores o propietarios)
- Publicidad para empresas o personas que tengan interés en el mercado de influencia del portal.

La investigación de mercados muestra que los colombianos en el exterior se convierten paulatinamente en una fuerza de gran importancia, tanto en cantidad de representación en los diferentes países del mundo, así como un factor fundamental en la economía actual del país, ya que el mercado de envío de remesas esta en la actualidad ocupando el tercer renglón del PIB, esto convierte la comunidad inmigrante en un mercado potencial para muchas ideas de negocio que sean capaz de canalizar y satisfacer las necesidades y expectativas de esta población logrando así un beneficio económico y revirtiéndolo a su vez en un impacto social benéfico para la región donde se sitúa la organización, y es precisamente esto lo que Colombia Cerca Ltda. intenta realizar con este proyecto.

Cabe resaltar que el mercado objetivo de este proyecto lo integra la población colombiana inmigrante a España con orígenes ubicados en el Eje Cafetero, y con acceso a Internet de igual forma las familias de estas personas que viven en el país mas exactamente en las regiones que integran el Eje Cafetero.

La organización se ubicará en el Departamento de Risaralda, en el centro de la ciudad de Pereira, en carrera 11 N° 20-40 piso 2.

Para la constitución de la empresa Colombia Cerca Ltda. se requiere hacer una inversión en hardware y software, muebles y enseres y costo de constitución legal de la siguiente manera:

Tabla 1 Resumen inversión inicial

Descripción	Valor
Hardware	13.160.000
Licencias	5.205.600
Muebles y enseres	2.275.000
Costos constitución legal	1746700
Total Inversión inicial	22.387.300

Fuente: Los autores

El equipo de emprendedores de este proyecto está conformado por Alex Jeison Rengifo M. y Alejandro Parra Castaño, estudiantes de Ingeniería de Sistemas y Computación en proceso de graduación, quienes con este proyecto, aplicando sus conocimientos y habilidades pretenden poner en marcha esta empresa.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocios encaminado a la creación de una empresa prestadora de servicios vía Web para los colombianos residentes en el exterior.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Hacer un estudio sobre las necesidades de comunicación de los colombianos residentes en el exterior.
- Realizar un estudio de mercados que permita conocer sobre aquellas cosas que esta población le gustaría encontrar en un portal Web.
- Ofrecer un servicio novedoso y de agrado de los usuarios.
- Crear un canal de comunicación más personal que el que puedan encontrar en otras paginas como periódicos locales u otras, entre la comunidad y la población en el exterior.
- Generar empleo directo a dos ingenieros de sistemas, una secretaria y un comunicador social.

2. MERCADO

2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1.1 Análisis del sector

Aproximadamente 3'331.107¹ de colombianos viven fuera del país, muchos de ellos interesados en tener un acercamiento con su tierra, ver el entorno donde crecieron, los barrios de donde salieron, las actividades que se realizan en sus lugares de origen, es una gran distancia la que los aleja de su tierra, por esta razón el canal de comunicación que se propone para estas personas es la Internet, hacer uso de este medio tecnológico y todas las herramientas que provee para generar un canal especializado de comunicación de interés general de estas personas.

Los Colombianos en el exterior se convierten paulatinamente en una fuerza de gran importancia, tanto en cantidad de representación en los diferentes países del mundo, así como un factor fundamental en la economía actual del país, ya que el mercado de envío de remesas esta en la actualidad ocupando el tercer renglón de la economía nacional.

¹ DANE, Noviembre del 2006.

Según datos del Banco de la República, el ingreso por remesas al país en los tres primeros periodos del 2006 fue de US\$ 2.849 millones, US\$ 464 mil más en relación con en el mismo período de 2005, convirtiéndose en una de las principales actividades económicas del país y a la vez uno de los sectores económicos que mas divisas le ha dejado al país en los últimos años. Estas cifras demuestran el gran mercado que se tiene en el área de enfoque de esta propuesta, la motivación es acceder a este mercado ofreciendo un servicio novedoso y de gran impacto social.

El factor de migración en Colombia ha creado una gran necesidad (que aun no ha sido solucionada satisfactoriamente según el testimonio de algunas personas que residen en el exterior que fueron consultadas) de obtener información detallada, amena y de interés de sus lugares de origen. Según el último censo realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (NOVIEMBRE DE 2006), se estima que del total de colombianos que viven fuera de su país es 3'331.107 , el 49.4% proceden de los departamentos de Valle, Quindío, Risaralda, Caldas y Antioquia.

En este contexto el Eje Cafetero se ha convertido en una gran fuente de personas que residen en el exterior con cifras que superan todas las expectativas, según una encuesta efectuada por Fedesarrollo en las salidas de las casa de cambio, se obtuvo como resultado que en promedio los beneficiarios reciben alrededor de 250 dólares, y es de anotar que Pereira fue la ciudad que presentó la remesa promedio más alta.

Esta encuesta pudo establecer que las remesas representan el 67% de las entradas de dinero de los hogares que afirman recibir dinero de algún pariente que

se encuentra en el exterior y los principales destinos que tienen estos recursos son:

- Alimentación 70%
- Vestuario 52%
- Gastos en Educación 51%
- Vivienda 36%

Muchas son las hipótesis que se manejan en cuanto al fenómeno migratorio, unas de carácter afectivo y de consecuencias en el núcleo familiar, otras meramente sociales, pero todos coinciden en que es una realidad y como tal se debe aprender a llevar la situación de la mejor manera y ser todos protagonistas en esta era donde muchos colombianos optan por radicarse en otras naciones por diferentes causas.

Por consiguiente, se observa la gran importancia de este sector de la población, ya está claro que una parte de la economía Nacional está referida a el envío de remesas; y todos los otros aspectos que se han considerado anteriormente, y aun así, en la actualidad, no existe un medio o canal exclusivo que los represente como tal, que les proporcione una identidad etc. Por todas estas razones, se cree conveniente desarrollar un medio que logre una integración, o punto de encuentro en común de todos los colombianos que quieren de alguna forma estar cerca de su casa, y lograr así una gran comunidad virtual que ofrezca alternativas de información, entretenimiento, servicios y cualquier otra actividad que sea del interés de los colombianos en el exterior.

Otra consideración importante está dada por el gran impacto que se tiene al llegar a un nuevo lugar y a una nueva cultura, esto hace que la gente extrañe su tierra y que aflore el sentimiento patrio y se extrañe a la familia. Pereira está incluida entre

las regiones de donde más población sale hacia otros países, especialmente España. Con certeza podría decirse que cualquier pereirano conoce al menos una persona que vive en el exterior, por esta razón este tema es conocido y no es indiferente ante los ojos de comunidad local.

El impacto de la migración no es solo para el que se va, también para los que se quedan, los que añoran los seres queridos que ya no están cerca, sienten la necesidad de tener un medio por el cual estar cerca.

2.1.2 Fuerzas del mercado

Las fuerzas del mercado dan una visión amplia para el análisis de un sector en estudio, en este caso se estudiará el comportamiento del consumidor o usuario, la competencia, los comercializadores o distribuidores, los proveedores y las condiciones del sector.

2.1.3 Consumidor o usuario

Los usuarios del Portal COLOMBIA CERCA LTDA. se identifican en primera instancia como dos grupos; el primero lo conforman el grupo de personas inmigrantes que residen en España y son oriundas del Eje Cafetero y el segundo grupo sus familiares y amigos que viven en el Eje Cafetero.

Características usuarios inmigrantes: son personas naturales y que generalmente pertenecen a los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3; según datos de un análisis inmigración de colombianos en España realizado por la Universidad de Sevilla de

ese país en el año 2006, los inmigrantes en un 88% se encuentran en un rango de edades entre los 16 y 64 años, así mismo este estudio muestra que en cuanto al sexo la participación de la mujer es mayor con un porcentaje de 28% más frente a la participación de los hombres. En cuanto al estado civil de este grupo de personas (situadas entre los 16 y 64 años de edad) se identificó que en su gran mayoría son solteros, seguidos de personas casadas y en un pequeño porcentaje separados. Al analizar el nivel de instrucción de este grupo se identificó que el 81% cuenta con algún grado de escolaridad, distribuido de la siguiente manera: 20% con un nivel de primaria, 50.81% con un nivel de secundaria y el 10.19% cuenta con educación superior.

Características usuarios familiares y amigos de inmigrantes: personas naturales, pertenecientes a los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3, que se sitúan en un rango de edades entre los 10 años y los 65 años, con un nivel de escolaridad que les permita hacer uso de Internet y por lo tanto navegar por el portal.

2.1.4 Competencia

En la actualidad no hay competencia directa, debido a que no existe ningún portal que ofrezca todos los servicios que se pretenden ofrecer con este proyecto, pues ninguno de los portales que existen hoy enfocados en los colombianos que se encuentran fuera del país se fundamentan en información específica de lugares del Eje Cafetero como los sitios de origen barrios, veredas, gente y actividades propias. En ninguno de estos sitios se integran servicios que ofrezcan a los inmigrantes la posibilidad de adquirir paquetes que incluyan equipo de cómputo, su instalación y capacitación para el uso del equipo y de Internet para sus familiares y amigos en Colombia con el objetivo de que se convierta en un medio de comunicación rutinario, tampoco se ofrece el servicio de finca raíz con paseo

virtual con lo cual se puede visualizar un inmueble sin tener que estar en Colombia.

Existen diferentes portales y sitio físicos que ofrecen estos servicios por separado, para una mejor comprensión de la competencia se analizará desde cada servicio que Colombia Cerca Ltda. pretende prestar:

- **Competencia en la venta y suministro de equipos de computo**

La oferta de equipos de cómputo es realizada en varios portales especializados en esta actividad:

www.compugreiff.com

www.fastecdecolombia.com

www.mercadolibre.com

Ninguno de estos sitios ofrece instalación, capacitación, ni pago mediante paypal, este es un medio que permite a cualquier usuario realizar pagos de forma sencilla y segura desde cualquier lugar del mundo.

Además las pequeñas empresas que se dedican a la venta de equipos de computo en las ciudades del Eje Cafetero son una competencia indirecta para este servicio específico, sin embargo, no se clasifica directamente, puesto que este proyecto ofrece que el colombiano que esta en el extranjero pueda adquirir no solo el equipo para un familiar o amigo que vive en Colombia, sino un paquete completo en el cual se incluye la instalación del equipo y la capacitación a la persona que lo va a usar.

- **Competencia portales web información sobre Colombia**

No hay en el momento ningún portal orientado a colombianos en el extranjero que a su vez ofrezca el servicio de instalación y capacitación de equipos de computo y de sw VoIP, servicios de finca raíz; estos portales son de alguna manera competencia en cuanto al servicio de información sobre el país, y de enlace con comunidades virtuales, pero esta no es tan específica en relación a ciudades y barrios del Eje Cafetero. En cuanto a la publicidad de empresas que son de interés para este proyecto si constituyen una competencia fuerte, pues son sitios que están posesionados en el mercado de inmigrantes. Los sitios que más se destacan son:

www.colombianosenelexterior.com: es una organización encauzada en ofrecer a los colombianos que se encuentran fuera de su patria, el espacio más propicio para acercarse a Colombia y sentirla tan suya como si estuviese en ella, a base de una gama de opciones comerciales y culturales de óptima calidad.

www.portalcol.com: es un medio alternativo dedicado a la comunidad colombiana en el exterior, más personal, abierto e independiente que los medios tradicionales, con comentarios analíticos sobre la actualidad nacional pero también con artículos informativos poco divulgados sobre temas culturales y deportivos, entre otros.

www.redescolombia.org: Plataforma tecnológica que permitirá a los colombianos en Colombia y fuera del país, establecer un escenario de interacción y comunicación a través de internet.

Se trata del primer portal para colombianos, desarrollado por el Programa Colombia Nos Une del Ministerio de Relaciones Exteriores y la Organización Internacional para las Migraciones, OIM.

Diseñado con la última tecnología de los sistemas de información y comunicación, www.redescolombia.org cuenta con un software social de avanzada para la construcción de comunidades y redes en Internet, lo que garantiza la interacción virtual a sus visitantes. Construido a partir de la última generación de páginas Web, conocido como Internet 2.0, permite a sus usuarios vincularse, de manera gratuita, con otros colombianos y comunidades del país alrededor del mundo.

www.parchepereirano.com que esta orientado a crear comunidades virtuales en la región de Risaralda y habitantes fuera del país, pero sin ofrecer los servicios que Colombia Cerca Ltda. tendrá.

- **Competencia en el área de capacitaciones**

La competencia en esta área se representa principalmente por las siguientes empresas:

- **América Bussinnes School:** Soluciones integrales en sistemas, programas técnicos y cursos especializados
- **Ceteco:** Capacitación en sistemas por niveles, Word, Excel, power point, Acces, Publisher, corel draw e Internet.
- **System plus:** capacitación en sistemas, cursos cortos de office, diseño grafico, mantenimiento, multimedia y web.
- **Ingecómputo:** instituto de educación no formal con énfasis en informática.

Cabe destacar que las capacitaciones que Colombia Cerca Ltda. pretende ofrecer se enfocan esencialmente a que el usuario sea capaz de utilizar un computador con acceso a Internet como medio de comunicación efectivo con todas las herramientas que ofrecerá el portal y las diferentes herramientas existentes como

voz ip. Por lo tanto destacamos estas empresas como competencia indirecta, puesto que estos institutos capacitan en estos temas pero con objetivos diferentes, pues estas organizaciones tienen su negocio implementado y regulado bajo especificaciones de educación no formal o educación informal por lo tanto capacitan y certifican tal capacitación, lo cual dista mucho del servicio de Colombia Cerca Ltda.

- **Competencia en el servicio de información de finca raíz**

La competencia para el área de este servicio esta representada fundamentalmente en estos portales, sin embargo ninguno de estos ofrece los servicios con las mismas características de Colombia Cerca Ltda.

Fincaraiz.com.co ofrece a las empresas inmobiliarias una serie de servicios integrados en su portal. En una Guía de inmobiliarias se integran todos aquellos profesionales que confían en el sitio, publicando sus avisos en Fincaraiz.com.co

Metrocuadrado.com se publica información que permite vender y arrendar inmuebles, brinda soluciones para empresas y personas naturales (seguros de arriendo, hogar...) y entrega noticias y guías sobre negocios inmobiliarios, créditos, contratos, precios de finca raíz.

Century21alianza.com² cuenta actualmente con 8.800 oficinas en 71 países del mundo, en Estados Unidos con 4.300 oficinas, Canadá con 360, Francia con más de 771 oficinas, Japón donde el número de oficinas es cercano a las 600, China con 513 oficinas y Australia con 244, entre otros. En Latinoamérica, CENTURY 21® inició operaciones desde hace 16 años en México, donde cuenta con cerca

² www.Century21alianza.com

de 148 oficinas. Hoy cuenta con una amplia red que se extiende por Venezuela con 115 oficinas y por la mayor parte de países de Centroamérica y el Caribe, tiene presencia en el Eje Cafetero y se destaca por que tiene una sección donde provee información sobre las opciones que tienen los colombianos con situación migratoria definida para conseguir crédito de vivienda con el BBVA por medio de su programa de Colombianos en el Exterior (España, Estados Unidos, México).

En general se puede observar que las empresas que representan la competencia para este proyecto son muy diferentes entre sí, pues cada uno de los servicios que se ofrecen agrupan en sí un grupo de empresas competidoras, por lo tanto, dificulta hacer un análisis comparativo desde el punto de vista de precios.

Se evidencia que aunque existe varios grupos de empresas que ofrecen cada uno de los servicios que pretende prestar Colombia Cerca Ltda., ninguna de ellas ofrece la misma mezcla de servicios y ninguno de los servicios son con las mismas características, lo que se convierte en una posibilidad grande de entrar al mercado y posicionarse con éxito.

2.1.5 Comercializadores y distribuidores

El portal se comportará como su propio comercializador y distribuidor para los servicios y productos que ofrece, en el caso particular de los productos como PC e instalación del software los cuales se ofrecen para ser entregados en el Eje Cafetero, y se comportará como un canal comercializador para otras empresas en los siguientes casos:

- Servicio de información finca raíz (precios ubicación, imágenes, contactos directos con las inmobiliarias).

2.1.6 Proveedores

- EQUIPOS DE CÓMPUTO.

Colombia Cerca Ltda. Comprará equipos a compugreiff y fastecdecolombia, estas dos empresas trabajan vía Web, teniendo la facilidad de tener fastec de Colombia dentro de parquesoft

- VoIP :

El proveedor de telefonía Ip será freecall Sw que permite llamadas sobre Ip a muy bajo costo, Colombia Cerca Ltda. cobrará a los usuarios por la instalación de Sw y la capacitación de uso, se aclara que no se cobrará precio alguno por el sw VoIP ya que será usado sw de uso libre y Colombia Cerca Ltda. no es el desarrollador de este tipo de Sw, respetando las leyes de licenciamiento del Sw elegido.

- Funcionamiento del portal en la Web

El prestador de servicio de hosting para el portal y la base de datos será caminoweb.com ya que ofrece buenas capacidades de almacenamiento, ancho de banda y seguridad en la información.

2.1.7 Características del sector

Las comunicaciones en general tienden a realizarse por medio de la web, esto da lugar a grandes oportunidades en la incursión de la prestación de servicios por

este medio, ya que los servicios que están contenidos en este plan de negocios serán implantados vía Web, se analiza el uso de este medio tecnológico y se presentan diferentes estadísticas sobre el uso del Internet tanto en Colombia como en España por los inmigrantes, así mismo es importante analizar el comportamiento del comercio electrónico en Colombia,

2.1.8 Uso de Internet en Colombia

En los últimos años ha sido evidente la penetración de Internet en los hogares Colombianos, cada vez más son los suscriptores. Diversos estudios realizados por el ministerio de comunicaciones revelan cómo el uso de Internet en los hogares de las cinco principales ciudades de Colombia ha alcanzado cierto nivel de madurez. El 41% de los entrevistados en el año 2003 manifiesta usar Internet, respuesta que ha ido creciendo a una tasa promedio del 11% desde el 2000, año de la primera encuesta.

A escala nacional, si se compara la penetración de usuarios de Internet para el año 2002 en Colombia con la de otros países, se encuentra que los 4,6 usuarios por cada 100 habitantes, equivalente a cerca de 2 millones de usuarios, están dentro de los parámetros internacionales. Sin embargo, como es de esperarse, la falta de computador en el hogar sigue siendo la mayor razón manifestada por los encuestados para no usar Internet.

La densidad de computadores estimados para el 2002 en Colombia es de 5 por cada 100, equivalente a 2,1 millones de computadores en el territorio nacional, ubicándose ligeramente sobre la línea de tendencia respecto al PIB per capita. Aunque la mayoría de los encuestados manifiesta conectarse primordialmente

desde la casa, se resalta el crecimiento sustancial de los usuarios que se conectan desde un café Internet.

Los resultados de la encuesta sobre la frecuencia de uso de Internet muestran que el uso de esta herramienta se ha tornado habitual, con un 73% de los usuarios accediendo más de 3 veces a la semana.

La versión 2003 del Estudio Sectorial del Centro de investigación de las telecomunicaciones CINTEL, del ministerio de Comunicaciones, analiza el comportamiento del sector de las telecomunicaciones en los últimos años, con énfasis en la estructura y dinámica de la industria de las telecomunicaciones, teniendo en cuenta el comportamiento de las ventas y otros indicadores de los operadores de este subsector de la economía colombiana para el año 2002. Igualmente, se comparan algunos indicadores con los de otros países del mundo que muestran alguna relevancia para este análisis.

El estudio se apoya en el Sistema de Información Sectorial de CINTEL, una base de datos que se ha venido construyendo desde 1996 y en fuentes de información provenientes de entidades como el DANE, DNP, Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, Superintendencia de Sociedades, Ministerio de Comunicaciones y la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones, entre otras.

Ahora lo datos más recientes arrojan como resultado que para el año 2007 el uso de Internet en Colombia creció un 74%, del mismo estudio se conoció que los colombianos se conectan un promedio de 23 a 28 horas al mes y se espera un aumento de esa frecuencia en al menos un 50% en los próximos meses.

Después de revisar y analizar los datos anteriores, se observa el gran impacto de Internet en el país, cada vez más la gente ve la oportunidad que se puede generar con el acceso a Internet, como puede mejorar su productividad en el estudio, el trabajo, y cualquier otro ámbito donde pueda ser aplicado.

Estos datos coinciden con las estadísticas de tráfico que se llevan en el NAP Colombia, -un nodo por el cual pasa un alto porcentaje de las comunicaciones de la red- que revelan que el volumen de tráfico de consultas y correos aumenta mes a mes en un 15%.

El tiempo promedio de conexión de los usuarios a internet está entre 23 y 28 horas mensuales.³

Las cifras fueron divulgadas por la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (CCIT), que realizó una encuesta entre las 20 empresas proveedoras de acceso a internet más importantes del país.

Así mismo estos informes evidencian que cerca de 10'097.000 colombianos son usuarios de Internet (según cifras de la comisión de regulación de telecomunicaciones de Colombia), para el primer semestre del 2007 se tuvieron 1'141.714 usuarios nuevos de los cuales solo el 23,7% tienen conexión conmutada. En este mismo periodo se ve que las conexiones dedicadas van en

³ <http://www.elcolombiano.com/historicod/200111/20011113/nne004.htm>

aumento en un 50.2%, esta conexión permite al usuario acceder al servicio sin límite de tiempo.

2.1.9 Uso del Internet de los inmigrantes colombianos en España

Según estudio realizado por migrar.org y publicado el 14 de diciembre de 2006 la comunidad inmigrante latina incrementa el uso de Internet en un 33% respecto a su uso en sus países de origen, este estudio se baso en encuestas hechas a población inmigrante de Colombia, Argentina, Bolivia, Ecuador, Perú y Republica Dominicana.

2.1.10 Comercio electrónico

La operación de la empresa COLOMBIA CERCA LTDA. Estará basada en el comercio electrónico, un negocio de información por medio de Internet. En el cual se podrán realizar diferentes negocios orientado al público migratorio colombiano

Muchos colombianos consumidores hacen compras (libros, discos, software, ropa, tiquetes aéreos, paquetes turísticos, enseres, electrodomésticos y equipos, y hasta participan en remates) por Internet, la mayoría utilizando los servicios de negocios virtuales norteamericanos o de multinacionales latinoamericanas, esto presenta una visión de un mercado electrónico creciente y que da la motivación de prestar servicios orientados específicamente a el publico colombianos en el exterior.

Muchos Gobiernos han comprendido la importancia estratégica que tiene para sus naciones desarrollar el comercio electrónico. Han comprendido que sus pueblos deben realizar un salto cultural hacia lo que se ha llamado la "sociedad de la información", y que la modernización del acompañamiento estatal juega un papel clave en ese proceso.

Colombia está dotada desde 1999 con una Ley de Comercio Electrónico, debidamente reglamentada por Decreto del Gobierno, en ocasiones se menciona este hecho como un gran avance. La Ley 527 del 18 de agosto de 1999 aporta un pilar fundamental para el comercio electrónico en cualquier país, al ordenar el reconocimiento jurídico de los mensajes de datos de contenido comercial, cursados en forma electrónica a través de redes telemáticas.

Con esta prescripción, La Ley 527 es explícita al ordenar que los mensajes de datos sean admitidos como medios de prueba y se les conceda la fuerza probatoria otorgada a los documentos en el Código de Procedimiento Civil. La Ley 527 inclusive se refiere a la aplicación de esta disposición frente a algunos requisitos legales usuales para los documentos de índole comercial (la constancia escrita, la presencia de firma, la presentación y conservación del documento original, el archivo y conservación de tales documentos).

2.1.11 Mercado objetivo

El mercado objetivo lo integra la población colombiana inmigrante a España con orígenes ubicados en el Eje Cafetero, y con acceso a Internet de igual forma las

familias de estas personas que viven en el país mas exactamente en las regiones que integran el Eje Cafetero.

Un estudio realizado por Bancaja y el CeIM (Centro de estudios para la integración y formación de inmigrantes) revela que España es el segundo destino de migración para los colombianos⁴, este estudio habla de que los principales destinos de migración para los colombianos han sido Estados Unidos y Venezuela, destinos que cambiaron desde el año 2000 siendo reemplazados por España.

Según datos del DANE (Noviembre de 2006), se estima que del total de colombianos que viven fuera de su país es 3'331.107, el 49.4% proceden de los departamentos de Valle, Quindío, Risaralda, Caldas y Antioquia, es decir que el mercado objetivo está conformado por 1'662.222 colombianos que viven fuera de Colombia más sus familiares y amigos que residen en el país.

2.1.12 Justificación del mercado objetivo

La necesidad de sentirse cerca de su país, de sus ciudades de origen, de sus barrios, enterarse que esta ocurriendo, de que manera se esta transformando el medio de origen, el entorno de la familia que aún vive en Colombia, son necesidades que el colombiano inmigrante siente.

⁴ <http://bancaja.es/corporativa/prensa/fichanoticia.aspx?id=782>

Cuando el colombiano emigra siente despertar un gran sentido de amor por la patria, añora su país, sus productos típicos, los lugares en que crecieron, el objetivo de Colombia Cerca Ltda. es desarrollar un portal Web en donde este público inmigrante encuentre satisfacción a estas necesidades, enfilando todos los servicios hacia el inmigrante promedio que sale del Eje Cafetero, aquel que emigra en busca de un mejor futuro, con la ilusión de comprar su casa a la vuelta de unos años de trabajo, y que encuentra en la Internet un medio que le proporciona un canal de comunicación con su familia y amigos

Estos colombianos son un publico con alto poder de adquisición, según estudios de Bancaja y el Ceim (Centro de estudios para la integración y formación de inmigrantes⁵ el dinero enviado por los inmigrantes colombianos que viven en España hacia Colombia es de 3200 millones de dólares anuales, lo que constituye el 3.2% del PIB del país.

A este publico le interesa invertir en finca raíz, sw de comunicación eficiente y de bajo costo que le permita comunicación directa con sus familia y amigos en los lugares de origen.

A esta población no solo le interesa las inversiones, también se inclinan por conocer noticias graficas y amenas de sus barrios, sitios de interés de la ciudades (Eje Cafetero), conocer impresiones y consejos de otros inmigrantes, conocer noticias y comunicaciones de interés para los inmigrantes como publicaciones de las embajadas, por ser todo esto servicios orientados específicamente al publico inmigrante.

⁵ <http://bancaja.es/corporativa/prensa/fichanoticia.aspx?id=782>

2.1.13 Estimación del mercado potencial

El mercado potencial lo conforman todos los inmigrantes colombianos con acceso a Internet, de igual manera sus familias y amigos que residen en el país, como se ha explicado anteriormente son 3'331.107 personas que viven fuera de Colombia pero que siguen teniendo contacto con el país sin importar la zona del mundo donde se encuentren.

2.1.14 Perfil del consumidor

Es el colombiano promedio⁶ que emigra a España (Estudios de la universidad Nacional sobre el inmigrante colombiano hacia España) en busca de trabajo proveniente de los estratos 1,2 y 3 con niveles medio de estudio, los cuales llegan a España en busca de empleo, y cuando llegan lo encuentran rápidamente ocupándose en labores domesticas o de construcción donde ganan salarios que sobrepasan el doble de lo que ganaban en Colombia. Después de un tiempo su condición de trabajo se estabiliza y pasa hacer parte de la mano de obra legal española consiguen contratos indefinidos, estos colombianos se convierten en la fuente de ingresos de su familia que vive en Colombia, en su proceso migratorio el objetivo principal es la compra de casa en sus lugares de origen.

El uso de la Internet es consecuencia de su proceso migratorio y tienen sus primeros acercamientos con la Web, de igual forma los que quedaron en el país rápidamente se hacen a un computador personal, y a una conexión de Internet, después de haber realizado muchas visitas a los café Internet del barrio, en donde

⁶ http://www.universia.net.co/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=2295

han realizado ya varias videoconferencias por medio del Msn, y conocido un nuevo canal de comunicación; es así como personas ignorantes de la tecnología hace algún tiempo se convierten en consumidores diestros de la Web, y las nuevas tecnologías de información

2.2 ESTRATEGIAS

2.2.1 Concepto Del Producto o servicio

La idea principal es crear una empresa de servicios vía web que tendrá contenidos atractivos para todos los Colombianos que se encuentran en el exterior, toda la información allí consignada será ágil, agradable a los usuarios, así mismo se creará un canal de comunicación donde se pueda de alguna forma acercar a esta importante comunidad con sus lugares de origen por medio del contenido ofrecido en el sitio web; será un medio de comunicación de gran interés, de consulta masiva, buscando que las personas se sientan identificadas con este portal web, con el objetivo de crear una gran comunidad virtual para de esta forma agrupar el sentir y pensar de estos Colombianos que desean estar más en contacto con sus raíces y también para aquellos colombianos que quieran participar mandando mensajes en vivo a través de una web cam IP que se instalará en sectores estratégicos de la ciudad.

La información se obtendrá de visitas a los diferentes localidades, en principio de Pereira y Dosquebradas, donde se tomaran fotos, videos, se recopilará información de las actividades de relevancia que se desarrollen, pero no al nivel de la información de un periódico, sino algo más personalizados, como eventos

familiares y demás que sugieran los navegantes, con esto se pretende ser el enlace que permita el contacto directo de los colombianos en el exterior con sus familiares y amigos en Colombia. Esto establecerá una diferenciación con los servicios ofrecidos por la competencia.

El servicio principal es la comunicación e información que será canalizado por medio de:

Noticias de sitios de interés para esta población: Estas noticias serán contadas de forma amena y de manera grafica apoyadas en fotografías y videos que le mostraran a los usuarios la manera en que se desarrolla la vida en sus lugares de origen destacando las noticias novedosas como construcciones, adecuaciones, cambios de la zona de interés, las personas, las actividades sociales.

Las celebraciones especiales tendrán cubrimiento como lo son navidad, semana santa, fiestas de la cosecha, fiestas de los barrios, creando un ambiente de cercanía al colombiano de afuera con su lugar de origen.

De igual forma los residentes de afuera podrán subir al portal videos, fotografías que quieran compartir con sus familiares, amigos o que simplemente quieran que otros colombianos conozcan, este servicio estará disponible también para las personas que viven en Colombia y quieran publicar para los que están afuera.

Otros servicios que se ofrecen son:

- Servicio de instalación, capacitación y venta de equipos necesarios para el uso de telefonía VoIP.
- Venta de equipos de cómputo, necesarios para la comunicación vía Web, instalación, capacitación.

- Se le ofrecerá a los usuarios del portal toda la información finca raíz (precios ubicación, imágenes, contactos directos con las inmobiliarias, constructores o propietarios)
- Publicidad para empresas que tengan interés en el mercado de influencia del portal.

Estos son algunos de los servicios que diferenciarán ampliamente este portal, servicios que hasta el momento no son prestados en ningún otro sitio Web.

2.2.2 Estrategias de comunicación y promoción

El portal buscara realizar alianzas con medios de comunicación de interés del colombiano común en la región de Risaralda (inicialmente), al igual con establecimientos que son de frecuente visita por los colombianos que viven fuera cuando están de visita en el país y sus familiares, dentro de estos lugares están: centros comerciales y casas de cambio.

Otra estrategia que usara el portal será la captación de atención de los familiares de los inmigrantes por medio de la posibilidad que les dará el portal de subir sus imágenes y videos de forma sencilla al portal para crear un espacio de encuentro entre los de acá y los de allá.

Pautas publicitarias en la radio, específicamente en la emisora rumba estéreo que tiene un espacio que se transmite simultáneamente desde la ciudad de Madrid y Pereira, y es de gran acogida por los colombianos que residen en ese país, y es escuchada tanto por los colombianos en España así como los familiares que están

en la ciudad de Pereira, siendo este medio de comunicación un buen acercamiento del servicio con toda la comunidad interesada, y a la vez una forma de difusión ya que las personas entre si, serán multiplicadores de la información sobre este servicio.

Otra estrategia publicitaria será por medio de los periódicos locales de mayor circulación donde se dará a conocer detalladamente los servicios ofrecidos.

Una forma eficaz y a la vez alternativa de distribución, o de dar a conocer el servicio es por medio de campañas publicitarias llamativas y utilizando los medios de comunicación regional como lo son las emisoras, y periódicos. Inicialmente el servicio se va a enfocar hacia las familias del área metropolitana de Pereira y Dosquebradas, optando por la utilización de los medios anteriormente descritos, como estrategias de cubrimiento de la zona geográfica de incidencia y de esta forma llegar a las familias de los colombianos que residen en el exterior y a la vez generar una cadena de información entre amigos y familiares que permita dar a conocer los diferentes servicios de Colombia Cerca Ltda.

Por otro lado, se ha pensado llegar directamente a los colombianos que viven en el exterior, por medio de contactos en España y USA (inicialmente), que sean parte de la comunidad inmigrante y que se encarguen de dar a conocer el portal entre la comunidad a la cual pertenecen.

2.3 PROYECCIONES DE VENTA

Las proyecciones de venta se realizan para los primeros 5 años del proyecto, por el carácter de la empresa es difícil precisar con exactitud el número de servicios o productos vendidos para un determinado período de tiempo, sin embargo se hará una aproximación en esta proyección teniendo en cuenta el mercado objetivo del estudio de mercados realizado, así se enfocarán todas las estrategias para acceder mínimo al 5% de este mercado con los diferentes productos y servicios e ir aumentando tal cantidad, para acceder al 8% del mercado objetivo el segundo año e ir aumentando esta cifra en un 10% para los siguientes 3 años.

Tabla 2: Proyección anual de ventas

SERVICIOS	AÑO 1 <i>Vr. unitario</i>	Año 2 <i>Vr. unitario</i>	Año 3 <i>Vr. unitario</i>	Año 4 <i>Vr. unitario</i>	Año 5 <i>Vr. unitario</i>
Información y contactos	12 Boletines	24 boletines	24 boletines	24 boletines	24 boletines
Venta paquete equipo computo, instalación y capacitación	84 (1.350.000)	134 (1.350.000)	148 (1.350.000)	163 (1.350.000)	179 (1.350.000)
Servicio de instalación, capacitación sobre SOFTWARE (libre) necesarios para el uso de telefonía VoIP.	84 (80.000)	134 (84.400)	148 (89.042)	163 (93.939)	179 (99.106)
Alojamiento publicitario	120 (200.00)	132 (211.000)	145 (222.605)	160 (234.848)	176 (247.765)
Información finca raíz	24 (100.000)	26 (105.500)	29 (111.303)	32 (117.424)	35 (123.382)

Fuente: Los autores

3 OPERACIÓN

Después de tener en cuenta todos los aspectos de la investigación de mercados del presente proyecto, se llega ahora a esta importante parte en la que se obtiene una visión técnica y un panorama más amplio del objetivo final, con la ayuda de los estudios anteriores y ahora mediante el presente estudio se permite visualizar cómo pasar de la idea a la puesta en marcha.

Ahora, la misión consiste en mencionar todos los aspectos necesarios para hacer una correcta descripción análisis y diseño del presente proyecto, teniendo en cuenta para ello la utilización de las más óptimas tecnologías de la información que se adapten mejor a la idea central.

Todo el conjunto de herramientas tecnológicas que serán utilizadas serán las que mejor prestación ofrezcan para una arquitectura web.

3.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

3.1.2 Servicios de información y contactos

En este sitio se puede encontrar servicio personal hacia el colombiano promedio que está en el exterior, el sentido personal lo darán los diferentes servicios con los que se contará, tales como:

- Barrio de la semana: en el barrio de la semana se colocará una cámara Web en el sitio icono del barrio en donde las personas podrán realizar apreciaciones comentarios, y saludos. La elección del barrio será de acuerdo a un orden pre-establecido, a un cronograma de actividades y también de acuerdo al impacto en cuanto a cantidad de personas provenientes de dicho sector.
- Servicio de contactos: comunidades virtuales de colombianos delimitadas por espacio ejemplo comunidad Madrid, le dará un medio a los colombianos que llegan y los que ya están para conocerse interactuar y estrechar lazos.
- La posibilidad de subir archivos multimedia tanto para las personas de fuera como las de adentro de sus actividades familiares, comunales regionales, dicha información será almacenada en servidores.
- Las noticias, eventos estarán enfocados en los sitios en donde se concentra la comunidad de afuera, (inicialmente Eje Cafetero). Sitios de mayor aporte de personas residentes en el exterior, para dar un ejemplo en Pereira Cuba y San Nicolás son los barrios que mas migración tiene por parte de sus habitantes (periódico La tarde). Se efectuará un contrato por prestación de servicios con un comunicador para efectos de redacción de toda la información.
- Cubrimiento de fechas especiales como semana santa, navidad, aniversario del barrio, entre otras que pueden proponer la misma comunidad.
- Las historias serán contadas de manera grafica (fotos, videos), sin saturación de texto.

3.1.3 Servicio de instalación, capacitación y venta de equipos necesarios para el uso de telefonía VoIP.

Para el servicio de instalación de VoIP, donde las familias se pueden comunicar con sus familiares totalmente gratis a teléfonos fijos y a costos muy bajos a celular se requiere:

- Instalación del software libre VoIP, soporte y capacitación.

3.1.4 Venta de equipos de cómputo, necesarios para la comunicación vía Web, instalación, capacitación.

Se ofrecerán los equipos de cómputo necesarios para la comunicación por medio Web como son: Computador, micrófono, cámara Web, instalación del equipo y capacitación. El colombiano que vive fuera del país tendrá la opción de contratar el servicio directamente por medio del portal y pagar estos servicios, para este fin se contará con una cuenta paypal, se ofrecerán diferentes paquetes de los cuales el usuario podrá escoger el que más le convenga a sus necesidades.

Características técnicas del equipo:

Computadores AMD Tradicional y Alto desempeño, procesador sempron 3600 am2 64 / ddr2 512/disco duro 80/drive/dvd doble capa/ torre atx/ accesorios genericos/ monitor acer lcd 17". Con gran desempeño para correo, internet, y tareas básicas Multimedia. Excelente relación costo beneficio.

Las características de los equipos se van actualizando de acuerdo a la pauta que va marcando el mercado local.

3.1.4.1 Capacitación Windows

Este es un sistema operativo de propiedad de Microsoft, cuya licencia debe ser comprada para hacer uso de éste en cada uno de los computadores donde se instale, en la actualidad las versiones Xp y vista son las más difundidas.

Modulo 1: Windows Xp y/o vista (Dependiendo del sistema operativo escogido por el cliente)

Duración diez horas

- Conceptos fundamentales
- Elementos comunes de Windows
- El escritorio y sus propiedades
- Uso del ratón
- Menú de inicio
- Barra de tareas
- Fondos. Protectores de pantalla, apariencia
- Las ventanas. Elementos y controles
- Creación de carpetas y accesos directos
- Propiedades de archivos y carpetas
- Borrar, copiar, mover y abrir archivos
- Configuración de barra de tareas
- Panel de control
- Explorador de Windows
- Accesorios
- Internet Explorer
- Windows Messenger

3.1.4.2 Capacitación en Internet

Duración diez horas

- Conceptos y terminología

- Consideraciones sobre seguridad
- El Explorer web
- Partes del explorador
- Funciones y opciones del explorador
- Carga de una pagina web
- La dirección de una web
- Los vínculos
- Utilización de buscadores
- Como guardar textos, imágenes y direcciones
- Impresión de una pagina web
- Utilidad de Internet: viajes, banca, compras, ocio, comunicación
- Adjuntar y enviar archivos
- Tipos de archivos encontrados en la red

3.1.5 Información finca raíz

Este servicio pretende ofrecer una visión generalizada de los proyectos de construcción de vivienda que se generan en las principales ciudades del Eje Cafetero para que los inmigrantes residentes en el exterior que deseen adquirir finca raíz en esta región puedan ver a través del sitio estas opciones, así mismos se abre esta oportunidad también para personas naturales que tengan oferta de algún inmueble, puedan mostrarlo a través de imágenes y así generar un mayor impacto y captar el interés de los compradores.

3.1.6 Alojamiento Publicitarios

Este servicio ofrece la posibilidad de hacer conocer el negocio que adquiera un alojamiento publicitario ante todos los usuarios de Colombia Cerca Ltda., difundiendo productos y/o servicios con el objetivo de conquistar nuevos mercados.

Este servicio está dirigido a empresas y personas que tengan como mercado objetivo la comunidad de Colombianos que viven fuera del país y que siguen teniendo un vínculo con Colombia y un interés por invertir o adquirir bienes y servicios, ya sea para ellos o para sus familiares que residen en el territorio nacional.

Este servicio se publicara a partir de la información entregada por el cliente, en primera instancia se realizará el diseño de un boceto para que el cliente de la aprobación final, el anuncio se publicará por el tiempo de duración de vigencia del contrato.

Los espacios publicitarios tendrán el siguiente tamaño:
Banner 200 x 110 pixels

3.2 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

3.2.1 Tecnología requerida

3.2.1.1 Especificación de tecnología

- ❖ **Dominio de Internet:** Es un nombre que reúne una serie de características y recursos, y que permite identificar un sitio de otro, se usa básicamente un nombre que hace referencia al servicio o producto, y se hace mas útil para los usuarios ya que es mas fácil recordar un nombre como tal en lugar de una dirección IP.

- ❖ **Hosting:** Servicio prestado por una empresa que consiste en el almacenamiento en servidores de todos los archivos necesarios para el buen funcionamiento del sitio web y también muy importante

considerar los tiempos de acceso, niveles críticos de demanda y todas las variables necesarias para un alto performance del sistema.

- ❖ **ISP (INTERNET SERVICE PROVIDER):** Es la empresa que se dedica a la comercialización de los accesos a internet.

- ❖ **Servidor Web:** El software que gestiona, procesa e implementa peticiones y comunicaciones mediante el protocolo HTTP, pero también se le da este nombre a la maquina o dispositivos de hardware que lo ejecuta, esto nos permitirá montar el sistema para hacer pruebas sin necesidad de hosting.

- ❖ **Sistema Operativo:** Es la pieza de software que va a servir de intermediario entre el hardware y el usuario, administrando y dando el mejor uso a los recursos que estén disponibles.

3.2.1.2 Hardware requerido

Durante la etapa de análisis de requerimientos de dispositivos de hardware, se ha llegado a la conclusión de la necesidad de unos cuantos elementos que se tornan indispensables para realización de cada una de las etapas que comprenden este proyecto, y se puede considerar como parte de las herramientas básicas fundamentales para adelantar el presente análisis.

- ❖ **Equipos de computo:** Serán necesarios dos computadores de escritorio, uno por cada integrante del equipo de trabajo, por medio de estas herramientas y con este estudio se procederá al inicio formal del análisis, en otras palabras, pasar de la teoría a la práctica basados en este estudio previo.

Características de los PC:

Torre: ATX

Procesador: Pentium core dos duo
Memoria: 1 GB DDR3
Disco duro: 160 GB.
Unidades extraíbles: DVD r+w
Monitor: LCD LG
Tarjeta de red: Gigabit Ethernet
Aceleradora grafica: envidia

❖ **Servidor (modalidad outsourcing):**

Se necesita asegurar que el sitio web se encuentre siempre disponible y pueda ser consultado a cualquier hora, por tanto para prestar un servicio eficiente, se debe contratar un servicio que consiste en el alquiler de un espacio en un servidor, el cual debe contar con unas características específicas como son:

- Hosting por un año incluido el dominio.
- 250 Mg de espacio de almacenamiento.
- Que el servidor cuente con servicios como base de datos MySQL, PHP, protocolos http, ftp, smtp, pop3, autorespuesta en e-mail, listas de correo, filtro de SPAM, CGI-bin, support PHP 5, with cache enabled mySQL 5 database support Free 128 Bit.
- Scripts CGI pre instalados.

❖ **Cámara de red AXIS 214 PTZ con visión diurna/nocturna**

- Cámara con movimiento vertical y horizontal, zoom óptico de 18x y enfoque automático
- Funcionamiento diurno y nocturno con imágenes a partir de 0,005 lux
- Compatibilidad con audio bidireccional
- Motion JPEG y MPEG-4 simultáneos

❖ **Impresora multifuncional:**

- Impresora Profesional B&N
- Impresora Color
- Fotografía Color
- Scanner Full Color
- Fotocopiadora Color y B&N
- Velocidad de impresión:
- Modo borrador, negro, carta: Hasta 20 ppm
- Modo normal, negro, carta: Hasta 7 ppm
- Modo normal, color, carta: Hasta 2,9 ppm

Resolución:

- Modo resolución de impresión óptimo, negro: Hasta 1200 dpi de renderizado en negro cuando se imprime desde una computadora
- Modo resolución de impresión óptimo, color Hasta 4800 x 1200 dpi optimizados en color cuando se imprime desde una computadora y 1200 dpi de entrada

Uso de papel:

- Capacidad de entrada estándar Hasta 100 hojas
- Capacidad de entrada máxima Hasta 100 hojas
- Capacidad de salida estándar Hasta 50 hojas
- Capacidad de salida total Hasta 50 hojas
- Ciclo de trabajo Hasta 500

- Tipos de materiales de impresión Papel (de inyección de tinta, fotográfico, común), sobres, etiquetas, tarjetas, transparencias, estampados, papeles HP premium
- Tamaños personalizados de medios de impresión 77 x 127 a 216 x 356 mm

Cartuchos:

- Número de cartuchos de impresión 3 (1 negro, 1 tricolor, 1 fotográfico)
- Colores de cartuchos de impresión Negro, cian, magenta, amarillo (opcional: cian claro, magenta claro)

Otras características:

- Conectividad estándar 1 USB
- Memoria: 64 MB.
- Lenguajes de impresión, estándar Lenguaje de interfaz para dispositivos ligeros de imágenes (LIDIL)
- Software incluido Software HP Photosmart Essential

Energía y medio ambiente

- Rango de humedad 20 a 80% HR
- Consumo máximo 80 watts máximo
- Fuente de alimentación Voltaje de entrada de 100 a 240 VCA (+/- 10%), 50/60 Hz (+/- 3 Hz), máximo 1 amperio

Temperatura máxima de operación 10 a 35 °C

- Dimensiones y peso:
- Dimensiones estándar del producto 425,7 x 367,4 x 180,5 mm

- Peso del paquete 6,2 kg

3.2.1.3 SOFTWARE

Anteriormente se realizó una serie de requerimientos en cuanto al hardware necesario, y es momento de relacionar el software que se utilizará, teniendo en cuenta las mejores herramientas para desarrollo, ya sea software libre o con las respectivas licencias

❖ Sistema operativo:

Después de hacer una evaluación del software a utilizar, se optó por el sistema operativo Windows Vista Business A Ultimate, y Office 2007

- #### **❖ Programas de desarrollo:**
- Se ha observado últimamente un gran auge en el software libre (Joomla, Nvu, php), y se encuentra una gran variedad de herramientas que ofrecen la más variada gama de posibilidades, todas de un altísimo nivel que ciertamente compiten con el software privativo en calidad y servicios.

3.2.2 Localización de la empresa

La sede principal de la empresa será en la ciudad de Pereira, departamento del Risaralda de Colombia, sur América.

Las instalaciones estarán ubicadas en la carrera 11 No. 20 - 40.



Ilustración 1: Mapa territorial de Colombia

Fuente: www.mapa.com.co



Ilustración 2: Departamento de Risaralda y su ubicación territorial en Colombia

Fuente: gobernación del Risaralda

La ubicación del Departamento de Risaralda está determinada por las coordenadas de sus límites extremos: entre los 5°32' y 4°39' de latitud Norte y entre los 75°23' y 76°18' de longitud al Oeste del meridiano 0° de Greenwich. El punto más septentrional, se encuentra en el Cerro de San Fernando, límite con el departamento de Antioquia, y el punto más austral se encuentra en la cuenca alta de la quebrada Las Delicias. Por su situación, respecto a la distancia entre la línea del ecuador y los polos, el departamento se ubica en la gran zona tórrida, al norte del límite con el Ecuador.

Las instalaciones físicas donde será ubicada la oficina o centro de trabajo, consta de un área de 5 Mts. de ancho por 6 Mts. de fondo para un total de 30 metros cuadrados, ubicados en la carrera 11 N° 20-40 de la ciudad de Pereira y la disposición de los enseres y demás elementos que hacen parte del lugar de trabajo son como se muestra en la distribución física.

En estas instalaciones estarán todas las dependencias de Colombia Cerca Ltda.; el departamento de comunicaciones en donde se realizará las búsquedas de noticias, edición de fotografías videos y redacción de las mismas. El departamento de administración del portal en donde se realizara lo concerniente con la actualización del sitio Web y su administración.

3.2.3 Distribución física

El espacio físico de las instalaciones se divide en dos cubículos: un cubículo para el departamento de comunicaciones, y otro cubículo para la administración del portal

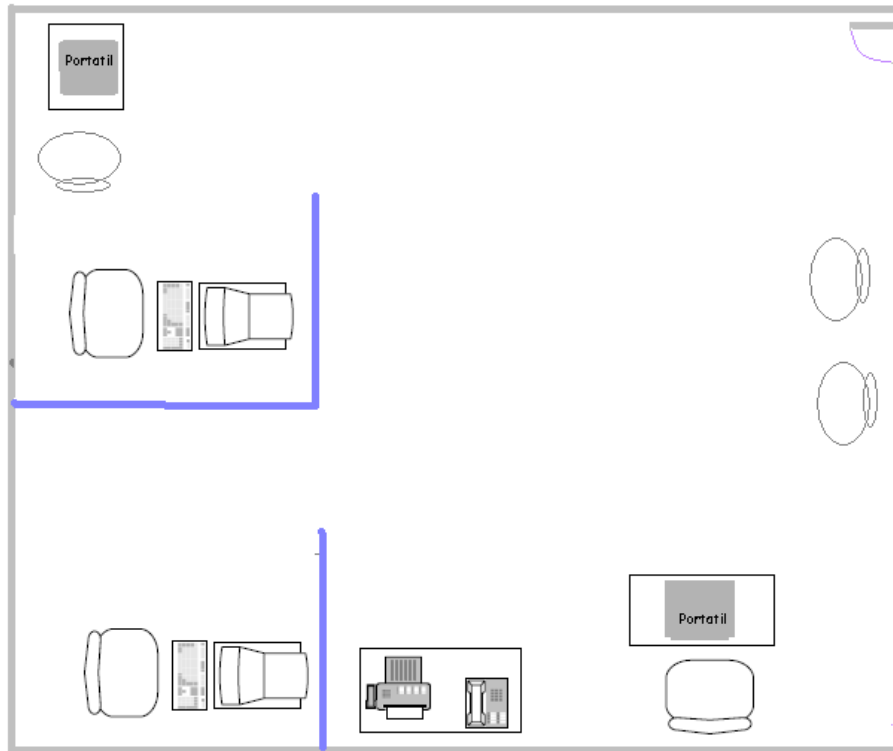


Ilustración 3: Distribución en planta

Fuente: Los autores

3.2.4 Presupuesto requerido

Para poder obtener estos recursos físicos y enseres se hace necesario de una partida o presupuesto económico tal y como se describe en los siguientes enunciados:

3.2.4.1 Hardware

- **Estaciones de Trabajo:** Como se dijo anteriormente, inicialmente se necesitan dos máquinas con las características descritas anteriormente, las

cuales se pueden conseguir a un precio de \$1.900.000 cada una para un total de \$3.800.0000.

- **Alquiler de espacio en el servidor:** Se opta por alquilar el alojamiento de la página, y se buscará un proveedor que ofrezca estabilidad y robustez en el servicio, así que en este orden de ideas, se contratará con la empresa mundo web para el alquiler de este servicio que tendrá un costo anual de \$650.000 pesos moneda corriente.

3.2.4.2 Software

- **Sistema Operativo:** Como se estableció anteriormente, el sistema operativo que se empleará será Windows Vista Business, cuya licencia en la actualidad tiene un costo de \$ 490.000.
- **Office 2007:** en el momento la licencia está a un costo de €149 euros, es decir \$ 461.900.
- **Software para diseño web:** Hoy en día existe una gran variedad de soluciones integrales para el diseño y desarrollo web, algunas de estos son de licencia pública y otras licencias tienen un costo comercial. Se tiene planeado usar JOOMLA que es una herramienta libre y robusta que ofrece muchas alternativas en cuanto a herramientas para lograr un eficiente diseño y con la que a la vez sea compatible con la mayoría de las tecnologías vigentes en el mercado.
- **Adobe Photo Shop CS4:** este software se usará para la edición de imágenes y tiene un costo de US\$ 699, es decir \$ 1.398.000

Tabla 3: Costos de hardware y software

HARDWARE Y SOFTWARE			
ELEMENTO	CANTIDAD	PRECIO/ UNIDAD	INVERSION
Computadores de escritorio	2	1.900.000	3.800.000
Portátil Sony Vaio	2	1.500.000	3.000.000
Cámara de red AXIS 214 PTZ	2	3.680.000	7.360.000
Subtotal hardware			14.160.000
Licencias de Office	4	461.900	1.960.000
Licencias de sistema operativo	4	490.000	1.847.600
Adobe Photo Shop CS4	1	1398000	1.398.000
Subtotal licencias			5.205.600

Fuente: los autores

3.2.4.3 Servicios públicos

Además de las herramientas de trabajo anteriormente enunciadas, también se tiene que considerar el costo de operación en lo referente a los servicios públicos así:

Tabla 4: Costo mensual servicios públicos

SERVICIO PUBLICO /MES	COSTO
Energía eléctrica	65.000
Agua	40.000
Alcantarillado	10.000
Aseo	18.000
Subtotal Servicios Públicos	133.000
Telefonía local ilimitada	50.000
teléfono celular	100.000
Internet 2 MB	80.000
Subtotal Telecomunicaciones	230.000

Fuente: los autores

3.2.4.4 Muebles y enseres

Adicional a las herramientas enunciadas anteriormente, también se requiere un cierto tipo de elementos básicos para la adecuación y ubicación de los equipos de trabajo y de esta forma obtener una óptima disposición de todos los recursos físicos con que se cuentan inicialmente, en el siguiente cuadro se describe estos requerimientos de muebles y enseres:

Tabla 5: Muebles y enseres

DISPOSITIVO	CANTIDAD	PRECIO/ UNIDAD	TOTAL
Mesa para computadores	2	150000	300.000
Teléfono fijo	1	50.000	50.000
Impresora multifuncional	1	240000	240.000
UPS blazer	1	140.000	140.000
Archivador	1	150.000	150.000
Cubículos	2	400.000	800.000
Celular	1	100.000	100.000
Mesa impresora	1	55.000	55.000
Sillas giratorias	3	90.000	270.000
Escritorios	1	80.000	80.000
Swicht T-com	1	90.000	90.000
Subtotal muebles y enseres			2.275.000

Fuente: Los autores

3.3 INGENIERIA DEL SOFTWARE DEL PROYECYO COLOMBIA CERCA LTDA.

Durante este proceso de ingeniería del Software, se va a utilizar los parámetros y lineamientos de la metodología UML, ya que permite de una forma eficiente y muy

completa describir todo el modelo; seguidamente se describirá cada una de las partes que componen el análisis y diseño del presente proyecto.

Análisis:

- Diagramas de casos de usos
- Especificación de los casos de usos
- Diagramas de secuencia
- Modelo de clases
- Requerimientos no funcionales

Diseño:

- Arquitectura
- Subsistemas
- Diagrama de subsistemas
- Diagrama de secuencia de las ventanas
- Modelo de componentes.
- Modelo de distribución
- Diseño interfaz hombre-máquina
- Diseño estético
- Modelo de objetos
- Diseño de la base de datos

3.3.1 Requerimientos

Comunidad virtual colombianos en el exterior: Orientada al Eje Cafetero

- Registrarse como usuario del sistema (crear cuenta)
- Realizar uploads de imágenes y videos
- Dejar comentarios.
- Crear comunidades
- Consultar información de embajadas

- Consultar información de tramites (pasaportes, visas, costos pasajes y tiquetes de avión)
- Leer noticias de migración.
- Consultar noticias de eventos.
- Consultar sitios turísticos.
- Consultar información de finca raíz.
- Comprar artesanías.
- Comprar equipos de computo
- Descargar sw de comunicación VoIP.
- Comprar servicio de capacitación en computación.
- Escuchar emisoras colombianas.
- Suscribirse a boletines de eventos e imágenes

3.3.2 Análisis

Casos de uso: Se puede decir que es una técnica para la captura de requisitos y que proporciona información acerca de cómo el sistema debería interactuar con el usuario con el fin de obtener el resultado esperado, para su descripción se suele usar lenguaje cotidiano con el objetivo que el usuario puede captar fácilmente el fin o propósito de el caso de uso.

3.3.3 Diagrama de Casos de uso

Por medio de los diagramas de casos de uso logamos hacer una descripción del sistema, en otras palabras, es algo como un diagrama de comportamiento que refleja de una manera sencilla como el sistema interactúa con el usuario, existe una notación gráfica que consta se símbolos establecidos según la metodología UML que usaremos a lo largo de este análisis.

- CASO DE USO Registrarse como usuario del sistema (crear cuenta):

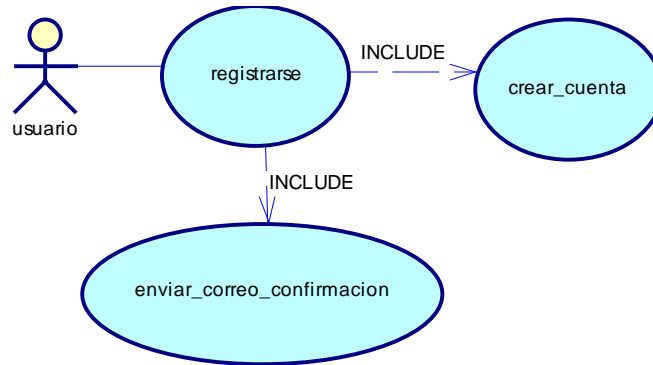


Ilustración 4: Registrarse como usuario del sistema

Fuente: los autores

Caso de uso realizar upload

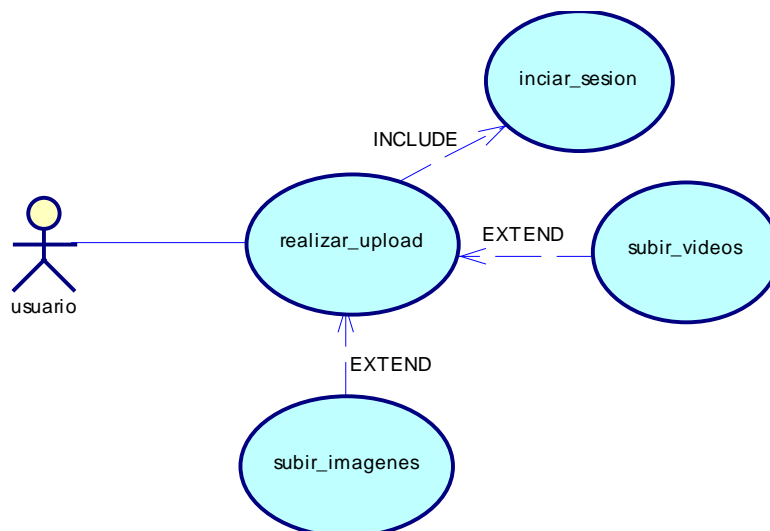


Ilustración 5: realizar upload

Fuente: los autores

Caso de uso realizar compra

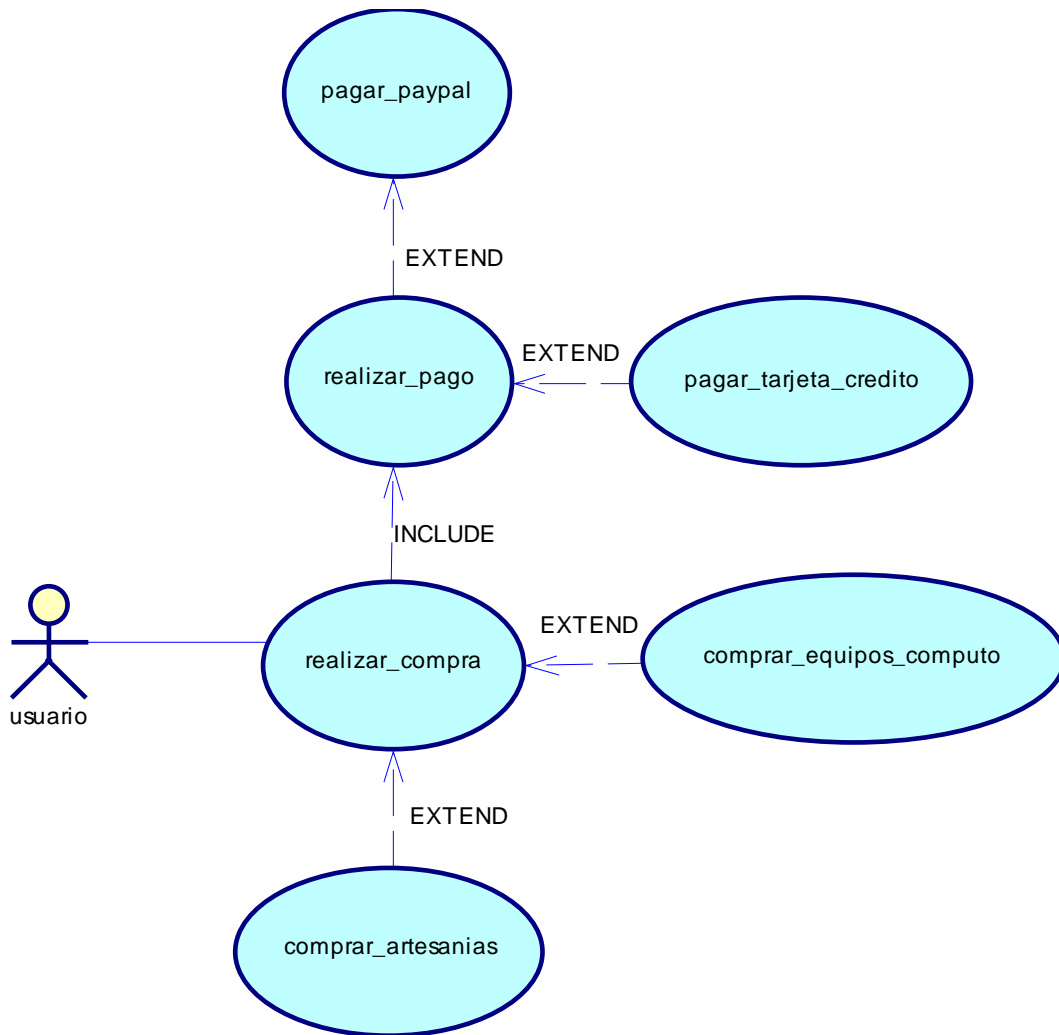


Ilustración 6: realizar compra

Fuente: los autores

Caso de uso escuchar emisora

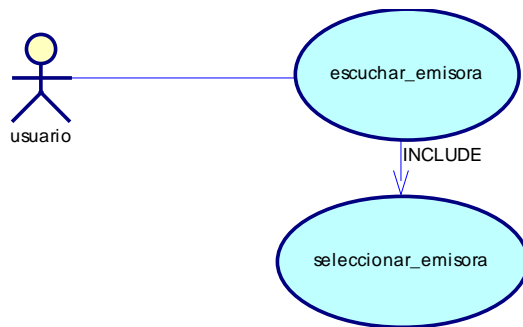


Ilustración 7: escuchar emisora

Fuente: los autores

Caso de uso consultar productos

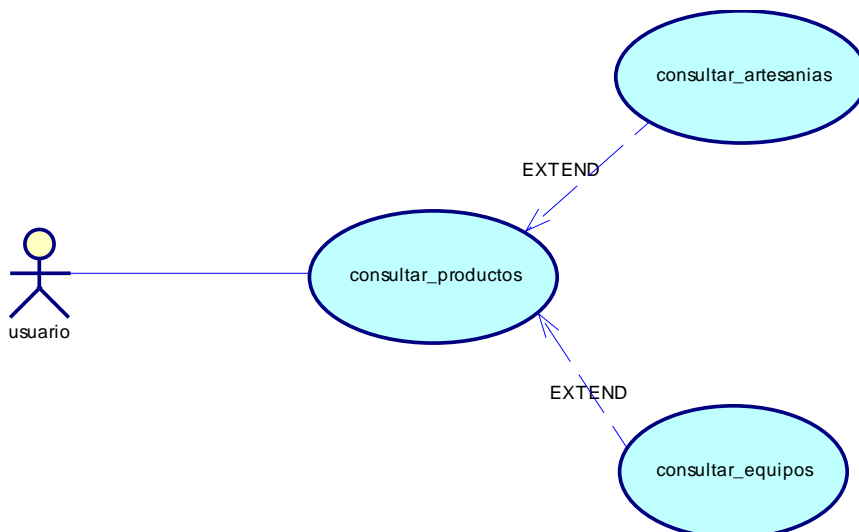


Ilustración 8: consultar productos

Fuente: los autores

Caso de uso consultar

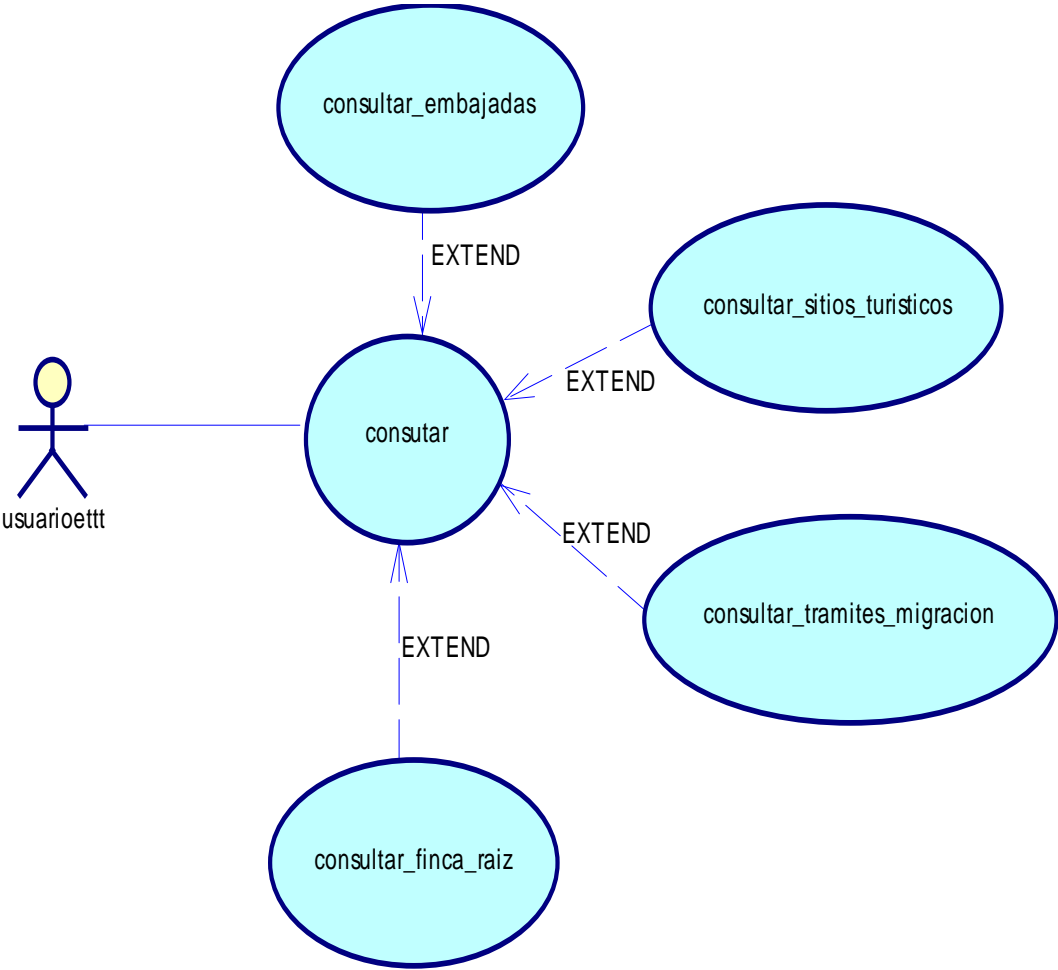


Ilustración 9: consultar

Fuente: los autores

Caso de uso escribir comentarios

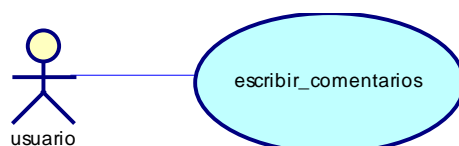


Ilustración 10: escribir comentarios

Fuente: los autores

3.3.3.1 Especificación de casos de uso

Tabla 6: Especificaciones de casos de uso registrarse

CASO	ACCION
Caso de uso	registrarse
Actores	Usuario
Propósito	Realizar registro en el sistema.
Resumen	El usuario selecciona la opción “registrarse”, el sistema le despliega la interfaz con el formulario de registro
Curso normal de los eventos:	El sistema guarda la información del nuevo usuario y le envía un correo de confirmación para activar la cuenta
Curso alternativo:	
Excepciones:	

Fuente: Los autores

Tabla 7: Especificación de caso de uso realizar upload

CASO	ACCION
Caso de uso	Realizar upload
Actores	Usuario
Propósito	Realizar upload de videos e imágenes al servidor
Resumen	El usuario selecciona la opción “cargar videos” (o imágenes), el sistema le despliega la interfaz en donde podrá seleccionar el video (o las imágenes) que desea cargar
Curso normal de los eventos:	El sistema realiza el upload del material seleccionado por el usuario, haciendo visible este material dentro de la cuenta del usuario.
Curso alternativo:	
Excepciones:	

Fuente: Los autores

Tabla 8: Especificación de caso de uso realizar compra

CASO	ACCION
Caso de uso	Realizar compra
Actores	Usuario
Propósito	Realizar la compra de un equipo de computo o de artesanías
Resumen	El usuario selecciona la opción “comprar” (computador o artesanías), el sistema le despliega la interfaz de compra, en donde puede registrar los datos requeridos por el sistema para esta operación, el sistema le da 2 opciones de pago al usuario, pago con tarjeta de crédito, o pago por medio de paypal, dependiendo de la opción de pago seleccionada por el usuario se despliega el formulario de pago.
Curso normal de los eventos:	El sistema registra la compra.
Curso alternativo:	
Excepciones:	

Fuente: Los autores

Tabla 9: Especificación de caso de uso escuchar emisora

CASO	ACCION
Caso de uso	Escuchar emisora
Actores	Usuario
Propósito	Escuchar una emisora online por medio del portal.
Resumen	El usuario selecciona una emisora de la lista de emisoras existentes.
Curso normal de los eventos:	El sistema inicia la conexión con el servidor de la emisora seleccionada con el cliente.
Curso alternativo:	<ol style="list-style-type: none"> 1. El servidor de la emisora no se encuentra disponible. El sistema informa al usuario. 2. El cliente no tiene instalado los plugins necesarios para la recepción de audio online. El sistema informa al usuario.
Excepciones:	

Fuente: Los autores

Tabla 10: Especificación de caso de uso Consultar producto

CASO	ACCION
Caso de uso	Consultar producto
Actores	Usuario
Propósito	Realizar la consulta de los productos existentes en el portal para la compra.
Resumen	El usuario selecciona una de las categorías de productos existentes para consultar (artesanías o equipos de computo)
Curso normal de los eventos:	El sistema despliega la lista de productos pertenecientes a la categoría de productos seleccionada por el cliente, en donde se podrá visualizar las características propias de cada producto.
Curso alternativo:	
Excepciones:	

Fuente: Los autores

Tabla 11: Especificación de caso de uso consultar

CASO	ACCION
Caso de uso	Consultar
Actores	Usuario
Propósito	Realizar la consulta de información accesible dentro del portal (información de embajadas, sitios turísticos, tramites de migración, información finca raíz)
Resumen	El usuario selecciona una de las categorías de información existentes para consulta.
Curso normal de los eventos	El sistema despliega la información requerida por el usuario.
Curso alternativo:	
Excepciones:	

Fuente: Los autores

Tabla 12: Especificación de caso de uso escribir comentarios

CASO	ACCION
Caso de uso	Escribir comentarios
Actores	Usuario
Propósito	Publicar comentarios dentro del portal
Resumen	El usuario selecciona la opción comentar, el sistema le despliega la interfaz en donde podrá escribir el comentario y publicarlo.
Curso normal de los eventos:	El sistema publica el comentario.
Curso alternativo:	
Excepciones:	

Fuente: Los autores

3.3.4 Diagramas de secuencia

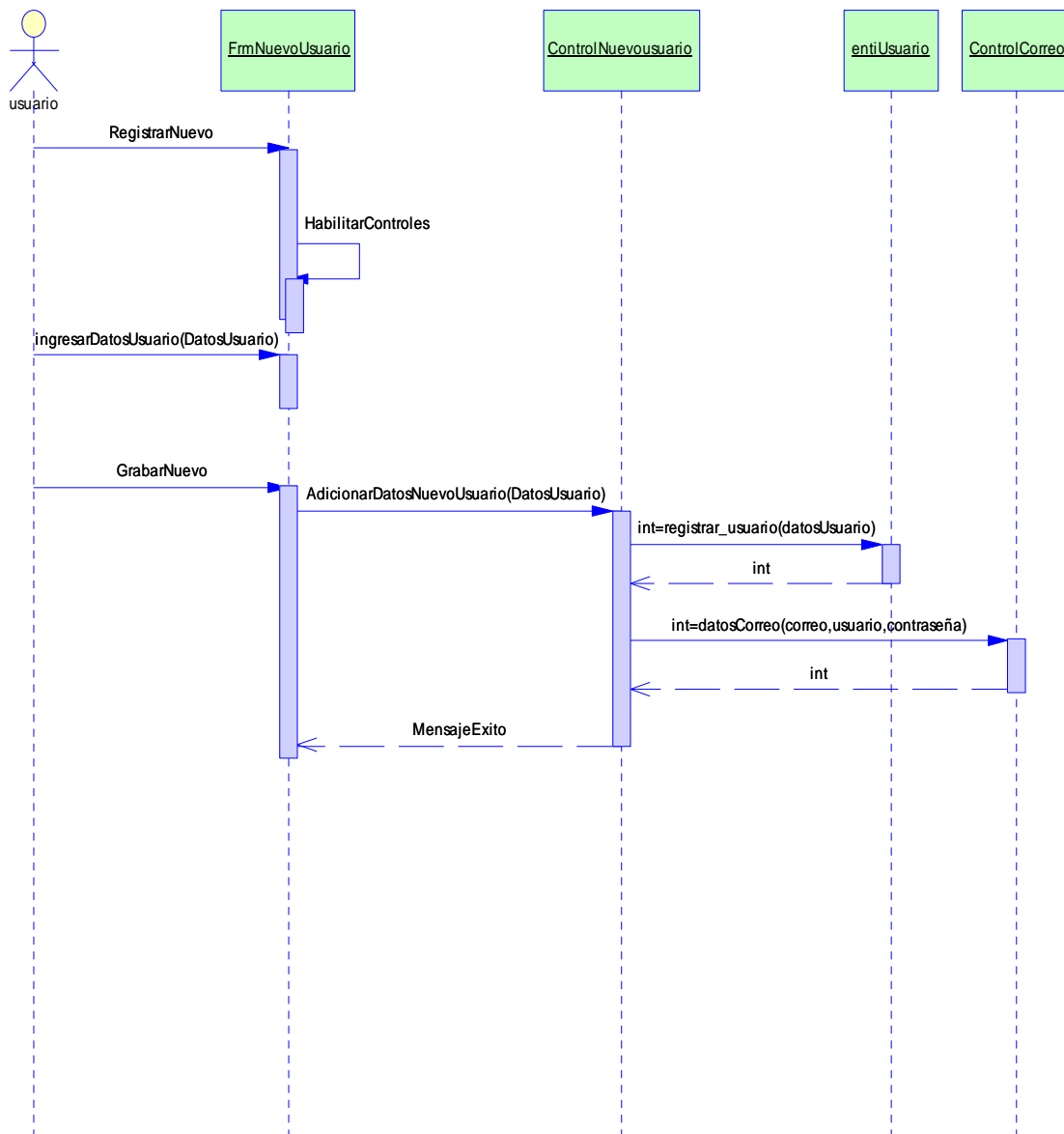


Ilustración 11: Registrar Usuario

Fuente: Los autores

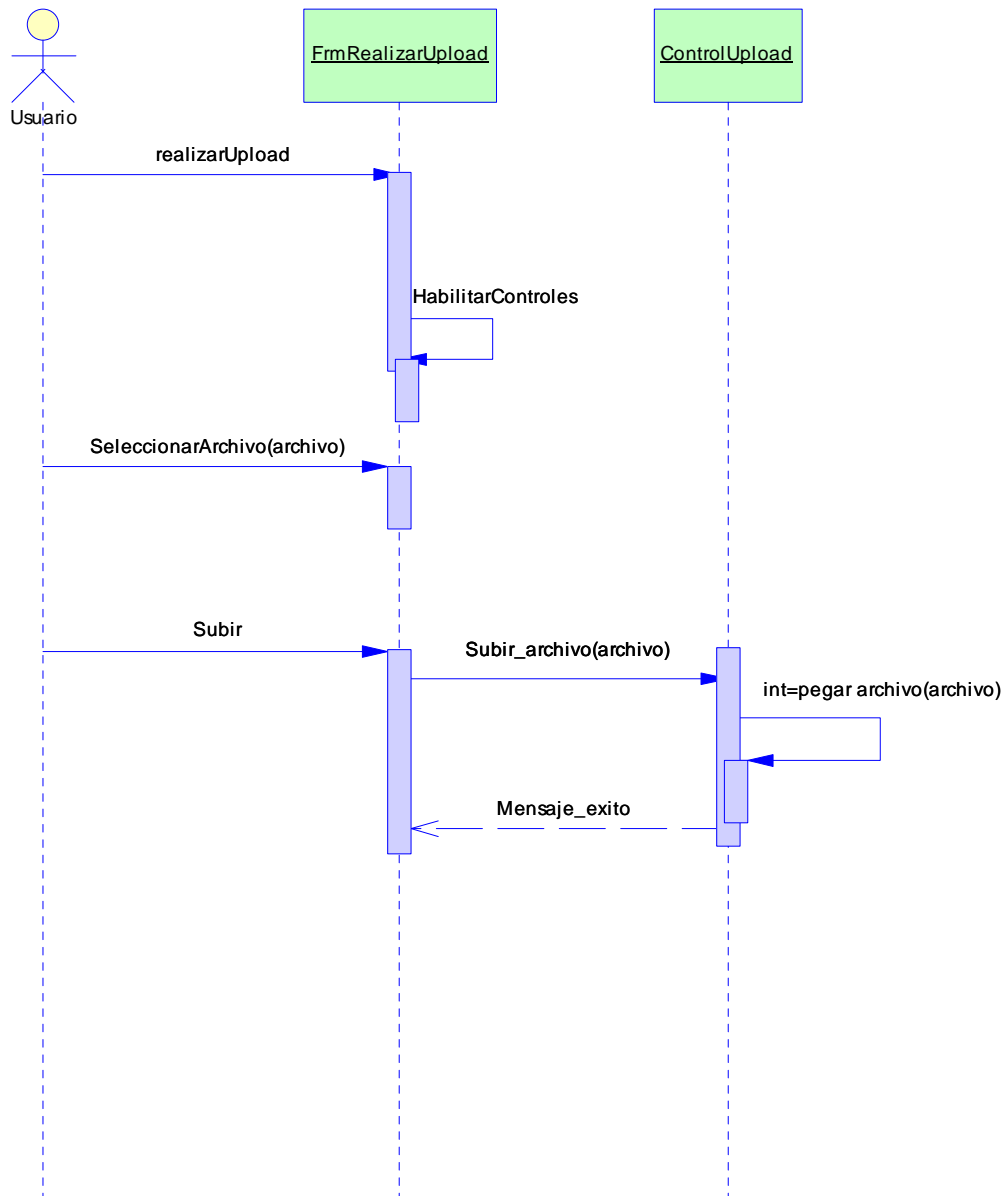


Ilustración 12: Realizar Upload

Fuente: Los autores

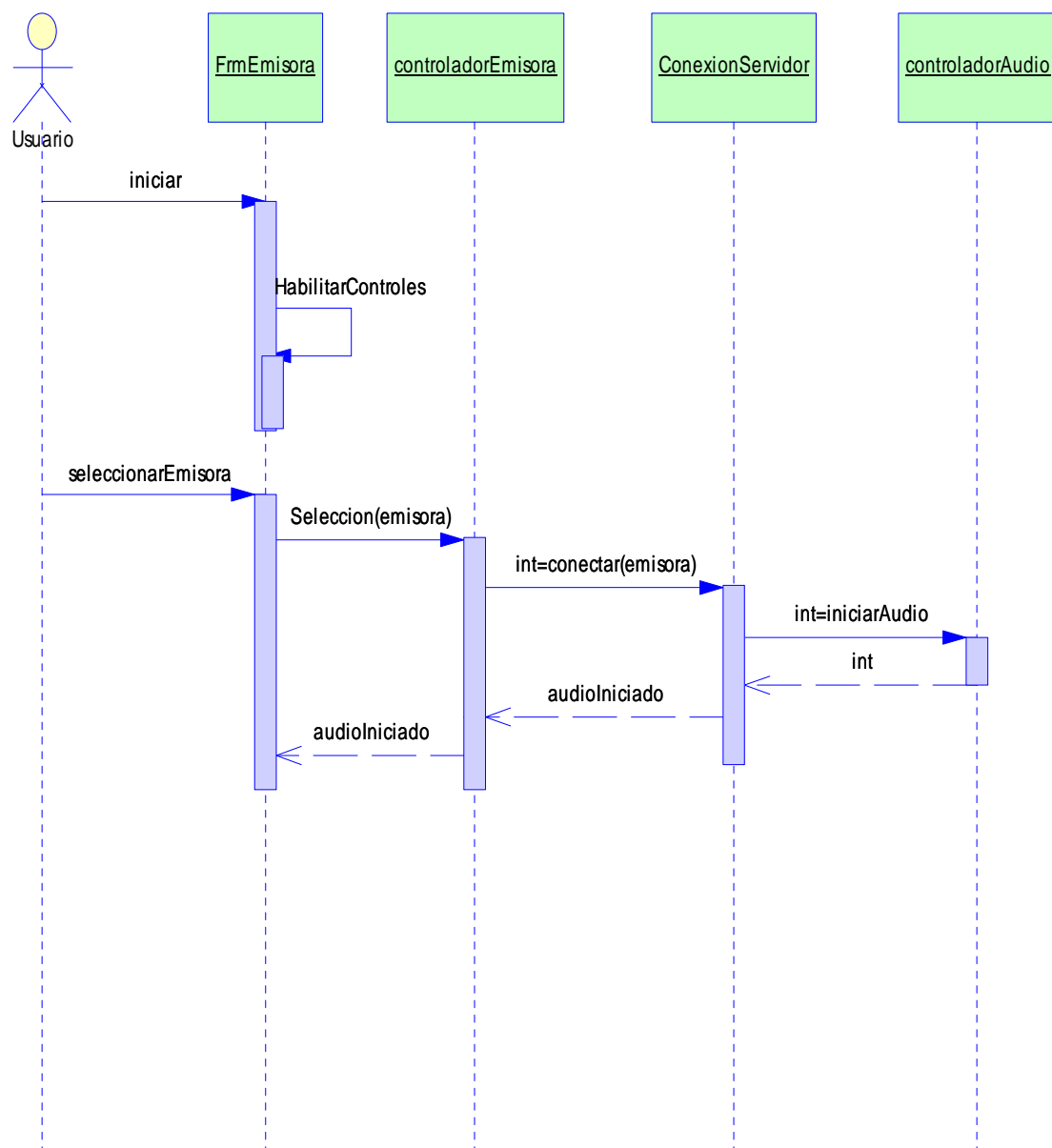


Ilustración 13: Iniciar audio

Fuente: Los autores

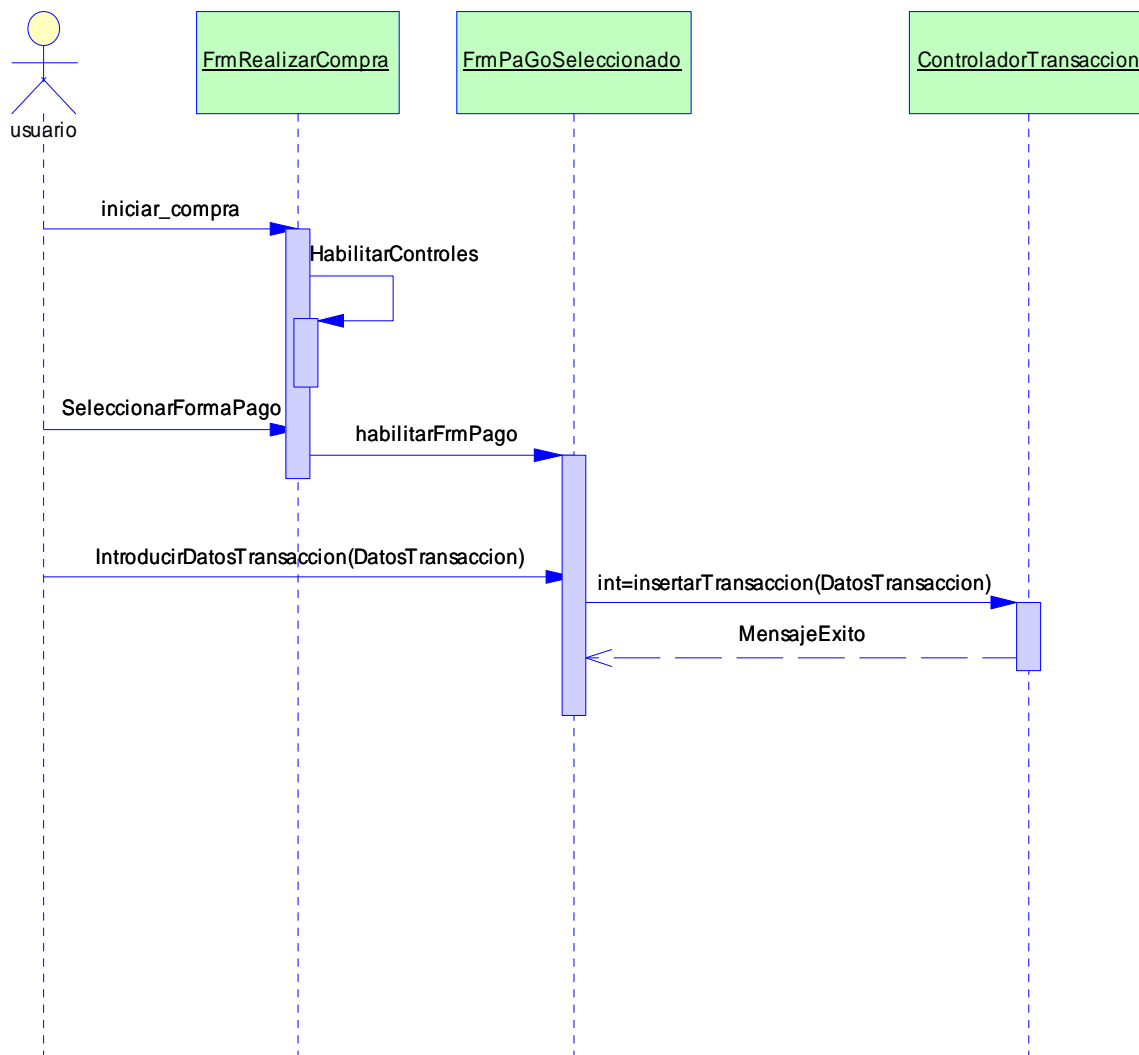


Ilustración 14: Comprar producto

Fuente: Los autores

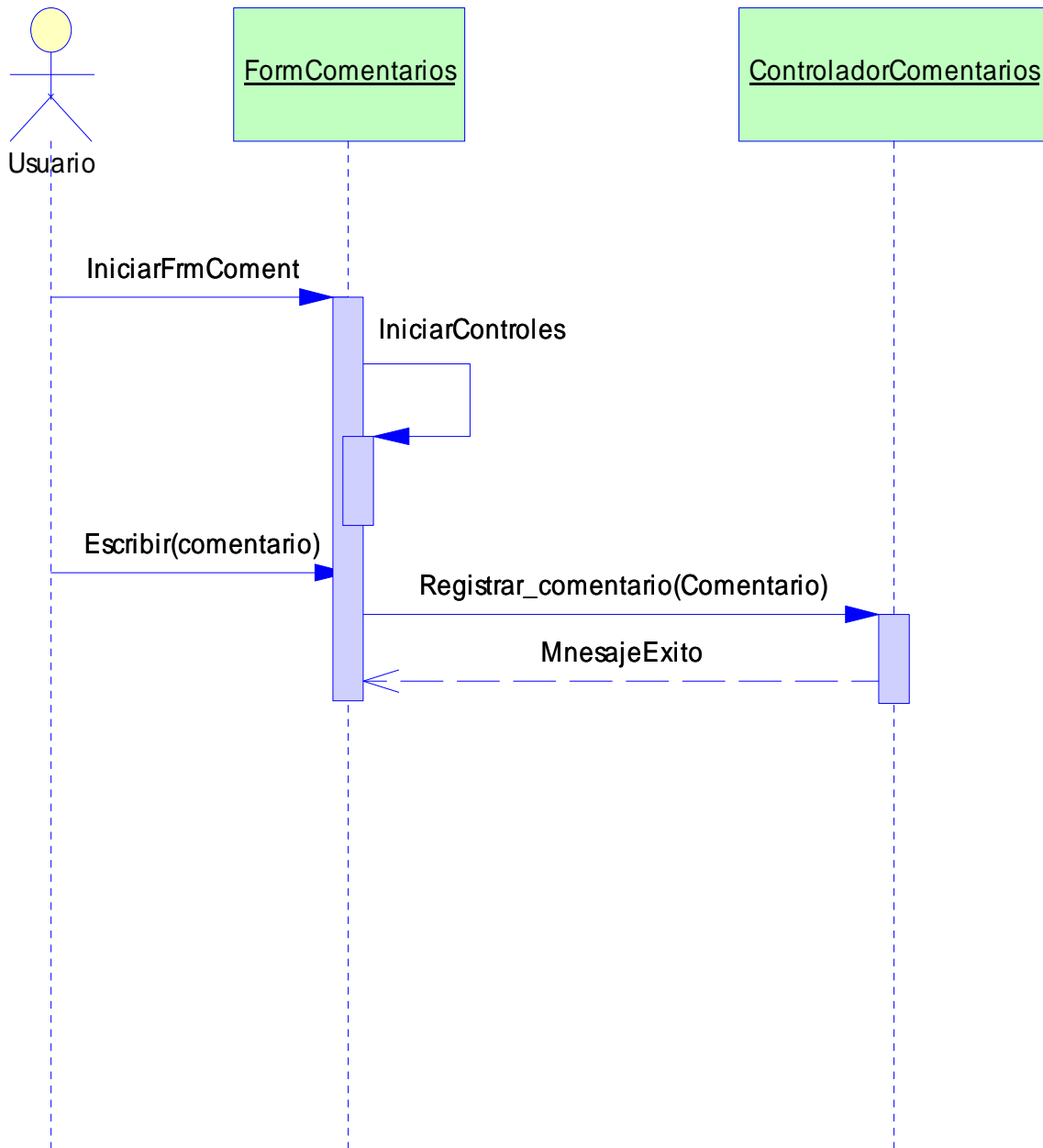


Ilustración 15: Realizar Comentarios

Fuente: Los autores

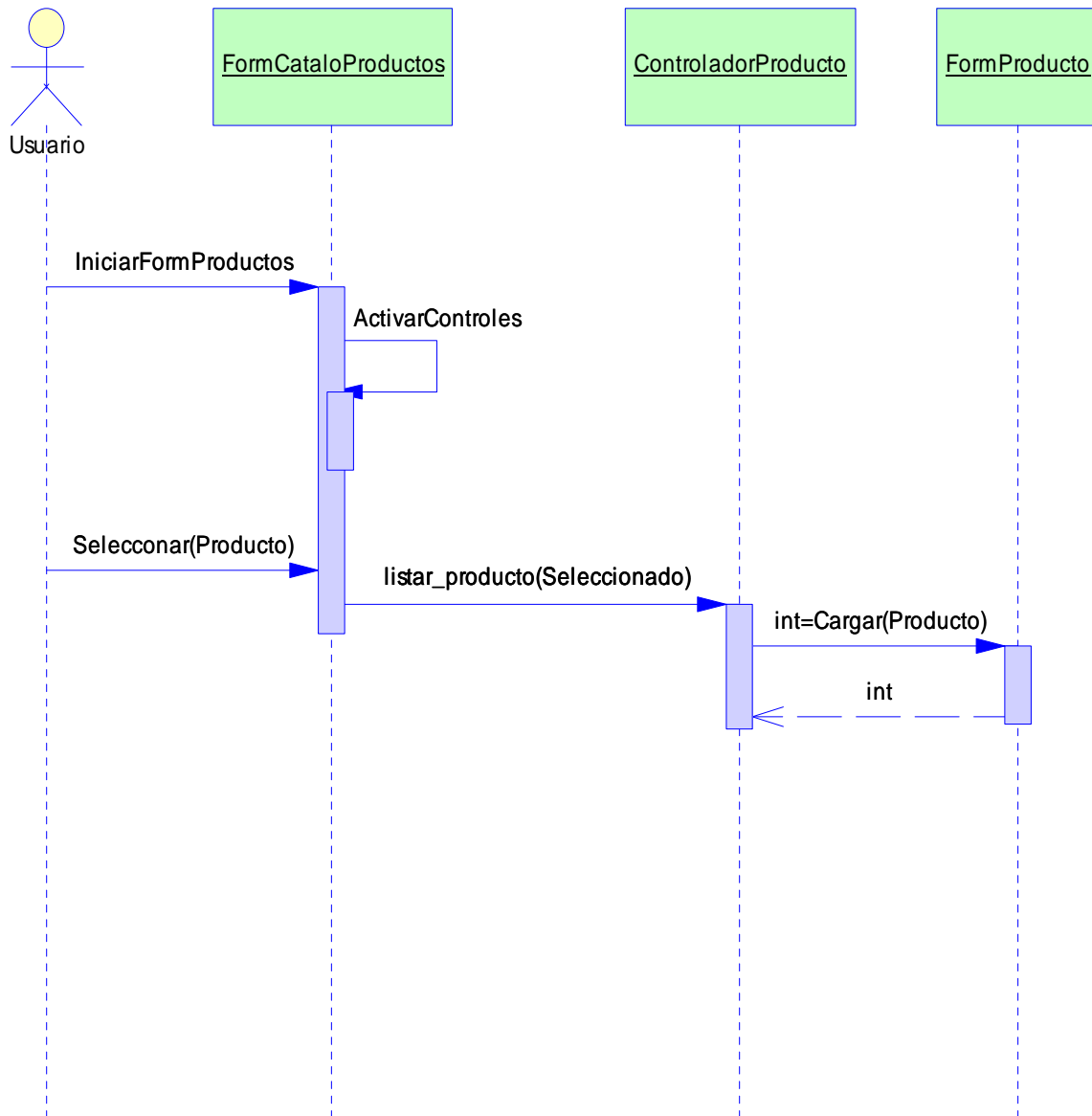


Ilustración 16: Consultar productos

Fuente: Los autores

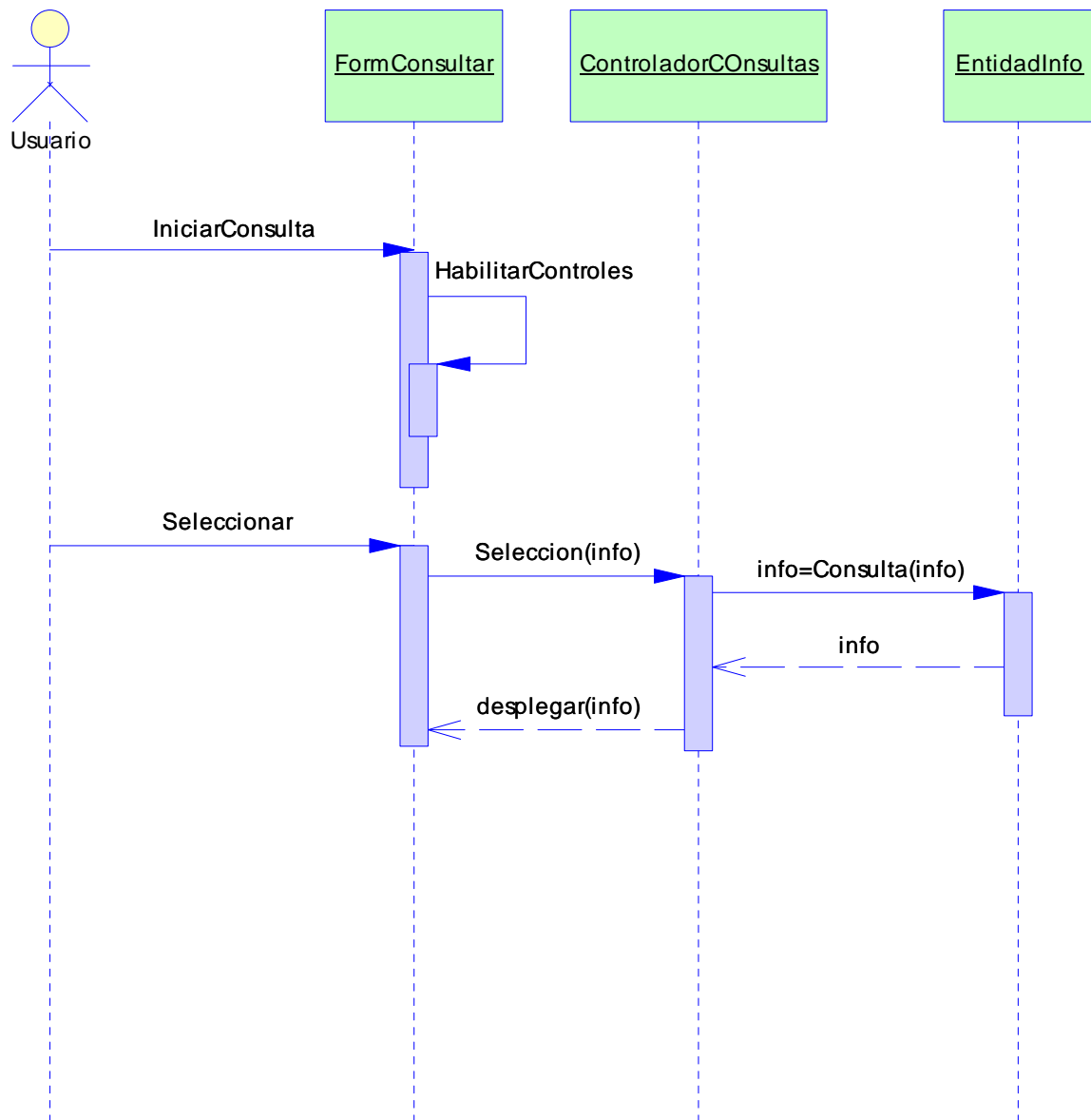


Ilustración 17: Consultar Información

Fuente: Los autores

3.3.5 Diagrama de clases

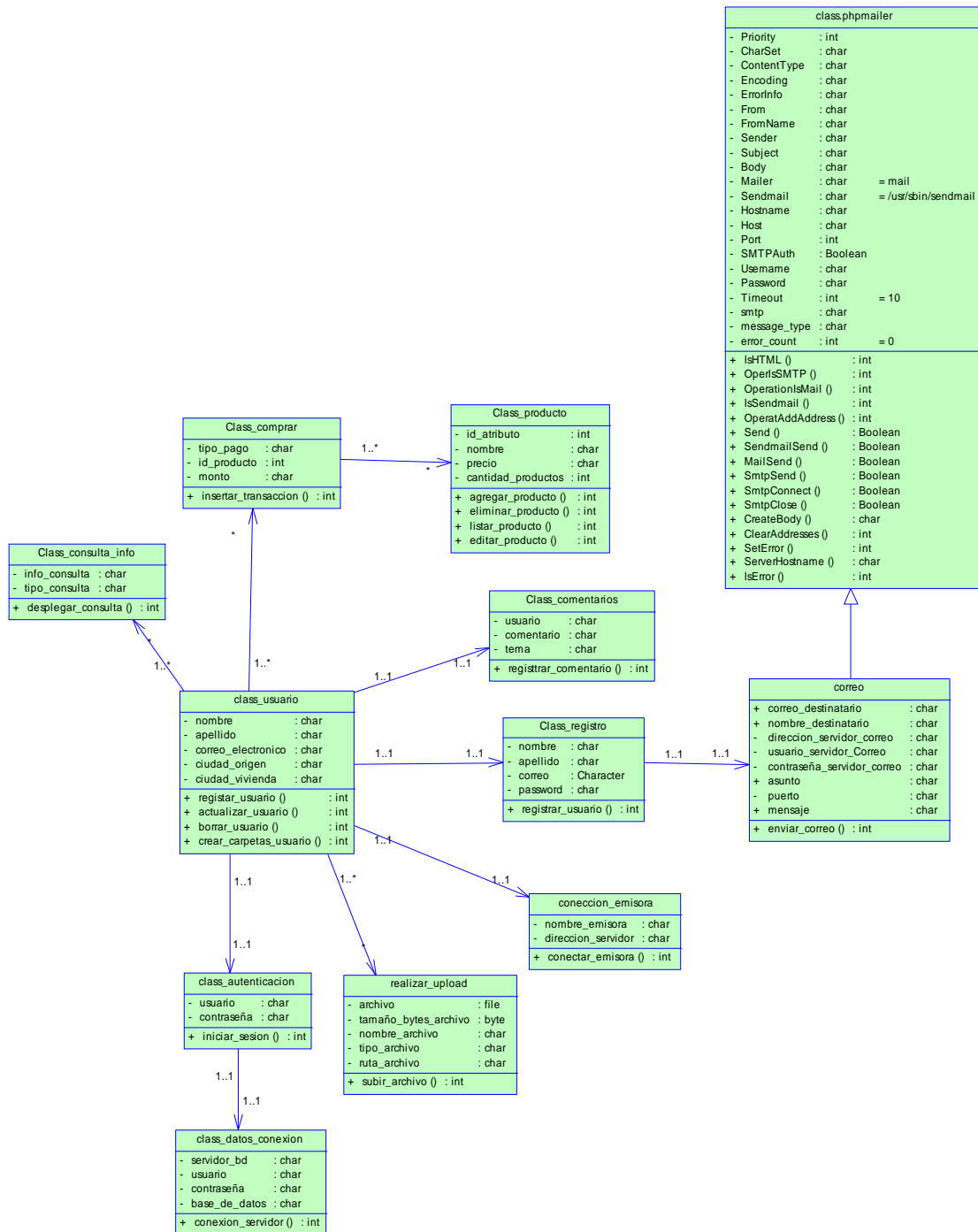


Ilustración 18: Diagrama de clases

Fuente: Los autores

3.3.6 Diseño

3.3.6.1 Arquitectura

De acuerdo a las características propias del sistema, se ha determinado que la opción más viable es usar la arquitectura WEB ENABLE; y de tal suerte, se hace necesario un servidor web y para este caso se usará el APACHE, y un motor de bases de datos MySql, con el fin de dar persistencia a los datos que sean introducidos por quienes interactúan con el sistema.

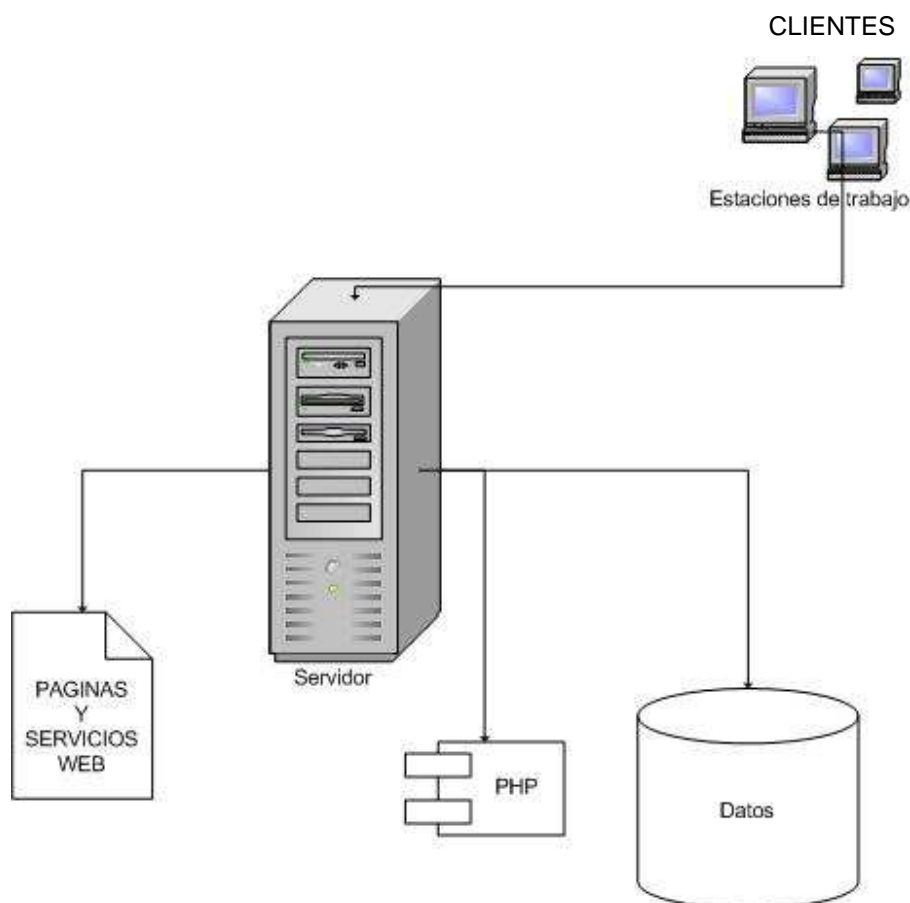


Ilustración 19: Arquitectura

Fuente: Los autores

Los clientes deben contar con un navegador web el cual es el encargado de tramitar las peticiones de los usuarios al servidor, este debe contar con una interfaz de programación capaz de comunicarse con el servidor, hacer la gestión y deben cumplir con el estándar llamado MODELO OBJETO DUCUMENTO (DOM), así cumpliendo estos requisitos, los usuarios podrán acceder a los servicios del portal web, independiente del sistema operativo que utilicen.

Dentro de la arquitectura y su diseño, se ha contemplado la opción que la conexión física de el servidor web y el servidor de bases de datos sea por medio de fibra óptica tipo multimodo con el fin de optimizar el procesos de transferencia de datos y agilizar de esta forma las peticiones de los usuarios y ser más ágiles a la hora de realizar procesos y transacciones.

SUBSISTEMAS: Estos se determinan de acuerdo a la arquitectura escogido, para nuestro caso en particular se ha escogido la arquitectura **WEB ENABLE**.

Subsistemas lado del cliente:

- ✓ DOM: Consiste en las clases que manipulan el navegador web.
- ✓ Navegador: Es el programa que posee interfaces con las que interactúa con el usuario.

Subsistemas lado del servidor:

- ✓ Servidor Web (APACHE): Es el encargado de tramitar todas las peticiones de un cliente representado por un navegador web e implementar el protocolo http.
- ✓ Pagina principal: Donde se dará la bienvenida a todos los usuarios y se mostrará todas las opciones para interactuar y acceder a todos los servicios que se ofrecerán.
- ✓ Modulo PHP: Tecnología habilitadora que entre alguna de sus características permita la creación de funcionalidades dinámicas del sitio

WEB, así como creación de interfaces que tramitan datos a la base de datos

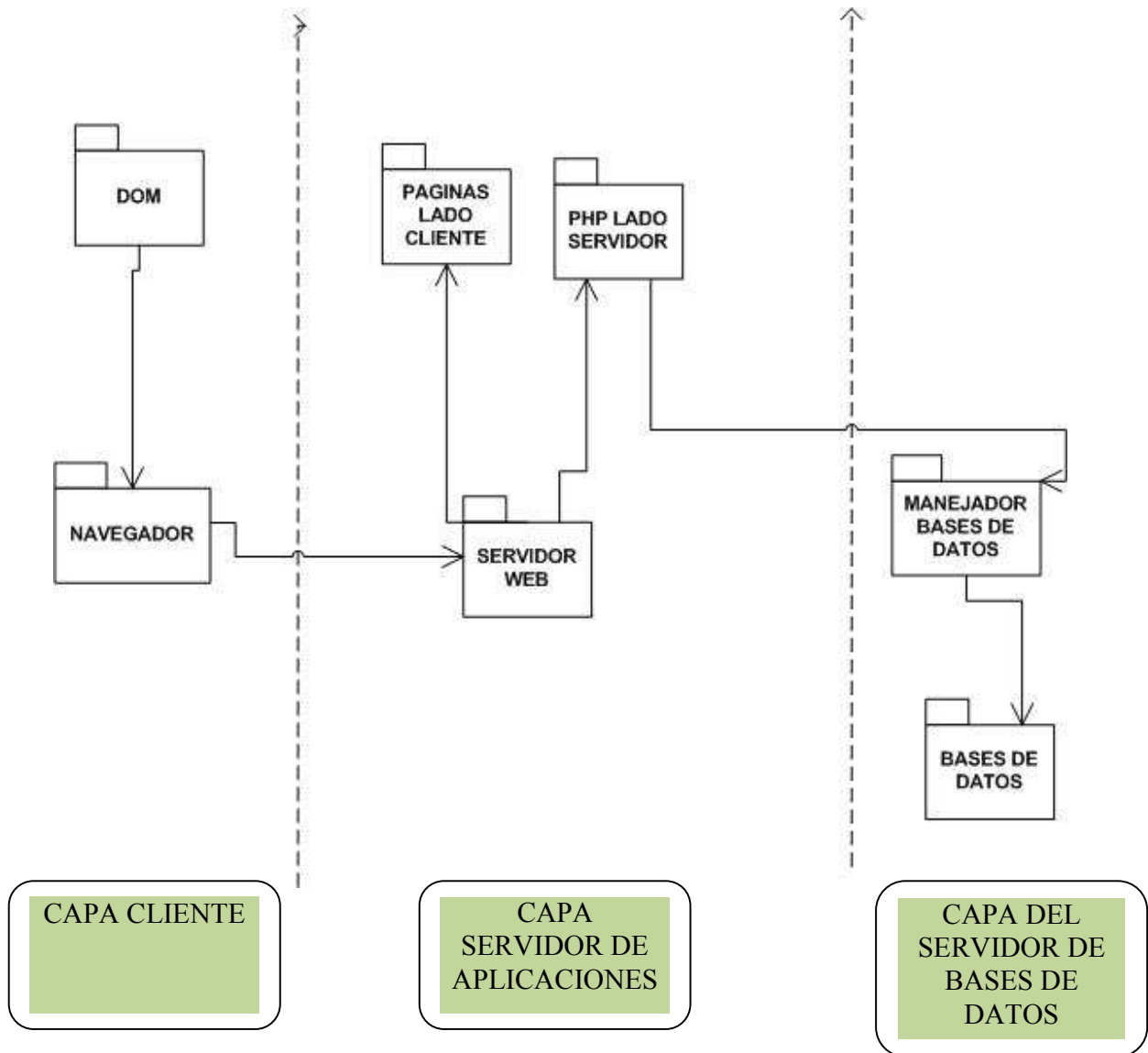


Ilustración 20: Diagrama de subsistemas

Fuente: los autores

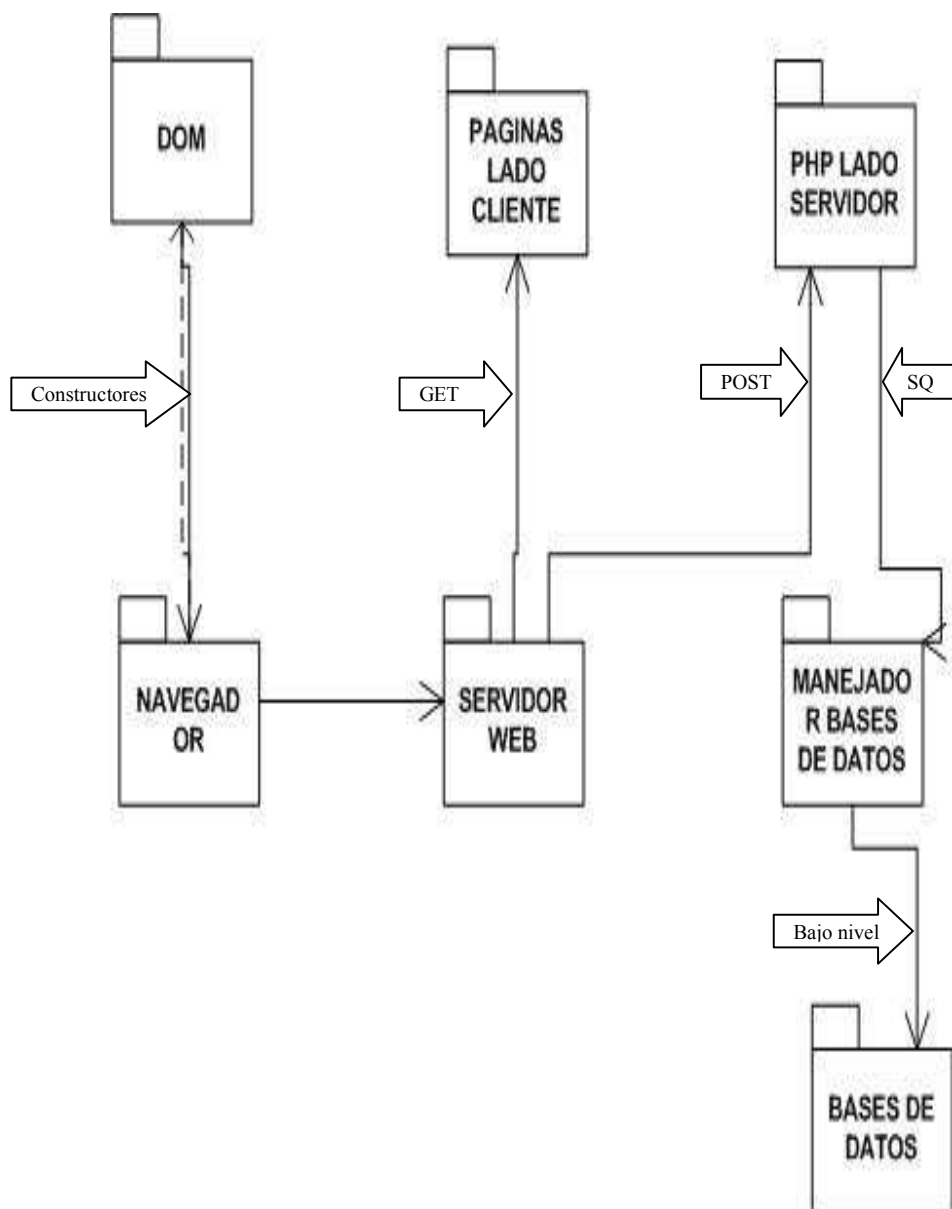


Ilustración 21: Diagrama de colaboración entre subsistemas

Fuente: los autores

3.3.6.2 Diagrama de secuencia de las ventanas

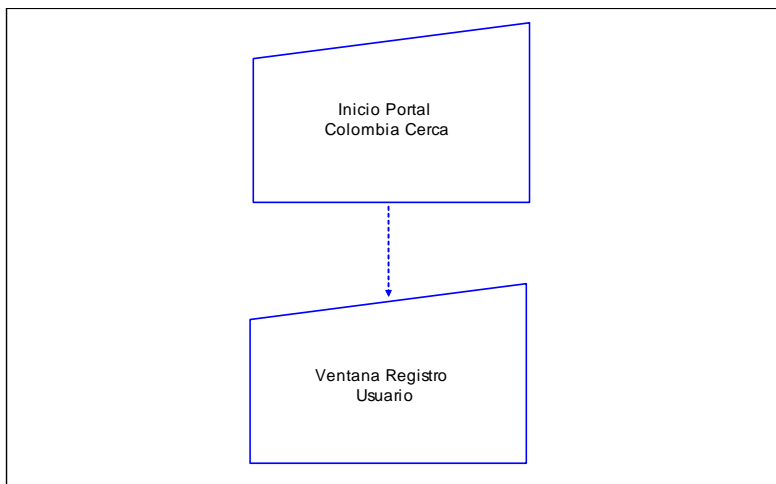


Ilustración 22: Diagrama de ventanas Registro Usuario

Fuente: Los autores

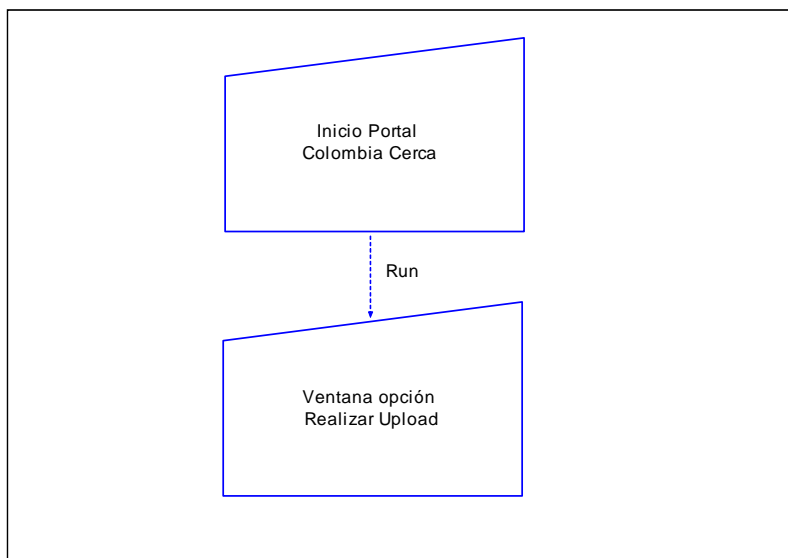


Ilustración 23: Diagrama de ventanas realizar opción realizar upload de un archivo

Fuente: Los autores

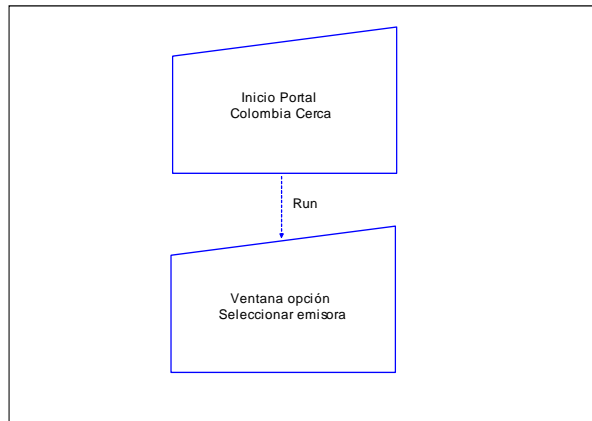


Ilustración 24: Diagrama de ventanas Seleccionar emisora

Fuente: Los autores

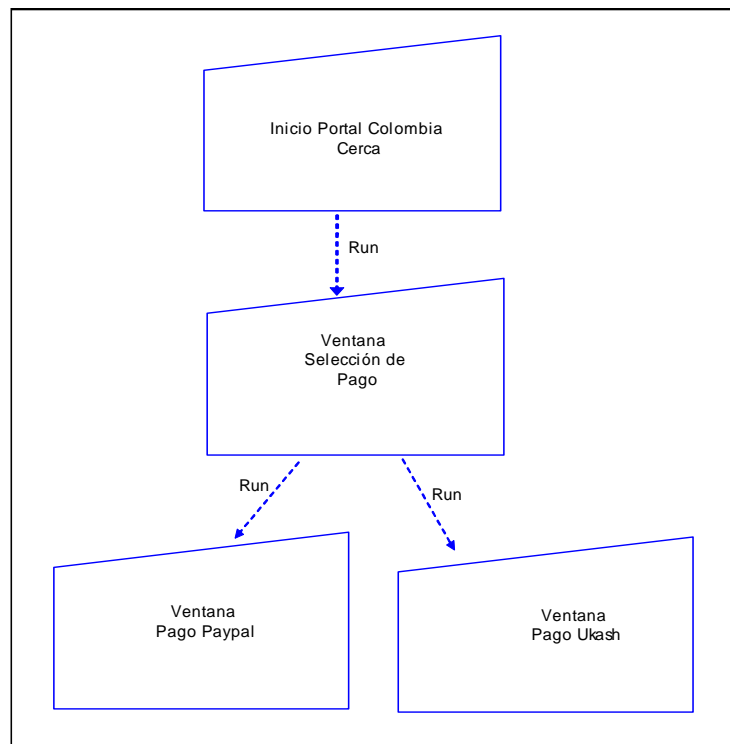


Ilustración 25: Diagrama de ventanas Realizar pago

Fuente: Los autores

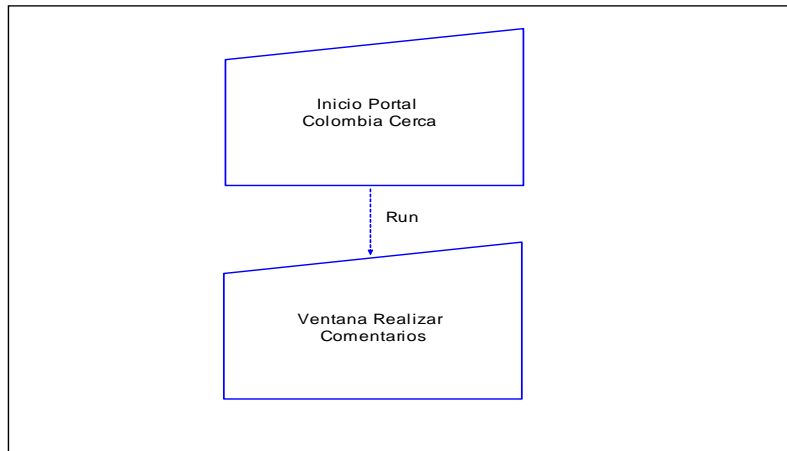


Ilustración 26: Ventana Realizar comentarios

Fuente: Los autores

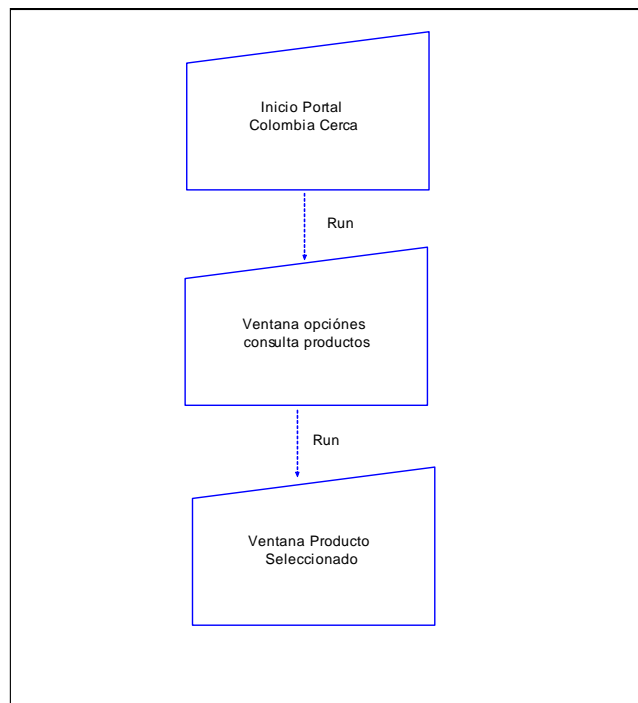


Ilustración 27: Ventana consultar productos

Fuente: Los autores

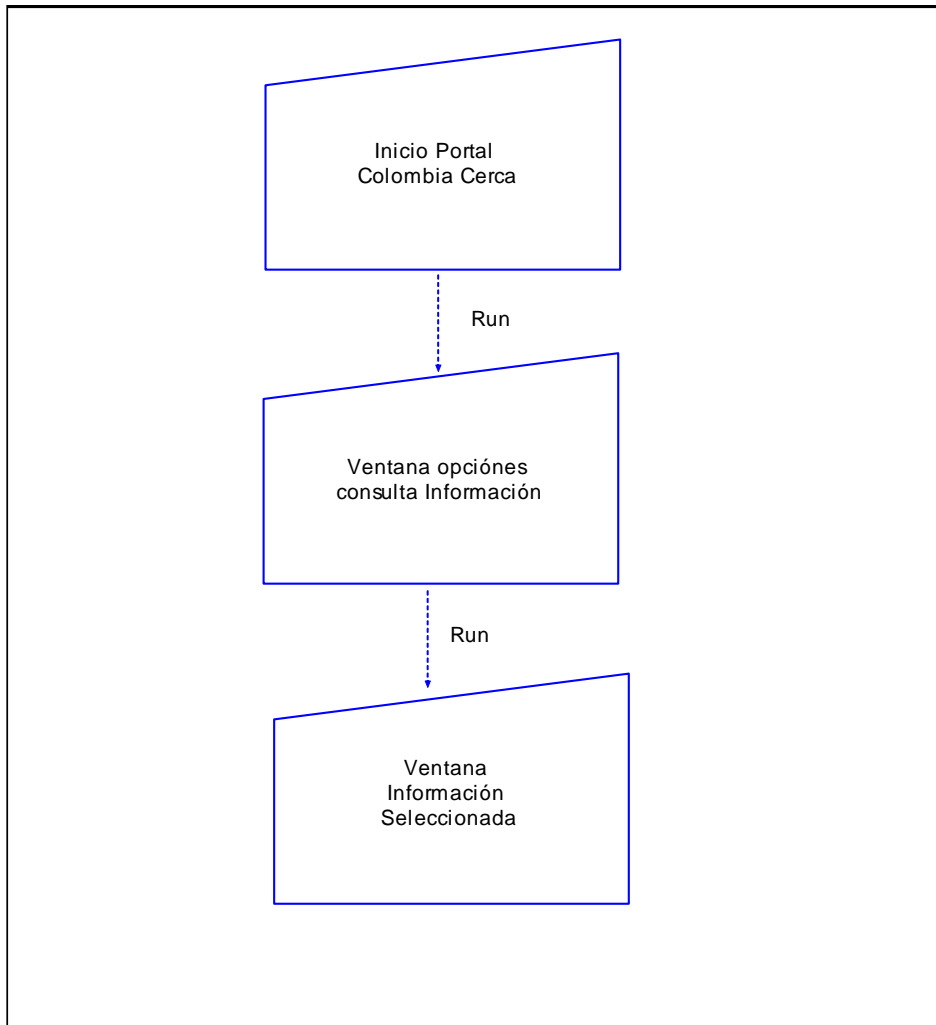


Ilustración 28: Ventana consultar información

Fuente: Los autores

3.3.6.3 Modelo de distribución

Con el presente modelo se pretende dar una idea de la conformación de la red de datos en su constitución física, en otras palabras, este modelo muestra un plano general del lugar donde se encuentra cada componente físico.

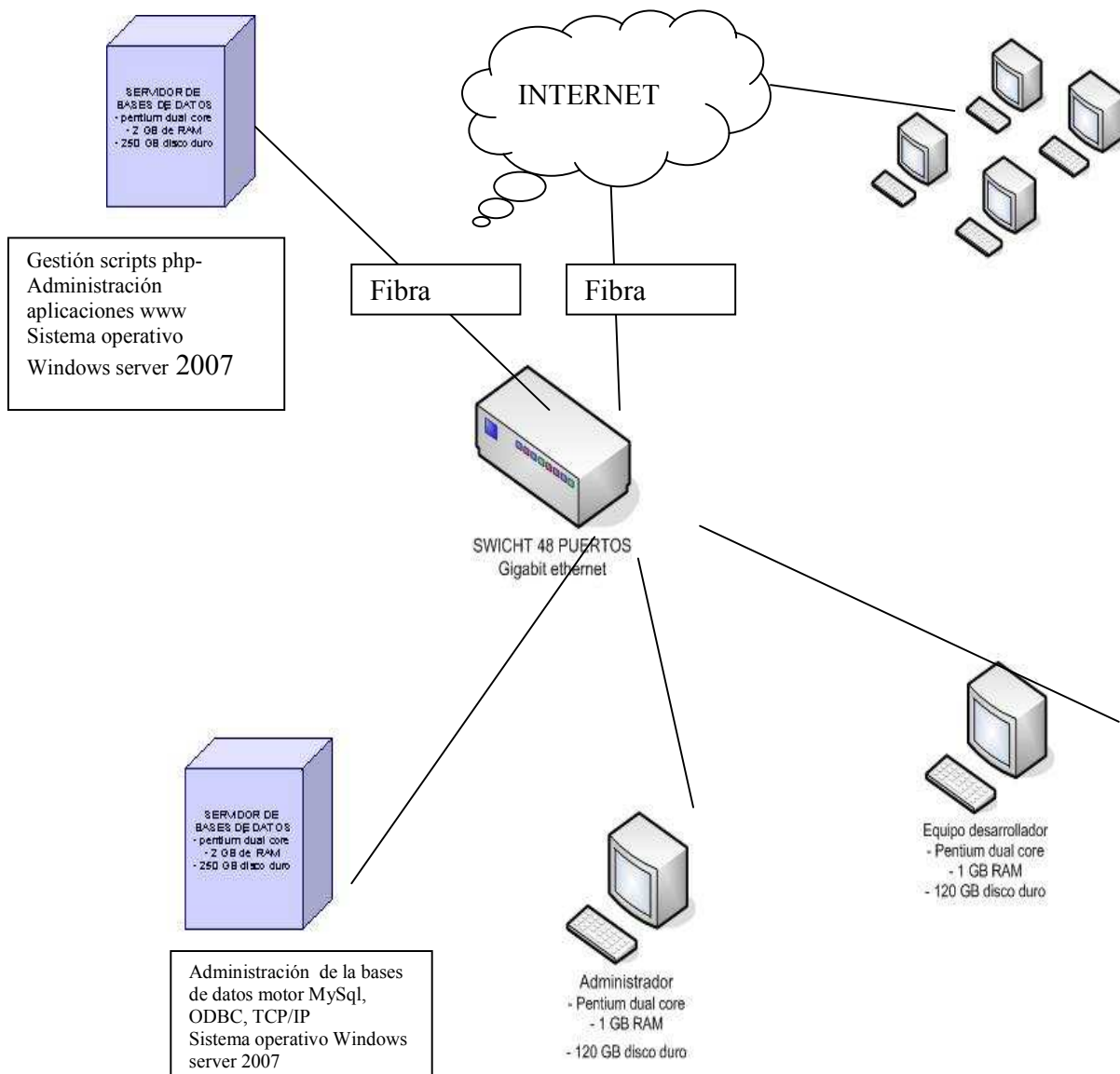


Ilustración 29: Modelo de distribución

Fuente: los autores

3.3.6.4 Diseño interfaz hombre-maquina

Por medio de la cual se crean una serie de parámetros que serán tenidos en cuenta para la creación de las ventanas que harán parte del sistema diseñado y se compone de:

- Diseño estético
- Colores: Hay que tener presente que la combinación de estos sea la adecuada con el fin que los usuarios se sientan a gusto observando el contenido y todo el material, todo lo anterior tenido en cuenta en el efecto estético del sistema; pero también se debe tener en cuenta la proporción de texto e imágenes, que sean las adecuadas sin caer en saturación y aprovechar al máximo al espacio y siempre tener en cuenta que la distribución de los elementos sea la mejor.
- Funcionalidad: Se busca tener un aspecto amigable, de fácil accesibilidad, que los usuarios se puedan desplazar por todo el sitio de una manera ágil y amena que les permitan aprovechar al máximo todas las funcionalidades ofrecidas.
- Complejidad: Unos de los principales objetivos es desarrollar un sistemas ágil, con altos contenidos multimedia, video, fotos etc., hablar usando imágenes y voz, donde las personas que accedan queden cautivas por la forma de presentar contenidos, teniendo en cuenta que altos contenidos de texto no son atractivos para quienes visitan un sitio web, por eso hacer énfasis especial en este importante y vital aspecto, la forma de presentación.
- Modelo de objetos

3.3.6.5 Diseño estético

Es importante tener en cuenta una serie de factores que son fundamentales para que los usuarios se sientan cómodos y encuentren agilidad con las ventanas con las que se van a encontrar

3.3.6.6 Diseño de la Base de Datos

Como se dijo anteriormente, se va a usar el DBMS de MySQL utilizando los conceptos del modelo entidad relación para su diseño conceptual, y el modelo relacional extendido para el modelo lógico, la primera parte donde entra a jugar la base de datos es cuando un usuario desea registrarse al sistema mediante el diligenciamiento de los campos necesarios con sus datos para que quede identificado.

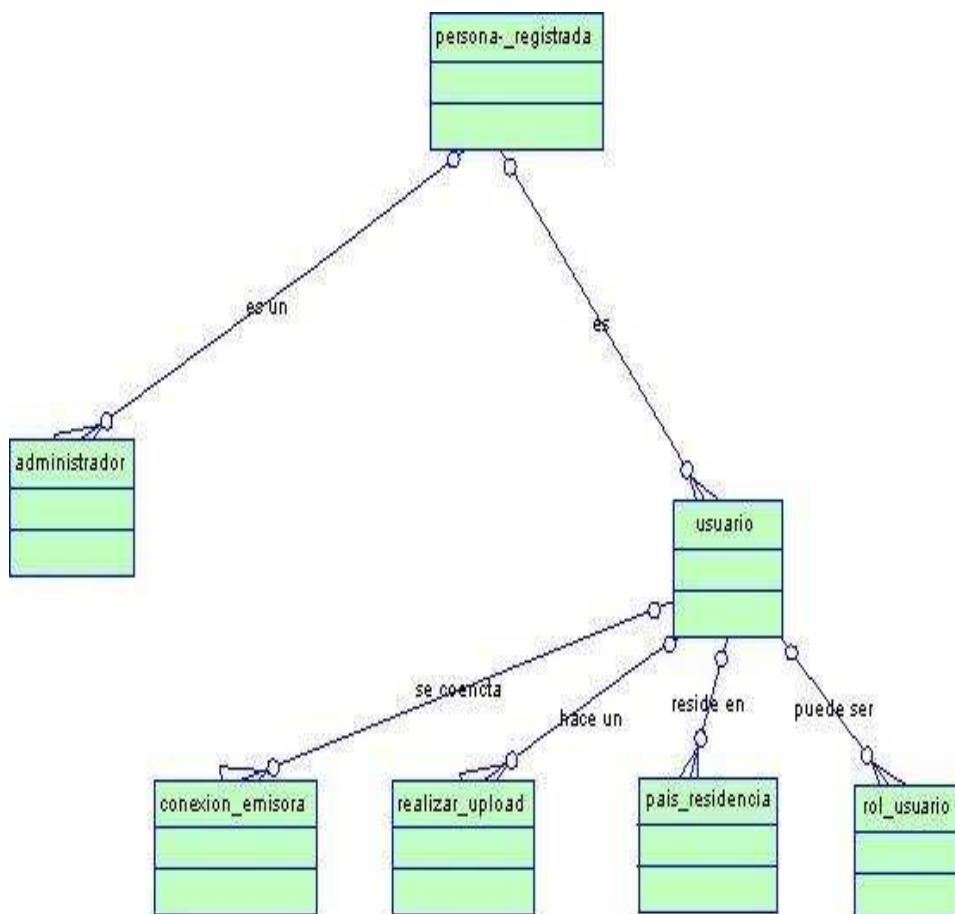


Ilustración 30: Modelo de componentes

Fuente los autores

3.3.7 Requerimiento de personal

El proyecto es emprendido por dos ingenieros de sistemas encargados del desarrollo y actualización del sitio Web, y en general de llevar a cabo todas las actividades vitales del negocio, por lo cual cada uno deberá desempeñar más de un cargo al iniciar operaciones, además se requiere un comunicador social encargado de la parte de noticias y fotografías y un auxiliar administrativo como apoyo.

3.4 PLAN DE PRODUCCIÓN

Por el carácter de la organización orientada a la prestación de servicios tecnológicos enfocados hacia la comunicación se dificulta un poco definir con exactitud un plan de producción en cuanto a número de unidades de servicios prestados en un determinado período de tiempo, sin embargo se hará una proyección teniendo en cuenta el mercado objetivo del proyecto y fijando un porcentaje para cada uno de los cinco primeros años de puesta en marcha de actividades y para cada uno de los servicios que se ofrece de la siguiente manera:

Para el año 1 se pretende llegar al 5 % del mercado objetivo con los servicios de venta paquete equipo computo, instalación y capacitación; igualmente 5% del mercado objetivo para el Servicio de instalación, capacitación sobre SOFTWARE (libre) necesarios para el uso de telefonía VoIP; en cuanto a los alojamientos publicitarios se pretende acceder a un mínimo de 120 paquetes para el primer año y 24 paquetes para la información de finca raíz en el mismo periodo.

Para el año 2 se proyecta penetrar el mercado en un 8% del mercado objetivo y e ir incrementando en un 10% para los siguientes 3 años.

Tabla 13: Estimativo de producción a 5 años

SERVICIOS	Base para Año 1	AÑO 1	Base para año 2	Año 2	Base para Años 3, 4 y 5	Año 3	Año 4	Año 5
Información y contactos	1 boletinxmes	12 Boletines	2 boletinxmes	24 boletines	Se mantiene	24 boletines	24 boletines	24 boletines
Venta paquete equipo computo, instalación y capacitación	5% mercado objetivo	84	8% mercado objetivo	134	Incremento del 10% del año anterior para cada uno de los años siguientes (año3, 4 y 5)	148	163	179
Servicio de instalación, capacitación sobre SOFTWARE (libre) necesarios para el uso de telefonía VoIP.	5% mercado objetivo	84	8% mercado objetivo	134		148	163	179
Alojamiento publicitario	10 x mes	120	incremento del 5% del año 1	132		145	160	176
Información finca raíz	2 x mes	24	incremento del 5% del año 1	26		29	32	35

Fuente: Los autores

3.5 Costo de producción

Colombia Cerca Ltda. ofrece servicios principalmente virtuales por lo tanto el costo de producción de tales servicios no se ve influido por la cantidad de

producción que se generan en un determinado periodo, así mismo los colaboradores de la organización no desempeñan funciones netamente administrativas, a excepción del auxiliar administrativo, pues los cargos están diseñados para que tengan un perfil que se involucren también en todo el proceso productivo del servicio.

Sin embargo para los productos que se ofrecen como la venta de equipo se requiere hacer una inversión la cual se tomara como el costo de producción, este producto es un paquete que ofrece a demás del equipo el servicio de instalación y capacitación, pero el costo de estos servicios adicionales se carga a los costos generales de funcionamiento de la organización, para facilitar el proceso de contabilidad, siempre y cuando no se sobrepase la capacidad de producción.

La capacidad de producción de este servicio esta proyectada para atender 4 instalaciones por semana como máximo, las capacitaciones se programarían en las instalaciones de la organización según la demanda mensual o quincenal de ser necesario.

Tabla 14: Costo de producción para la venta de equipos de cómputo

Descripción	Precio de venta	Costo de producción
Paquete equipo computo, instalación y capacitación	1.400.000	920.000

Fuente: Los autores

4 MODULO DE ORGANIZACIÓN

4.1 ANÁLISIS DOFA

4.1.1 Fortalezas

- Una gran fortaleza con la que contará el portal es la innovación, ya que en el momento los colombianos en el exterior no cuentan con un portal donde puedan ver las noticias y eventos enfocados de los sitios de su interés, es decir, un sitio especializado en informar a la comunidad colombiana que se encuentra fuera acerca de sitios específicos como sus barrios, para dar un ejemplo, en Pereira, Cuba y San Nicolás son los barrios que mas migración tiene de esta ciudad, y el portal pretende enlazar esta comunidad con los nacionales en el extranjero.
- El sentido personal que se le dará a la información y la orientación hacia el colombiano promedio que viaja a fuera, que es el que viaja a trabajar en busca de un mejor futuro generalmente perteneciente al estrato 1, 2 y 3.
- La información será presentada de la forma más amena y visual posible.
- Los bajos precios con los que se pueden beneficiar los usuarios de VOIP
- La posibilidad que brinda el portal a los usuarios que están fuera de Colombia de tener una interacción activa con sus familiares y amigos en el país, por medio de la adquisición de productos y servicios para estos últimos, como lo

son los paquetes de capacitación e instalación en equipo de computo para ser un efectivo uso de estas herramientas en el proceso de comunicación entre Colombia y el extranjero.

- La posibilidad que se le brinda al inmigrante de adquirir vivienda a través del portal sin tener que estar en el país, apersonándose de mucha parte del negocio.

4.1.2 Oportunidades

- La creciente adopción del Internet como medio principal de comunicación para las personas que emigran con sus familiares y amigos que se quedan en el país, brinda una oportunidad de explotar este medio orientado a servicio hacia este tipo de comunicación.
- La gran cantidad de dinero que entra al país por motivo de remesas, lo cual indica que el público al que está orientado los servicios de portal es un público con poder de adquisición, y con motivaciones de gastar el dinero en su país.
- El auge del comercio electrónico y la creciente confianza de las personas en éste, es otra gran oportunidad que vislumbramos para ser explotada.
- La cantidad de empresas, que están enfocando productos y servicios al mercado de los colombianos en el extranjero, los cuales se vuelven, a su vez, un atractivo mercado para el que pauten publicidad en el portal Colombia Cerca Ltda.
- La cantidad de instituciones que tienen su mirada puesta en estos colombianos que residen en el exterior, por ejemplo, las cajas de

compensación familiar, están otorgando créditos de viviendas respaldados con las remesas, y existen otros proyectos para educación, lo cual, también puede ampliar las pautas publicitarias del portal.

4.1.3 Debilidades

- Si bien la cobertura de internet se ha incrementado a niveles aceptables en Colombia, es claro, que todavía falta camino que recorrer en este sentido.
- Como se explico en el capitulo de mercado, el inmigrante incrementa el uso de internet para comunicarse con sus familiares y amigos en un 33% con respecto al uso que le daba en su país de origen, este es un porcentaje que se debe incrementar.
- El nivel de escolaridad de los inmigrantes y sus familiares y amigos, no siempre, permite optimizar el internet como medio de comunicación.

4.1.4 Amenazas

- El mercado que conforman los colombianos en el extranjero, se está convirtiendo rápidamente en un mercado de mucha importancia y son muchos los negocios que están enfilando esfuerzos para ganar una porción de éste, lo que conlleva, a que se deben definir estrategias que permitan posicionarse con éxito dentro de este mercado en poco tiempo.

4.1.5 Estrategias

- El portal buscará realizar alianzas estratégicas con medios de comunicación de mayor interés del colombiano común enfocándose inicialmente en la región de Risaralda, al igual con los establecimientos que son de frecuente visita por los colombianos en el exterior cuando están de visita en el país, dentro de estos lugares están: Emisoras populares, centros comerciales, casas de cambio.
- Otra estrategia que usara el portal será la captación de atención de los familiares de los inmigrantes por medio de la posibilidad que les dará el portal de subir sus imágenes y videos de forma sencilla al portal para crear un espacio de encuentro entre los de acá y los de allá.
- Los paquetes que el portal ofrece, incluye capacitación para usar todas las herramientas de la internet como medio de comunicación, están orientadas para que cualquier persona, con un mínimo de escolaridad y de conocimiento de esta tecnología lo pueda usar.
- El portal se promueve así mismo como un medio de comunicación ameno, divertido y fácil entre los colombianos que se encuentran fuera y los que están aquí, con el objetivo de incrementar la comunicación a través de internet.
- El portal promueve el uso de la tecnología de VoIP como una herramienta de muy bajo costo y fácil uso.
- Se buscará realizar alianzas estratégicas con todas las organizaciones privadas y publicas que ofrezcan productos y servicios a los colombianos residentes en el extranjero.

4.2 MISIÓN

Colombia Cerca Ltda. busca ser un canal de comunicación y de acercamiento de los nacionales que residen en el exterior con sus lugares de origen, ofreciendo un servicio de calidad, ameno e interesante, integrando diferentes alternativas que permitan una interacción activa entre nuestros clientes, apoyados siempre por la tecnología y un equipo humano capacitado e idóneo .

4.3 VISIÓN

Al año 2010, tener una ampliación en la cobertura de las localidades o regiones que aparecen en el portal Web, ofreciendo de esta forma una amplia gama de opciones en cuanto a requerimientos de los usuarios.

4.4 VALORES

4.4.1 Trabajo en equipo

Filosofía potencializadora de la capacidad de trabajo enfocada al cumplimiento de los objetivos con calidad y oportunidad

4.4.2 Rentabilidad

Generando una retribución justa para los colaboradores y socios de la empresa.

4.4.3 Calidad

Factor vital para que los productos y servicios atiendan las necesidades de los clientes, con precios justo, oportunidad y cumplimiento en la entrega

4.4.4 Cambio

Enfocándolo como oportunidad del entorno, siendo proactivos, y abiertos para aprovecharlos e incorporarlos en la cotidianidad de la empresa

4.4.5 Alianzas estratégicas

Alianzas que permitan crear sinergias al interior y exterior de la empresa.

4.4.6 Compromiso con el cliente

La satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes son la razón de ser de Colombia Cerca Ltda., por lo que se ofrecen productos y servicios óptimos, oportunos y a precios justos, realizando una búsqueda continua de nuevos servicios que satisfagan las necesidades del público objetivo de mercado de Colombia Cerca Ltda.

4.4.7 Responsabilidad social

Respetar y asumir los compromisos con el pago de impuestos de ley y el respeto por el medio ambiente con procesos sostenibles.

4.4.8 Grupo de emprendedores

Está conformado por Alex Jeison Rengifo M. y Alejandro Parra Castaño estudiantes de Ingeniería de Sistemas y Computación en proceso de graduación, quienes con este proyecto, aplicando sus conocimientos y habilidades pretenden generar empresa.

4.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

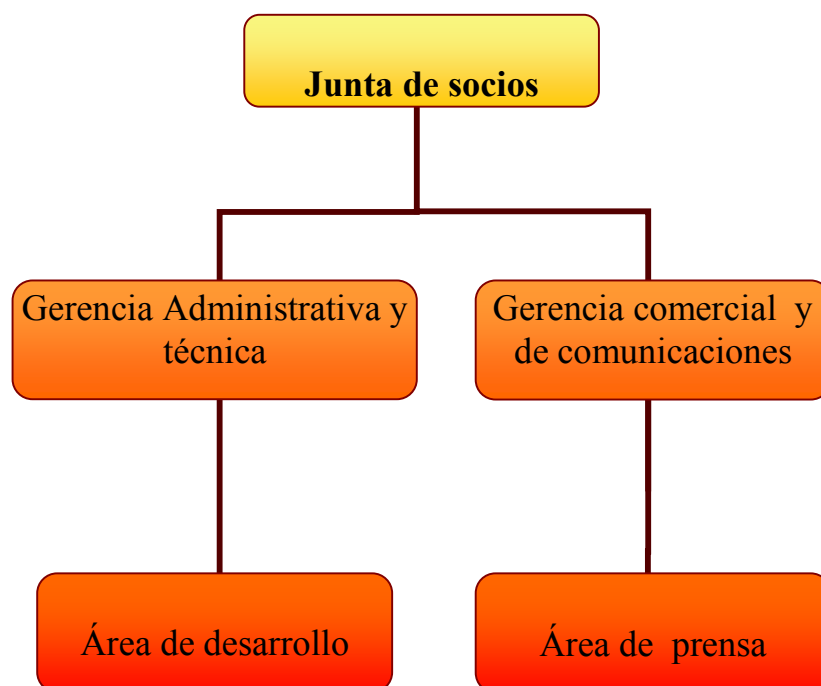


Ilustración 31: ORGANIGRAMA

Fuente: Los autores

Este es un organigrama simple, el cual refleja lo que tentativamente sería la estructura orgánica de la empresa durante sus primeros años de funcionamiento, en el cual se ve reflejado cada una de las áreas básicas con las que contará la empresa en sus inicios.

4.6 DESCRIPCION DE CARGOS

4.6.1 Junta de socios

Esta conformada por dos socios, quienes comparten toda la responsabilidad del negocio, tanto en capital, como en trabajo y dividendos

Funciones

- Dirigir y orientar todas las actividades generales del negocio.
- Diseñar el plan estratégico de la organización
- Análisis y diseño de todos los productos y servicios que se ofrecen
- Decidir sobre cualquier cambio estructural de la organización
- Crear, adaptar o modificar el reglamentos, las políticas y valores de la organización
- Distribuir los dividendos de la empresa
- Reinvertir y capitalizar la empresa

4.4.1 Gerencia Administrativa y técnica

Cargo: Gerente administrativo y técnico

Título: Ingeniero de Sistemas

Jefe inmediato: Junta de socios

Perfil

El gerente debe ser una persona con gran capacidad de liderazgo y de gestión con los recursos disponibles para alcanzar los objetivos de la organización, tener grandes habilidades comunicativas para llegar a los demás y una excelente capacidad de análisis y síntesis para la toma de dediciones.

Funciones

- Representación legal de la empresa en todo momento.
- Realizar todas las funciones financieras de la organización
- Aplicar el plan estratégico de la organización
- Estar a la vanguardia con todas las tecnologías que se involucran en el negocio
- Dirigir y orientar el área de desarrollo de la organización
- Prestar asesoría a los clientes
- Recomendar y asistir al cliente en las variables y opciones que permitan una mejor decisión.
- Brindar capacitación e instalación en productos y servicios que sean adquiridos por los clientes

4.4.2 Área de Desarrollo

Estará conformada por dos subáreas: análisis y diseño; y programación.

4.4.2.1 Subárea análisis y diseño

Cargo: Analista y diseñador

Título: Ingeniero de Sistemas

Jefe inmediato: El gerente administrativo

Perfil

Conocimiento y habilidades en análisis, diseño e implementación de sistemas de información, modelado UML, Documentación de procesos y aplicaciones. testing y documentación funcional, programación de componentes de negocio,

Conocimientos en modelo de base de datos estructurales mediante el uso de modelo entidad relación. Diseñador de pruebas para el sistema Capacidad de trabajo en equipo, análisis y síntesis aplicados en el alcance de los objetivos trazados por el área.

Funciones:

Modelar el negocio mediante el uso del lenguaje unificado de modelado (UML), realizando mediante este, el diseño de los diferentes módulos del sistema, la interacción de los usuarios con estos módulos y la interacción entre ellos, de igual manera los diferentes roles del sistema sus permisos y restricciones, diseño de interfaces de usuario, diseño de pruebas.

Realizar el modelado de la base de datos que dará persistencia a la información que se registrará en Colombia Cerca Ltda. mediante la realización del modelo Entidad relación

4.4.2.2 Subárea programación

Cargo: Programador

Título: Ingeniero de Sistemas

Jefe inmediato El gerente administrativo.

Perfil

Conocimientos en desarrollo de aplicaciones Web utilizando lenguajes html, php, javascript, tecnología ajax y hojas de estilo CSS, manejo de SQL, conocimientos

en programación orientada a objetos. Capacidad de trabajo en equipo, análisis y síntesis aplicados en el alcance de los objetivos trazados por el área.

Funciones:

Programación de los diferentes módulos que componen el sistema Colombia Cerca Ltda., realización de pruebas, corrección de fallos, montaje de la base de datos, administrar el portal Web.

4.4.3 Gerencia comercial y de comunicaciones

El gerente comercial requiere un auxiliar administrativo para llevar a cabo las funciones, así esta área debe contar con dos cargos: gerente comercial y auxiliar administrativo.

Cargo: Gerente comercial y de comunicaciones

Título: Ingeniero de Sistemas, Ingeniero o Administrador Industrial

Jefe inmediato: Junta de socios

Perfil

Debe ser una persona con gran capacidad de gestión, análisis y síntesis, con conocimiento de las tecnologías de la comunicación y conocimientos generales de los principios y métodos involucrados en mostrar, promover y vender servicios tecnológicos, incluyendo evaluación de necesidades, estándares de calidad de servicio y técnicas de evaluación de satisfacción, conocimientos de la tecnología, productos y servicios que se ofrecen. Con habilidades para entablar comunicación efectiva con las personas y poder de persuasión.

Funciones:

- Evaluación del mercado objetivo y potencial
- Diseño de estrategias de mercadeo y ventas

- Dirigir y orientar el área de comunicaciones de la organización
- Realizar el plan de ventas periódico
- Estrategias para acercar y mantener clientes que tengan pautas publicitarias en el portal
- Contactar a clientes prospectos
- Visitar a clientes prospectos para evaluar necesidades y promover productos, servicios o soluciones tecnológicas.
- Explicar las características de cada producto, servicio y/o solución, enfatizando los beneficios, costos y requerimientos de cada uno de ellos.
- Recomendar y asistir al cliente en las variables y opciones que permitan una mejor decisión.
- Brindar capacitación e instalación en productos y servicios que sean adquiridos por los clientes

Cargo: Auxiliar administrativo

Título: secretaria, auxiliar administrativo.

Jefe inmediato: Gerente comercial y de comunicaciones

Funciones

- Realizar todas las funciones de secretaria como contestar el teléfono, contacto con los clientes y proveedores, etc.
- Servir de apoyo para el alcance de los objetivos del área.
- Compilar listas de clientes prospecto usando conocimientos del negocio, información de periódicos, páginas web, base de datos, guías u otras fuentes.
- Explicar las características de cada producto, servicio y/o solución, enfatizando los beneficios, costos y requerimientos de cada uno de ellos.
- Recomendar y asistir al cliente en las variables y opciones que permitan una mejor decisión.
- Presta apoyo a las demás áreas de la organización
- Canalizar problemas de los clientes.

4.4.4 Área Prensa

Cargo: comunicador

Título: Comunicador social

Jefe inmediato: El gerente comercial y de comunicaciones

Perfil

Poseer competencias investigativas básicas para interrogar, organizar, observar, analizar, interpretar, comprender y construir diferentes tipos de textos y propuestas alternativas sobre la sociedad y cultura que observa, con capacidad de construir historias amenas a partir de sucesos cotidianos, utilizando el reporte gráfico como herramienta fundamental. Poseer conocimientos y habilidades relacionadas con la edición, la dirección, la gestión y el control de medios masivos y alternativos de comunicación social.

Funciones:

- Interactuar con los sitios y personas que generen noticia para el portal.
- Contar las noticias, historias de manera amena y visual
- Realizar el reportaje gráfico para el portal
- Asesorar las pautas publicitarias presentes en el sitio web

4.4.5 DISTRIBUCIÓN DE CARGOS

Con el objeto de que el proyecto sea viable el equipo de emprendedores desempeñara a la vez más de un cargo dependiendo del nivel de sus conocimientos, sus habilidades y capacidades; formando así un equipo de trabajando muy coordinado para alcanzar los objetivos propuestos.

El cargo de gerente administrativo y técnico y el cargo de analista y diseñador serán desempeñados por Alex Jeison Rengifo Montoya.

Los cargos de gerente comercial y de comunicaciones y el cargo de programador serán desempeñados por Alejandro Parra Castaño.

Para el cargo de comunicador se contratará a un comunicador social mediante un contrato de prestación de servicios.

Para el cargo de auxiliar administrativo se contratará una secretaria o auxiliar mediante contrato a término definido.

4.4.6 Políticas de administración de personal

- **TIPOS DE CONTRATO:** Todos los colaboradores profesionales serán vinculados en la modalidad de contrato por prestación de servicios.
- **POLITICA SALARIAL:** Será de acuerdo al nivel de conocimiento y experiencia.
- **PRESTACIONES:** Todas las estipuladas y contempladas por las leyes nacionales.
- **BONIFICACIONES:** En la medida que sea posible se pretende reconocer todo el esfuerzo y dedicación de los colaboradores en todas las áreas de la empresa.
- **INCENTIVOS:** Para aquellas personas que demuestren alto grado de compromiso e iniciativa, le será reconocida económicamente.

- **APORTES PARAFISCALES:** Dentro del plan salarial esta contemplado también hacer los respectivos aportes parafiscales como lo son I.C.B.F, SENA, Comfamiliar.

4.4.7 PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN

Se tiene contemplado un plan permanente de actualización en cuanto a la aparición de nuevas tecnologías, nuevos paradigmas de desarrollo, nuevas herramientas y todo aquello que sea relacionado con las actividades de la empresa, con el propósito de estar al día y a la vanguardia en cuanto a tecnologías de punta que nos permitan una mayor competitividad y a la vez ofrecer un servicio de calidad.

4.5 NÓMINA

Tabla 15: Salarios

Nombre del cargo	Colaborador	Salario
Gerente Administrativo/ Analista y diseñador	Alex Jeison Rengifo M.	1.000.000
Gerente comercial/ Programador	Alejandro Parra Castaño	1.000.000
Auxiliar administrativo	Secretaria o Aux.	466.500
Comunicador	Comunicador Social	800.000

Fuente: Los autores

Tabla 16: Costo nomina mes

	Porcentaje	Gerente Administrativo / analista y diseñador	Gerente comercial/ programador	Auxiliar administrativo	Comunicador
Salario		1.000.000	1.000.000	466.500	800.000
PARAFISCALES		90.000	90.000	41.985	
SENA	2%	20.000	20.000	9.330	
ICBF	3%	30.000	30.000	13.995	
Caja de compensación	4%	40.000	40.000	18.660	
PRESTACIONES		218.300	218.300	101.837	
Vacaciones	4,17%	41.700	41.700	19.453	
cesantías	8,33%	83.300	83.300	38.859	
interés de cesantías	1%	10.000	10.000	4.665	
primas	8,33%	83.300	83.300	38.859	
SEGURIDAD SOCIAL		208.520	208.520	97.275	
Salud	8,33%	83.300	83.300	38.859	
Pensión	12%	120.000	20.000	55.980	
ARP	0,52%	5.220	5.220	2.435	
Auxilio transportes	salario < 2smmlv			55.000	
Total		1.516.820	1.516.820	707.597	800.000
Total mes					4.541.237

Fuente: Los autores

Esta tabla muestra el costo de la nómina mensual discriminada por cargos y de acuerdo al organigrama con el cual se van a iniciar operaciones, estos valores incluyen el pago de todos los aportes que demanda la ley colombiana, exceptuando el cargo de comunicador que no genera carga prestacional, puesto que, se vinculará bajo contrato de prestación de servicios, lo cual es permitido por la flexibilización laboral del país.

Tabla 17: salario neto percibido por los colaboradores

	Porcentaje	Gerente Administrativo/ analista y diseñador	Gerente comercial/ programador	Auxiliar administrativo	Comunicador
Salario		1.000.000	1.000.000	466.500	800.000
Salud	4,17%	41.700	41.700	19.453	
Pensión	4%	40.000	40.000	18.660	
Auxilio transportes	salario < 2smmlv			55.000	
Total salario/mes		918.300	918.300	483.387	800.000

Fuente: Los autores

En esta tabla se discrimina el salario mensual neto de cada uno de los colaboradores con que inicia la organización; es decir, el salario menos los descuentos por conceptos de salud y pensión, excluyendo el comunicador, por estar vinculado bajo contrato de prestación de servicios.

Tabla 18: Resumen costo prestaciones mensuales

	Gerente Administrativo / analista y diseñador	Gerente comercial/ programador	Auxiliar administrativo	Total
Parafiscales	90.000	90.000	41.985	221.985
Prestaciones	218.300	218.300	101.837	538.437
Seguridad social	208.520	208.520	97.275	514.315
Auxilio transportes			55.000	55.000
Total/cargo	516.820	516.820	296.097	1.329.737

Fuente: los autores

Esta tabla muestra un resumen del costo de las prestaciones pagadas el primer año de la actividad de la empresa, discriminada por categoría de prestación y por cargos, arrojando un total de \$ 1.329.737/año.

Tabla 19: costo nomina anual

	Gerente analista y diseñador	Ejecutivo de ventas programador	Aux. administrativo	Comunicador
Nomina anual	18.201.840	18.201.840	8.491.158	9.600.000

Total año	54.494.838
------------------	-------------------

Fuente: Los autores

Esta tabla muestra el costo anual de la nomina de todos los colaboradores, incluyendo todos los cargos y a su vez todo la carga prestacional, parafiscal y de seguridad social.

Tabla 20: costo nomina proyectada a 5 años

AÑOS	NOMINA
1	54.494.838
2	57.492.054
3	60.654.117
4	63.990.094
5	67.509.549

Fuente: los autores

Para realizar estas proyecciones se toma como referencia un aumento para los salarios del 5.5% anual, de acuerdo con las proyecciones económicas del país.

4.6 ASPECTOS LEGALES

4.6.1 Constitución de la sociedad Colombia Cerca Ltda.

Para empezar a desarrollar el marco legal y conociendo cual es la finalidad de la empresa, lo primero que se debe establecer es que tipo de sociedad se debe constituir. Revisando las características de las diferentes sociedades comerciales como, número de socios, responsabilidad, como se constituye, como se disuelve,

se encuentra que el tipo de sociedad que más se acomoda a esta empresa es la sociedad de responsabilidad limitada.

Inicialmente se debe verificar que se cumplan con los requerimientos mencionados en el párrafo anterior que deben tener las sociedades limitadas. Una vez identificados los requisitos se procede a atender las obligaciones de carácter legal para dar nacimiento a la sociedad. Estas obligaciones son el otorgamiento de la escritura pública la cual debe ser registrada en la Cámara de Comercio correspondiente al domicilio de la sociedad, que en este caso, la ciudad de Pereira.

Para el nombre de la sociedad, la cual se constituirá bajo la forma de sociedad limitada se establece que el nombre de la sociedad debe seguir la palabra *limitada* o su abreviatura *Ltda*. En caso de no cumplir con la regla antes descrita los socios son responsables solidaria e ilimitadamente frente a terceros. Por lo anterior el nombre de la sociedad será COLOMBIA CERCA LTDA. Respecto de los socios, este tipo de sociedad admite mínimo dos y máximo veinticinco socios, requisito el cual se cumple porque se tiene pluralidad de socios los cuales son Alex Jeison Rengifo Montoya y Alejandro Parra Castaño.

El capital para este proyecto lo conformarán los aportes que serán buscados por los socios a través de entidades como el fondo emprender del SENA.

La responsabilidad de los socios se rige por lo establecido en el Código del Comercio para las sociedades limitadas, es decir, cada socio responde hasta por el valor de su aporte, pero es posible pactar para todos o algunos de los socios una responsabilidad mayor, sin embargo la norma antes mencionada cede ante situaciones como el incumplimiento del pago del aporte por uno de los socios, entre otros sucesos.

El órgano de dirección social será la Junta de Socios, es decir la reunión de todos los asociados, reuniones que para que procedan deberán contar con el quórum y

las condiciones plasmadas en los estatutos. Entre otras funciones, tendrá las siguientes: estudiar y aprobar las reformas estatutarias, disponer de las utilidades sociales conforme al contrato y las leyes, nombrar al gerente y a su suplente, etc.

La administración y representación legal será delegada en un gerente, el cual será uno de los socios. Sus facultades son las establecidas en el contrato social y, en su defecto, se entiende que podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos dentro del objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

La disolución de esta sociedad prevé dos tipos especiales, consistentes en pérdidas que reduzcan el capital por debajo del cincuenta por ciento y el incremento del número de socios a más de veinticinco, además de los determinados en los estatutos con sus respectivos procedimientos.

Es preciso señalar que para desarrollar el objeto social, se requiere de un establecimiento comercial, que estará compuesto por una serie de elementos o bienes de distinta clase, pero con una destinación común, el cual permitirá mostrarse al público. La apertura del establecimiento de comercio será decidida por la Junta de Socios mediante un acta.

4.6.2 Pasos para la constitución de Colombia Cerca Ltda.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto y con base en la Ley 232 de 1995 y demás normas concordantes, es obligatorio para el ejercicio del comercio que todos los establecimientos abiertos al público reúnan los siguientes requisitos⁷:

- Verificar la disponibilidad del nombre en la cámara de comercio.
- Presentar el acta de constitución y estatutos de la sociedad en una notaria.

⁷ www.camarapereira.org.com

- Diligenciar el formulario único en su totalidad, suministrando en forma exacta los datos solicitados, sin tachones y enmendaduras.
- Inscribir la Matrícula Mercantil en la Cámara de Comercio de Pereira.
- Obtener número de identificación tributaria NIT para impuestos del orden nacional.
- Inscribir la Matrícula en la Secretaría de Hacienda Municipal, para efectos del impuesto de Industria y Comercio.
- Cancelar el pago por derechos de autor, (para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales), Sayco – Acinpro.
- Inscribir los libros de comercio ante la cámara de comercio.

5 FINANZAS

5.1 EGRESOS

5.1.1 Inversiones

Tabla 21: Inversión inicial

HARDWARE Y SOFTWARE			
ELEMENTO	CANTIDAD	PRECIO/ UNIDAD	INVERSION
Computadores de escritorio	2	1.900.000	3.800.000
Portátil sony Vaio	2	1.500.000	3.000.000
Cámara de red AXIS 214 PTZ	2	3.680.000	7.360.000
Subtotal hardware			14.160.000
Licencias de sistema operativo	4	490.000	1.960.000
Licencias de office	4	461.900	1.847.600
Adobe Photo Shop CS4	1	1398000	1.398.000
Subtotal licencias			5.205.600
MUEBLES Y ENSERES			
DISPOSITIVO	CANTIDAD	PRECIO/ UNIDAD	TOTAL
Mesa para computadores	2	150000	300.000
Teléfono fijo	1	50.000	50.000
Impresora multifuncional	1	240000	240.000
UPS blazer	1	140.000	140.000
Archivador	1	150.000	150.000
Cubículos	2	400.000	800.000

Celular	1	100.000	100.000
Mesa impresora	1	55.000	55.000
Sillas giratorias	3	90.000	270.000
Escritorios	1	80.000	80.000
Swicht T-com	1	90.000	90.000
Subtotal muebles y enseres			2.275.000
COSTO DE CONSTITUCIÓN LEGAL			
Trámite			Total
Formulario único			2700
Registro mercantil			223000
Libros de comercio			21000
Escritura publica			1500000
subtotal costos constitución legal			1746700
Total Inversión inicial			
Total Inversión inicial			22.387.300

Fuente: Los autores

La inversión inicial que requiere Colombia Cerca Ltda. Para empezar sus operaciones se especifica en la tabla anterior, y está distribuida en tres categorías: Hardware y licencias; muebles y enseres y costos de constitución legal, y está explicada con detalle en el numeral 3.2 Necesidades y requerimientos técnicos.

5.2 CAPITAL DE TRABAJO

5.2.1 Pago mano de obra

El organigrama de Colombia Cerca Ltda. Constituye la siguiente nomina

Tabla 22: Salarios

Nombre del cargo	Colaborador	Salario
Gerente Administrativo/ Analista y diseñador	Alex Jeison Rengifo M.	1.000.000
Gerente comercial/ Programador	Alejandro Parra Castaño	1.000.000
Auxiliar administrativo	Secretaria o Aux.	466.500
Comunicador	Comunicador Social	800.000

Fuente: Los autores

Tabla 23: Costo nómina mes

	Porcentaje	Gerente Administrativo / analista y diseñador	Gerente comercial/ programador	Auxiliar administrativo	Comunicador
Salario		1.000.000	1.000.000	466.500	800.000
PARAFISCALES		90.000	90.000	41.985	
SENA	2%	20.000	20.000	9.330	
ICBF	3%	30.000	30.000	13.995	
Caja de compensación	4%	40.000	40.000	18.660	
PRESTACIONES		218.300	218.300	101.837	
Vacaciones	4,17%	41.700	41.700	19.453	
cesantías	8,33%	83.300	83.300	38.859	
interés de cesantías	1%	10.000	10.000	4.665	
primas	8,33%	83.300	83.300	38.859	
SEGURIDAD SOCIAL		208.520	208.520	97.275	
Salud	8,33%	83.300	83.300	38.859	
Pensión	12%	120.000	20.000	55.980	
ARP	0,52%	5.220	5.220	2.435	

Auxilio transportes	salario < 2smmlv			55.000	
Total		1.516.820	1.516.820	707.597	800.000
Total mes	4.541.237				

Fuente: Los autores

Esta tabla muestra el costo total de la nomina mensual incluyendo los pagos por concepto de prestaciones, seguridad social, parafiscales y auxilio de transporte para el caso del auxiliar administrativo, quien devenga menos de 2 SMMLV. El salario del comunicador social no muestra estos rubros, puesto que, tendría un contrato de servicios profesionales.

Cabe destacar que el salario del auxiliar administrativo, es el único que se toma como costos administrativos fijos, el resto de la nomina es mano de obra directa

Tabla 24: costo nomina proyectada a 5 años

AÑOS	NOMINA
1	54.494.838
2	57.492.054
3	60.654.117
4	63.990.094
5	67.509.549

Fuente: los autores

Esta nómina se proyecta a 5 años con un incremento del 5.5% anual.

5.2.2 Costos indirectos de operación

Tabla 25: Costos indirectos de operación

Descripción	valor mensual	valor anual
Canon de arrendamientos	500.000	6.000.000
servicios públicos	133.000	1.596.000
Teléfono e Internet	130.000	1.560.000
Alquiler espacio servidor	54.167	650.004
Publicidad	350.000	4.200.000
Papelería y consumibles	185.000	2.220.000
Total costos indirectos de operación		16.226.004

Fuente: los autores

5.2.3 Proyección anual de costos

Los costos administrativos fijos (mano de obra indirecta) es la nomina anual del auxiliar administrativo proyectada a 5 años incrementada en un 5.5% anualmente.

Los costos indirectos de operación se calcularon en la tabla anterior (tabla 25) y se proyectan a 5 años con un incremento anual del 5.5%

Para calcular los costos directos de operación (mano de obra directa) se toma como base la tabla 23 (Costo nomina mes), excluyendo el salario del auxiliar administrativo, se lleva esta valor al costo anual y se proyecta a 5 años con un incremento del 5.5%. Como se explico anteriormente todos los cargos, exceptuando el del auxiliar administrativo se asumen como mano de obra directo, puesto que están diseñados para que participen directamente en la producción del servicio, ninguno es netamente administrativo.

Tabla 26: Proyección anual de costos

ITEM	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos administrativos fijos (mano de obra indirecta)	8.491.158	8.958.172	9.450.872	9.970.669	10.519.056
Costos indirectos de operación	16.226.004	17.118.434	18.059.948	19.053.245	20.101.174
Costos directos de operación (mano de obra directa)	46.003.680	48.533.882	51.203.246	54.019.424	56.990.493
costo unidades de equipos a la venta*	77.280.000	107.520.000	118.272.000	130.099.200	143.109.120
Total costos	148.000.842	182.130.489	196.986.066	213.142.539	230.719.843

Fuente: Los autores

* El costo de los equipos de computo igual que el precio final del paquete se mantienen estables para hacer las proyecciones, pues este es un producto que no incrementa su precio convencionalmente, por el contrario tiende a la baja dependiendo de diferentes factores tales como el avance de la tecnología y el acceso a ella en el país, el valor del dólar entre otros, por lo tanto con el paso del tiempo se irá ajustando el precio del paquete.

Estas proyecciones se realizan con un incremento anual del 5,5% de acuerdo con las proyecciones y la situación económica actual del país

5.2.4 Ventas

Se proyectan las ventas a 5 años, tomando para el primer año como meta acceder al 5 % del mercado objetivo con los servicios que ofrecen equipo de computo, su

instalación y capacitación y el servicio de capacitación en software libre de voip, para el segundo año se proyecta alcanzar el 8% del mercado objetivo y para los años siguientes se planea ir penetrando el mercado con un incremento del 10% anual con cada uno de los servicios.

Igual que todas las proyecciones anteriores, para realizar la proyección de las ventas se asumió un incremento del 5.5% en el precio de los servicios ofrecidos, excluyendo el precio del paquete equipo computo, instalación y capacitación el cual se mantiene estable para los 5 años por las razones que se explicaron anteriormente.

Tabla 27: Proyección anual de Ventas

Producto/servicio	AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta paquete equipo computo, instalación y capacitación	113.400.000	181.440.000	199.584.000	219.542.400	241.496.640
Servicio de instalación, capacitación sobre SOFTWARE (libre) necesarios para el uso de telefonía VoIP.	6.720.000	11.343.360	13.163.969	15.276.786	17.728.711
Alojamiento publicitario	24.000.000	27.852.000	32.322.246	37.509.966	43.530.316
Información finca raíz	2.400.000	2.785.200	3.232.225	3.750.997	4.353.032
Ventas totales	146.520.000	223.420.560	248.302.440	276.080.149	307.108.698

Fuente: Los autores

A continuación se muestra en detalle el comportamiento de las ventas para cada uno de los primeros 5 años de puesta en marcha de Colombia Cerca Ltda., se establece el número de unidades de servicio y/o producto que se espera vender por mes; el valor mensual, el valor anual percibido por la venta de cada servicio y/o producto y el valor total de las ventas para cada año.

Tabla 28: Proyección de ventas año 1

Producto/servicio	Ventas/ mes	valor unitario promedio	valor mes	valor año
Venta paquete equipo computo, instalación y capacitación	7	1.350.000	9.450.000	113.400.000
Servicio de instalación, capacitación sobre SOFTWARE (libre) necesarios para el uso de telefonía VoIP.	7	80.000	560.000	6.720.000
Alojamiento publicitario	10	200.000	2.000.000	24.000.000
Información finca raíz	2	100.000	200.000	2.400.000
Total ventas año 1				146.520.000

Fuente: Los autores

Tabla 29: Proyección de ventas año 2

Producto/servicio	ventas mes	valor unitario promedio	valor mes	valor año
Venta paquete equipo computo, instalación y capacitación	11,20	1.350.000	15.120.000	181.440.000
Servicio de instalación, capacitación sobre SOFTWARE (libre) necesarios para el uso de telefonía VoIP.	11,20	84.400	945.280	11.343.360
Alojamiento publicitario	11,00	211.000	2.321.000	27.852.000
Información finca raíz	2,20	105.500	232.100	2.785.200
Total ventas año 2				223.420.560

Fuente: Los autores

Tabla 30: Proyección de ventas año 3

Producto/servicio	ventas mes	valor unitario promedio	valor mes	valor año
Venta paquete equipo computo, instalación y capacitación	12,32	1.350.000	16.632.000	199.584.000
Servicio de instalación, capacitación sobre SOFTWARE (libre) necesarios para el uso de telefonía VoIP.	12,32	89.042	1.096.997	13.163.969
Alojamiento publicitario	12,10	222.605	2.693.521	32.322.246
Información finca raíz	2,42	111.303	269.352	3.232.225
Total ventas año 3				48.302.440

Fuente: Los autores

Tabla 31: Proyección de ventas año 4

Producto/servicio	ventas mes	valor unitario promedio	valor mes	valor año
Venta paquete equipo computo, instalación y capacitación	13,55	1.350.000	18.295.200	219.542.400
Servicio de instalación, capacitación sobre SOFTWARE (libre) necesarios para el uso de telefonía VoIP.	13,55	93.939	1.273.066	15.276.786
Alojamiento publicitario	13,31	234.848	3.125.831	37.509.966
Información finca raíz	2,66	117.424	312.583	3.750.997
Total ventas año 4				76.080.149

Fuente: Los autores

Tabla 32: Proyección de ventas año 5

Producto/servicio	ventas mes	valor unitario promedio	valor mes	valor año
Venta paquete equipo computo, instalación y capacitación	14,91	1.350.000	20.124.720	241.496.640
Servicio de instalación, capacitación sobre SOFTWARE (libre) necesarios para el uso de telefonía VoIP.	14,91	99.106	1.477.393	17.728.711
Alojamiento publicitario	14,64	247.765	3.627.526	43.530.316
Información finca raíz	2,93	123.882	362.753	4.353.032
Total ventas año 5				307.108.698

Fuente: Los autores

5.2.5 Depreciación

Los bienes se deprecian por el método de línea recta a cinco años, exceptuando el software.

Tabla 33: Depreciación

DEPRECIACIÓN							
HARDWARE							
Ítem	Costo	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	valor en libros
Computadores de escritorio(2)	3.800.000	560.000	560.000	560.000	560.000	560.000	-
Portátil sony Vaio	3.000.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	-
Cámara de red	7.360.000	1.472.000	1.472.000	1.472.000	1.472.000	1.472.000	-
Subtotal depreciación hardware		2.632.000	2.632.000	2.632.000	2.632.000	2.632.000	
MUEBLES Y ENSERES							
Mesa para computadores	300.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	0
Teléfono fijo	50.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	0
Impresora multifuncional	240.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	0
UPS blazer	140.000	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000	0
Archivador	150.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	0
Cubículos	800.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	0
Celular	100.000						0

		20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	
Mesa impresora	55.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	0
Sillas giratorias	270.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	0
Escritorios	80.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	0
Swicht T-com	90.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	0
Subtotal depreciación muebles y enseres		455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	
Total depreciación		3.087.000	3.087.000	3.087.000	3.087.000	3.087.000	

Fuente: Los autores

5.2.6 Flujo de caja libre

Tabla 34: Flujo de Caja Libre

ITEM	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingresos por ventas		146.520.000,00	223.420.560,00	248.302.439,88	276.080.149,48	307.108.698,27
Sub total de ingresos		146.520.000,00	223.420.560,00	248.302.439,88	276.080.149,48	307.108.698,27
Egresos						
Costos administrativos fijos (mano de obra indirecta)		8.491.158,36	8.958.172,07	9.450.871,53	9.970.669,47	10.519.056,29
Costos indirectos de operación		16.226.004,00	17.118.434,22	18.059.948,10	19.053.245,25	20.101.173,74
Costos directos de operación (mano de obra directa)		46.003.680,00	48.533.882,40	51.203.245,93	54.019.424,46	56.990.492,80
costo unidades de equipos a la venta		77.280.000,00	107.520.000,00	118.272.000,00	130.099.200,00	143.109.120,00
Sub total de egresos		148.000.842,36	182.130.488,69	196.986.065,57	213.142.539,17	230.719.842,83
Resta de otros						
Depreciación		3.087.000,00	3.087.000,00	3.087.000,00	3.087.000,00	3.087.000,00
Subtotal resta de otros		3.087.000,00	3.087.000,00	3.087.000,00	3.087.000,00	3.087.000,00
Utilidades						
utilidades antes de impuesto		-4.567.842,36	38.203.071,31	48.229.374,31	59.850.610,31	73.301.855,44
Subtotal utilidad		-4.567.842,36	38.203.071,31	48.229.374,31	59.850.610,31	73.301.855,44
Impuestos						
Impuestos de renta		-	14.708.182,45	18.568.309,11	23.042.484,97	28.221.214,35

Impuestos de industria y comercio	-	382.030,71	482.293,74	598.506,10	733.018,55
Subtotal impuestos	-	15.090.213,17	19.050.602,85	23.640.991,07	28.954.232,90
Inversiones					
Activos fijos depreciables	15.435.000				
Activos fijos no depreciables	5.205.600				
Subtotal de inversiones	20.640.600				
Suma de otros					
Depreciación		3.087.000,00	3.087.000,00	3.087.000,00	3.087.000,00
Subtotal depreciación		3.087.000,00	3.087.000,00	3.087.000,00	3.087.000,00
Flujo de caja	-20.640.600	-1.480.842,36	26.199.858,14	32.265.771,46	39.296.619,24

Fuente: Los autores

Valor Presente Neto (VPN)	23.075.429,02
Tasa Interna de Retorno (TIR)	75%

IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO

Este proyecto busca generar un impacto en las personas que tienen familiares y amigos en el exterior de igual manera a los colombianos que residen afuera y de forma directa en la manera en que se están comunicando y adquiriendo bienes y servicios.

Fomentando el uso de la Internet como medio principal de comunicación en el colombiano común que ha inmigrado y en su familia, de igual manera fomentar en este público objetivo la utilización del comercio electrónico ayudando a generar confianza en este tipo de sistema comercial, y de esta manera impactar nuestra sociedad al generar una sociedad de consumo de información, productos y servicios por medio del vasto mundo que nos ofrece la Internet.

Los Colombianos que residen en el exterior solo conocen lo que sucede en sus lugares de origen ya sea por los periódicos o noticieros, quedando un gran vacío en lo que estas personas quisieran saber de sus lugares de origen, persiste un problema de comunicación donde el cambiante entorno pasa desapercibido para quienes residen en el exterior, donde pierden contacto de que pasa en su ciudad. Las personas que crecieron con ellos, sus personas más cercanas pierden contacto con quienes se van del país, Con el presente proyecto se pretende cambiar esto, es decir, mantener un contacto directo de las personas que residen en el exterior con sus raíces y sus personas más cercanas.

Hacerlos partícipes de los cambios que diariamente se generan en la ciudad y barrios, que estén al tanto del que hacer diario, que se sientan incluidos e

identificados con lo que sucede en el entorno donde residen sus familias y seres queridos, y en general, ofrecerles servicios de comunicación utilizando las herramientas y bondades del Internet como Chat, foros, blogs, comunidades virtuales, video, fotos, Volp.

Este proyecto además de satisfacer algunas de las necesidades de comunicación también puede hacer un aporte importante para influenciar un uso eficiente de las remesas, por medio de pautas publicitarias de empresas orientadas a este sector, tales como su casa con remesa por ejemplo, en el momento están surgiendo muchas empresas de este tipo, puesto que las remesas son una entrada muy importante para un gran numero de hogares en el país, en la actualidad este dinero se utiliza para gastos recurrente como alimentación y arriendo, lo cual no genera un desarrollo de la región, por lo tanto si el inmigrante puede tener de primera mano información acerca de cómo está evolucionando su barrio, su ciudad y además pautas de empresas que inviten a invertir este dinero ya se en vivienda, estudio, ahorro, formación de microempresa, Etc, se contribuye al desarrollo de la región.

CONCLUSIONES

- Las estadísticas registradas en este proyecto permiten concluir la tendencia del pueblo colombiano hacia la migración, obligados por diferentes causas entre ellas la falta de oportunidades dentro de la sociedad colombiana.
- Entre los Colombianos que residen en el exterior es común escuchar el argumento que se migra en busca de un mejor futuro para la familia, mejorar la calidad de vida, llegar a ser propietario de una casa; Se establece un vínculo de dependencia económica entre los que emigran y sus familias y es aquí donde se aprecia el papel importante que juegan las remesas en el país llegando a ser estas parte de PIB. La capacidad de compra de estos colombianos aumenta y una de las necesidades que manifiestan es la de invertir en su país, con el anhelo de volver a vivir en Colombia teniendo resuelto sus problemas económicos.
- El uso de la Internet del inmigrante respecto a cuando vivía en su lugar de origen aumenta en forma considerable al encontrar en este un medio de comunicación con sus familiares y amigos residentes en su país de origen
- Los servicios especializados orientados hacia las necesidades de los inmigrantes tienen grandes posibilidades de convertirse en una empresa rentable económicamente.

BIBLIOGRAFÍA

- **Casas, José Joaquín.** Pautas para la presentación de un trabajo escrito basado en la V actualización de las normas Icontec.
- **Lerma, Héctor Daniel.** Metodología de la Investigación, Eco Ediciones, 2001.
- **Sapag Chain, Nassir.** Preparación y Evaluación de proyectos/Nassir, Mcgraw-Hill Ediciones, 2003.

Referencias Bibliográficas Electrónicas

- Comunicación de regulación de telecomunicaciones de la Republica de Colombia, Informe semestral internet, disponible en www.crt.gov.co
- www.sena.gov.co
- Pasos para la constitución de una empresa, disponible en www.camarapereira.org.co/
- Informe PIB 2007, las remesas como renglón fuerte de la economía, disponible en www.dane.gov.co
- Colombianos son los que mas dinero envían de España, disponible en http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/C/co_remesasdeespanaacolombia_24082008/co_remesasdeespanaacolombia_24082008.asp

- España es el segundo destino favorito entre los emigrantes colombianos, disponible en <http://Bancaja.es/corporativa/prensa/fichanoticia.aspx?id=782>
- Colombianos migran a España: quiénes y por qué, disponible en http://www.universia.net.co/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=2295
- Informe sobre el impacto de las remesas en los hogares colombianos disponible en www.fedesarrollo.org
- Ubicación geográfica de Colombia, disponible en www.mapa.com.co
- Las remesas, significativas en los índices del auge de la finca raíz, disponible en http://contenido.metrocuadrado.com/contenidom2/noticias_m2/agostode2007