

PLAN DE NEGOCIOS CREARMARCA

**JUAN CARLOS ARIZA ALFONSO
ANA MARIA HERNANDEZ CABAL
NATALIA LÓPEZ SERNA**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
ESPECIALIZACION GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
ESCUELA DE POSTGRADOS – FORUM
BOGOTA, D.C.
2012**

PLAN DE NEGOCIOS CREARMARCA

**JUAN CARLOS ARIZA ALFONSO
ANA MARIA HERNANDEZ CABAL
NATALIA LÓPEZ SERNA**

**Trabajo de grado para optar al título de
Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional**

**Asesor
FRANCISCO ZÚÑIGA CASTAÑEDA**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
ESPECIALIZACION GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
ESCUELA DE POSTGRADOS – FORUM
BOGOTA, D.C.
2012**

Nota de Aceptación:

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bogotá, D.C., 24 de Enero de 2012

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a nuestros papás, esposos, hermanos, hijos y demás familiares que con su comprensión y compañía nos alentaron y apoyaron para culminar exitosamente esta etapa de nuestras vidas.

AGRADECIMIENTOS

Le agradecemos a nuestro asesor de plan de negocios Francisco Zúñiga, a la abogada Annie Rosas Marken y a la consultora María Fernanda Cabal por su dedicación, orientación, paciencia y apoyo incondicional durante este proceso.

RESUMEN EJECUTIVO PLAN DE NEGOCIOS CREARMARCA

Crearmarca es una empresa que nace con la necesidad de ofrecer servicios complementarios en una sola consultoría. El objetivo de la organización es brindar asesorías para apoyar la creación y consolidación de empresas en Colombia. Su público objetivo son jóvenes emprendedores y Mipymes en la ciudad de Bogotá.

Crearmarca tiene 3 unidades de trabajo orientadas a cumplir las necesidades de sus clientes: Área legal, Comunicaciones y Diseño. En la primera se ofrecen asesorías legales para la constitución y creación de empresas, elaboración de contratos y propiedad intelectual (Registro de marcas); en la segunda se ofrece consultoría para el posicionamiento de marca y análisis de medios; por último en el área de diseño se ofrece servicio de diseño de identidad corporativa, diseño gráfico, diseño web y branding (Creación de nombres-marcas). Queremos ser reconocidos en el mercado como aliados de nuestros clientes en la búsqueda de la consolidación de sus ideas de negocio y canales efectivos para cumplir los objetivos corporativos de empresarios en la ciudad de Bogotá.

La empresa cuenta con un equipo interdisciplinario orientado a llevar a cabo tareas con excelentes resultados bajo un tiempo de respuesta estricto y un servicio personalizado. La organización cuenta con el talento de comunicadores sociales, abogados, diseñadores y publicistas. Diferentes especialidades buscando crear empresas, consolidarlas, crear marcas.

En la actualidad y haciendo una investigación en el mercado se encontró que existen competidores en las diferentes áreas de trabajo de la organización (Legal, comunicaciones y diseño) pero no en una misma empresa. En Crearmarca consideramos que la unión de estas áreas, especialidades y conocimientos diversos en una misma organización es el diferencial que produce impacto positivo para el beneficio de nuestros clientes.

La inversión para iniciar este negocio es de 13 millones doscientos noventa mil pesos y se espera una rentabilidad del patrimonio en el primer año del 7%, en el segundo de 25%, hasta llegar a un 48% en el quinto año de operación de acuerdo al análisis financiero realizado. Cabe mencionar que los socios de la compañía dirigen 2 de las 3 áreas de trabajo e imprimen todo su conocimiento y experiencia en beneficio de los clientes. Esto hace además que gran parte de los costos de los servicios ofrecidos están dados por los mismos socios de la empresa, lo que permite tener un margen considerable en las ventas realizadas. Además de esto,

es importante señalar que el negocio no está pensado para repartir utilidades entre los socios, este dinero será reinvertido nuevamente buscando un crecimiento progresivo de la compañía.

La Tasa Interna de Oportunidad (TIO) del negocio esperada por los socios al cabo de 5 años es del 15% y la Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida al final del ejercicio es del 43%, lo que quiere decir que se superan las expectativas de los socios considerablemente. Así mismo podemos considerar a Crearmarca como un negocio rentable debido a que cuenta con un margen de maniobrabilidad flexible sin que la TIR sea menor a la TIO.

Por último vale la pena resaltar que Crearmarca contribuirá al país generando nuevos empleos y oportunidades de trabajo y así mismo al asesorar a jóvenes emprendedores en la búsqueda de consolidar sus negocios, ellos se convertirán en replicadores de esta iniciativa.

De acuerdo a lo ya mencionado anteriormente es importante dar a conocer los riesgos que pueden existir al momento de invertir en el negocio. Crearmarca es una empresa que cuenta inicialmente con recursos limitados, lo que le impide contar con apoyo publicitario a corto plazo, lo que se convertiría en una pérdida de oportunidades de negocio al no generar un impacto real en clientes potenciales.

Por ser una empresa en crecimiento, Crearmarca no cuenta con recursos importantes para realizar una expansión del negocio, lo que podría generar un bajo cubrimiento de la demanda e incentivar la migración de los clientes a trabajar con otras empresas que ofrezcan servicios específicos más no complementarios, debido a que actualmente según los conocimientos del mercado, no existen otras empresas con las mismas características de Crearmarca.

Si ingresara un nuevo competidor, este sería perjudicial para la empresa, porque podría contar con capital mayor que le permitiera cubrir un mayor número de clientes con un capital de trabajo superior.

Para poder evitar enfrentarnos a los riesgos nombrados anteriormente, Crearmarca debe realizar análisis periódicos que le permitan conocer las intenciones y opiniones de los clientes frente a los servicios de mayor demanda, incentivando la compra de aquellos menos atractivos.

Así mismo la organización, debe iniciar con programas de contratación que le permitan contar con mayor estabilidad a la hora de atender a sus clientes y así lograr incrementar los niveles de servicio.

Todo esto debe estar soportado por un continuo análisis del mercado para conocer que nuevas oportunidades de negocio y que nuevas estrategias existen a nivel nacional como internacional, para estar un paso delante de los futuros competidores, logrando tener mayor participación de mercado y un mayor conocimiento dentro de la categoría de servicios.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	12
1. LA COMPAÑÍA	15
1.1 MISIÓN	15
1.2 VISIÓN	15
1.3 OBJETIVOS	15
1.3.1 Objetivos Corporativos	15
1.3.2 Objetivos Comunicacionales	15
1.4 VALORES	16
1.5 EQUIPO DE TRABAJO	16
2. ESTUDIO DE MERCADO PARA CREARMARCA	18
2.1 INTRODUCCIÓN	18
2.2 ENTORNO ECONÓMICO	18
2.2.1 Variables Macroeconómicas en Colombia	18
2.3 ENTORNO SOCIAL	23
2.4 ENTORNO POLÍTICO LEGAL	25
2.6 ANÁLISIS SECTORIAL	27
3. ESTUDIOS	32
3.1 ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN	32
3.1.1 Objetivo de la investigación	32
3.1.2 Plan de investigación	32
3.1.2.1 Metodología De Investigación	32
3.1.2.2 Segmento De Investigación.	32
3.1.2.3 Prototipo Del Servicio.	32

3.1.3 Instrumento de investigación	36
3.2 ANALISIS INVESTIGACION DE MERCADOS	38
3.2.1 Ficha técnica	38
3.2.2 Análisis de Resultados de las Encuestas.	38
3.3 ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN	43
3.3.1 Análisis DOFA	43
3.3.2 Estrategias marca o corporativas	44
3.3.2.1 Área financiera	44
3.3.2.2 Área del cliente	44
3.3.2.2.1 Procesos de la compañía	45
3.3.2.2.2 Crecimiento de la compañía	45
3.3.2.2.3 Objetivos de mercado	46
3.3.2.2.4 Segmentación de mercado	46
3.3.2.2.5 Segmento	46
3.3.2.2.5 Producto	47
3.3.2.3 Área Legal	47
3.3.2.3.1 Registro de marcas	47
3.3.2.4 Área Diseño	48
3.3.2.5 Área Comunicación	48
3.3.2.5.1 Posicionamiento de marca	48
3.3.2.6 Análisis de estrategia de productos	49
3.3.2.7 Ciclo de Vida de la empresa	50
3.3.2.8 Estrategias Por Producto	51
3.3.3 Precio	51
3.3.4 Plaza o distribución	52
3.3.4.1 Relacionamiento directo, contacto uno a uno	52
3.3.4.2 Redes Sociales.	52
3.3.4.3 Pagina WEB.	52
3.3.5 Comunicación - Publicidad Y Promocion	52
3.3.5.1 Voz a Voz.	52
3.3.5.2 Facebook y Twitter.	52

3.3.5.3 Material POP.	52
3.3.6.1 Objetivos de Ventas	53
3.3.6.2 Pronostico de Ventas primer año	53
3.4 ESTUDIO TÉCNICO	54
3.4.1 Actividades.	54
3.4.2 Como contactar al cliente.	54
3.4.3 Propuesta formal.	55
3.4.4 Seguimiento y formalización.	55
3.4.5 Plan de trabajo.	56
3.4.6 Recursos	56
3.4.6.1 Recurso Humano (personal)	56
3.4.6.2 Recurso humano de apoyo (Freelance).	58
3.4.6.3 Recursos Físicos.	60
3.4.6.4 Recursos Tecnológicos.	60
3.4.7 Proveedores.	61
3.4.7.1 Organizaciones proveedoras de Información:	61
3.4.7.2 Empresas de Impresión y Litografías:	61
3.4.7.3 Empresas de Soporte Tecnológico	61
3.4.7.4 Suministros Papelería:	61
3.5 ESTUDIO LEGAL	61
3.6 ESTUDIO FINANCIERO	63
4. RIESGOS DE INVERTIR EN CREARMARCA	72
5. CONCLUSIONES	74
6. RECOMENDACIONES	76
BIBLIOGRAFIA	78
ANEXOS	80

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Clientes Crearmarca	17
Figura 2. PIB - Tasa de Crecimiento Anual	18
Figura 3. Inflación – IPC	19
Figura 4. Tasas de Cambio	20
Figura 5. Crecimiento poblacional	20
Figura 6. Balanza de Pagos	21
Figura 7. Población Países 2005 - 2011	22
Figura 8. : PIB Países 2005 – 2011	22
Figura 9. Tasas de Empleo y Desempleo Últimos 6 años	23
Figura 10. PIB 2000 sector servicios	28
Figura 11. PIB Sector Servicios 2009	28
Figura 12. Credenciales de Crearmarca	33
Figura 13. Respuesta 1 Figura 14. Respuesta 2	39
Figura 15. Respuesta 4	40
Figura 16. Respuesta 5	40
Figura 17. Respuesta 7	41
Figura 18. Respuesta 9	42
Figura 19. Respuesta 10.	42
Figura 20. Ciclo de Vida de Crearmarca	50
Figura 21. Matriz BCG	50

Figura 22. Organigrama 58

Figura 23. Modelo de Negocio Crearmarca 75

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Tabla 1. Instrumento de investigación Crearmarca	36
Tabla 2. Análisis DOFA de Crearmarca	43
Tabla 3. Precios de cada servicio ofrecido en Crearmarca	51
Tabla 4. Gastos Administrativos Crearmarca	53
Tabla 5. Pronostico de Ventas 2012 mensual	53
Tabla 6. Total de Ventas 2012 por servicio	54
Tabla 7. Ventas Proyectadas a 5 años de Crearmarca	54
Tabla 8. Honorarios Personal Fijo - Crearmarca	57
Tabla 9. Honorarios de personal por proyecto	60
Tabla 10. Balance Inicial – Proyectados a 5 años	64
Tabla 11. Flujo de Caja Proyectado al primer año (2012)	66
Tabla 12. Flujo de Caja Proyectado	67
Tabla 13. Estado de Pérdidas y Ganancias Inicial	68
Tabla 14. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	69
Tabla 15. Rentabilidad del Patrimonio Proyectado	70
Tabla 16. Resultados de sensibilización del Modelo Económico	70
Tabla 17. FCL Esperado	70
Tabla 18. FCL - Caída en Ventas	71
Tabla 19: FCL - Incremento de Costos Variables	71
Tabla 20: FCL - Incremento de Costos Fijos	71

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Credenciales	81
Anexo B. Contabilidad Crearmarca	86

INTRODUCCIÓN

Crearmarca es una idea que nace en enero de 2010 cuando dos personas deciden ofrecer asesoría a pequeñas empresas con el objetivo de apoyarlas en la consolidación de sus negocios. Iniciamos ofreciendo registros de marca únicamente pero poco a poco fuimos ampliando el portafolio de servicios.

Un comunicador social y una abogada encuentran una oportunidad en ofrecer servicios de diferentes áreas de trabajo (Asesoría Legal, Comunicación y Diseño) en una misma consultoría.

Luego establecimos al poco tiempo que lo que nos podía diferenciar en el mercado era tener un excelente servicio a un costo asequible para quienes estaban empezando a crear empresa o llevaban poco tiempo en el mercado. Estas ideas se fueron consolidando con el tiempo cuando empezamos a asesorar a nuestros primeros clientes.

De esta manera llegaron personas que requerían asesorías legales para la constitución de su empresa, luego empresas con algo de tiempo en el mercado buscando registrar sus marcas, otras para realizarles el diseño de sus logos, tarjetas de presentación, plantillas de Word o Power Point y demás herramientas para arrancar sus negocios. Y finalmente atendimos nuestra primera asesoría en comunicación a un cliente que buscaba tener presencia en medios al hacer el lanzamiento de un torneo de tenis para aficionados en los mejores clubes de Bogotá.

Identificamos con la experiencia de los primeros meses que los referidos y el contacto a uno con era lo que hasta el momento era más efectivo a la hora de llegar a personas interesadas por nuestros servicios. Todo esto sin abandonar canales de publicidad tradicionales como la página web y algo más novedoso como la participación activa en redes sociales.

Lo que más nos motivaba era que poco a poco nuestro círculo social sabía de Crearmarca y empezaban a preguntar más por las asesorías. Por otra parte, nos alegraba que con una inversión mínima, que no era más que nuestro tiempo y nuestros computadores personales en ese momento, empezábamos a tener los primeros ingresos.

Crearmarca es el nombre comercial y marca registrada que utilizan Juan Carlos Ariza y Annie Rosas Marken para ofrecer consultorías como independientes desde enero de 2010. Juan Carlos, quien ejerce como Gerente de Crearmarca, es Comunicador Social de la Universidad Javeriana y trabajó por más de 7 años en diferentes agencias de Comunicaciones dentro de las que se destacan Dattis Consultores, The Rendon Group, Punto Cardinal Comunicaciones y Diez Reputación Corporativa.

Annie por su parte es Abogada de La Universidad de la Sabana, Especialista en Derecho Comercial de la Universidad Javeriana y especialista en Propiedad Intelectual y Derechos de Autor de la Universidad Externado de Colombia. Ha trabajado en empresas como KPMG, Ferrero del Ecuador y Caracol Radio.

Más de 20 empresas han hecho posible hasta el momento que el sueño de estas dos personas continúe presente. Ahora bien, el objetivo de este trabajo es formalizar esta idea de negocio que viene funcionando desde hace un tiempo, dentro de los parámetros establecidos como trabajo de grado de la Especialización de Gerencia de Comunicación Organizacional de la Universidad La Sabana.

En las siguientes páginas encontrarán detalladamente la presentación de la empresa, la descripción de los servicios ofrecidos, la estructura y modelo de negocio, el análisis financiero, el estudio de mercado y demás elementos que componen este plan de negocios.

1. LA COMPAÑÍA

Crearmarca es una empresa que ofrece múltiples servicios en una sola consultoría ofreciéndoles a los consumidores un menor costo que el existente en el mercado.

1.1 MISIÓN

Ofrecer servicios complementarios dando las mejores alternativas para el desarrollo y consolidación de empresas en Colombia.

1.2 VISIÓN

En el 2014 seremos reconocidos como una excelente alternativa para jóvenes emprendedores y Mipymes ofreciendo servicios articulados con consultorías de primera calidad.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivos Corporativos

- Satisfacer siempre las expectativas de nuestros clientes teniendo en cuenta los cambios constantes del entorno.
- Ser reconocidos en el mercado como una organización que ofrece servicios complementarios en una sola consultoría.
- Ofrecer un excelente servicio y calidad en todas nuestras consultorías.

1.3.2 Objetivos Comunicacionales

- Dar a conocer a Crearmarca como una organización que ofrece soluciones integrales en propiedad industrial e intelectual y asuntos regulatorios; con el complemento de asesorías en comunicación y diseño para el cuidado, mantenimiento, posicionamiento y evaluación de las marcas de sus clientes.
- Posicionar a Crearmarca como el mejor aliado para empresarios, ofreciendo servicios articulados que contribuyan a la creación y desarrollo de empresa en Colombia con un excelente servicio.

1.4 VALORES

- **Responsabilidad:** Somos responsables con nuestros clientes, colaboradores, proveedores y demás actores con los que nos relacionamos.
- **Honestidad:** Nos caracterizamos por actuar con total transparencia y honestidad en todo momento.
- **Respeto:** Reconocemos al otro y respetamos sus diferencias, de esta manera nos caracterizamos por ser respetuosos con nuestros clientes, colaboradores, proveedores y demás actores con los que nos relacionamos.
- **Pasión:** Nos gusta lo que hacemos y sentimos con orgullo los valores de nuestra organización, somos apasionados por nuestro trabajo.
- **Disciplina:** Conocemos la importancia de ser dedicados en todo lo que realizamos, en Crearmarca vivimos con disciplina y entusiasmo cada día de trabajo.

1.5 EQUIPO DE TRABAJO

Buscamos satisfacer siempre las expectativas de nuestros clientes teniendo en cuenta los cambios constantes del entorno. Contamos con el talento de abogados, comunicadores sociales, diseñadores gráficos y publicistas que conforman un equipo interdisciplinario orientado al cumplimiento de sus necesidades.

Figura 1. Clientes Crearmarca



Fuente: autores

2. ESTUDIO DE MERCADO PARA CREARMARCA

2.1 INTRODUCCIÓN

Las organizaciones para lograr una excelente relación con los consumidores y el mercado, deben tener como principal objetivo el conocer el ambiente y entorno en el que se desenvuelven.

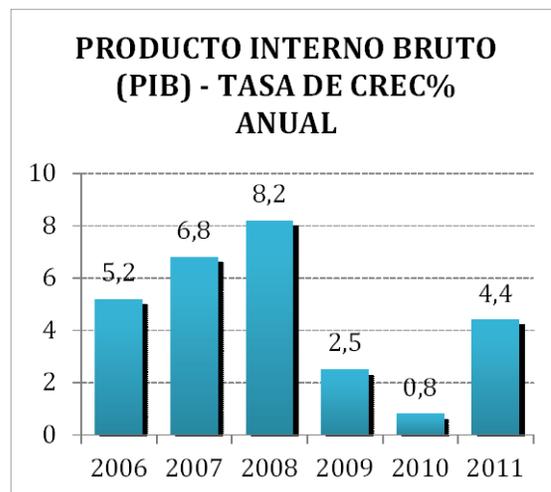
A partir de los diferentes factores externos que pueden afectar a la empresa, se puede determinar cómo y en qué situación se encuentra el país y de qué manera puede esto interferir en el desarrollo de nuestro negocio a futuro.

Los factores que intervienen en este análisis son aquellos que hacen énfasis en el campo político, económico, social, tecnológico, legal y sectorial. Los anteriores factores aportan de manera importante en el éxito o fracaso de la empresa debido a que todos estos aspectos que lo rodean permiten un mejor desempeño y funcionamiento de la misma dentro del mercado.

2.2 ENTORNO ECONÓMICO

2.2.1 Variables Macroeconómicas en Colombia

Figura 2. PIB - Tasa de Crecimiento Anual



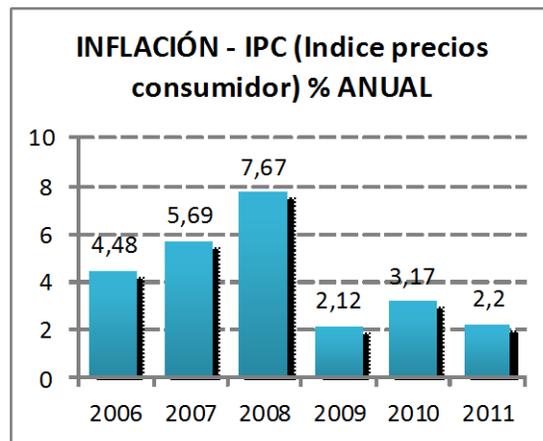
Fuente: autores

Colombia es uno de los países con mercados internos más sólidos y con una buena estabilidad económica en Latinoamérica debido al crecimiento continuo del

producto interno bruto (PIB) y a la diversificación en términos de comercio exterior según un estudio realizado por la agencia estadounidense Moody's.¹

La Economía Colombiana creció a finales del 2010 en un 4.4% frente los dos años anteriores donde se presentó un escenario de desaceleración en la producción, debido a la crisis financiera a la que se enfrentó el mundo en esos años. Colombia como otros países de Latinoamérica (Perú, Bolivia, Chile, Brasil) logró enfrentar esta crisis debido a experiencias del pasado tomando medidas preventivas como el ahorro lo que generó una mayor estabilidad económica que permitió sobrellevar de manera positiva la crisis.² Esto nos indica que actualmente Colombia se encuentra en una situación favorable para el desarrollo de nuevos negocios porque se ha presentado un incremento tanto en la oferta como en la demanda, lo que genera un mayor consumo.

Figura 3. Inflación – IPC



Fuente: autores

Sin embargo la crisis financiera en Colombia no fue tan fuerte como en otros países tal como Estados Unidos. El dólar ha venido presentando una devaluación importante en los últimos tres años lo que generó que el peso Colombiano tomara una posición muy favorable frente al dólar, logrando que 1 dólar tenga un valor en pesos inferior a \$2.000 pesos.

Así mismo esta desaceleración, debido a la baja oferta existente en el mercado, produjo una disminución en los precios de los mismos, los cuales venían en crecimiento gracias a la estabilidad por la que el país estaba pasando en años anteriores a la crisis. Esta disminución de precios en abril de 2011 también se debe

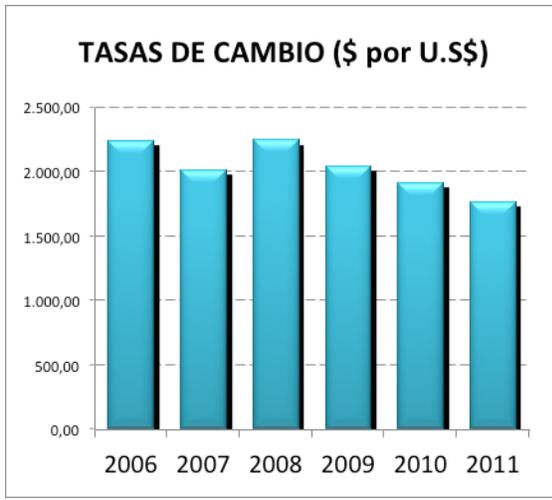
¹ PORTAFOLIO. Documentos. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://www.portafolio.co/archivo/documento/CMS-6801633>>

² Ibid.

a la segunda ola invernal (fenómeno de la niña) que tuvo efectos negativos, generando que la inflación siguiera disminuyendo cada vez más.

Este escenario de devaluación, permite que Colombia pueda realizar un mayor número de Importaciones porque la tasa cambiaria es menor y el costo de los productos es más bajo a las anteriormente negociadas.

Figura 4. Tasas de Cambio



Fuente: autores

Figura 5. Crecimiento poblacional

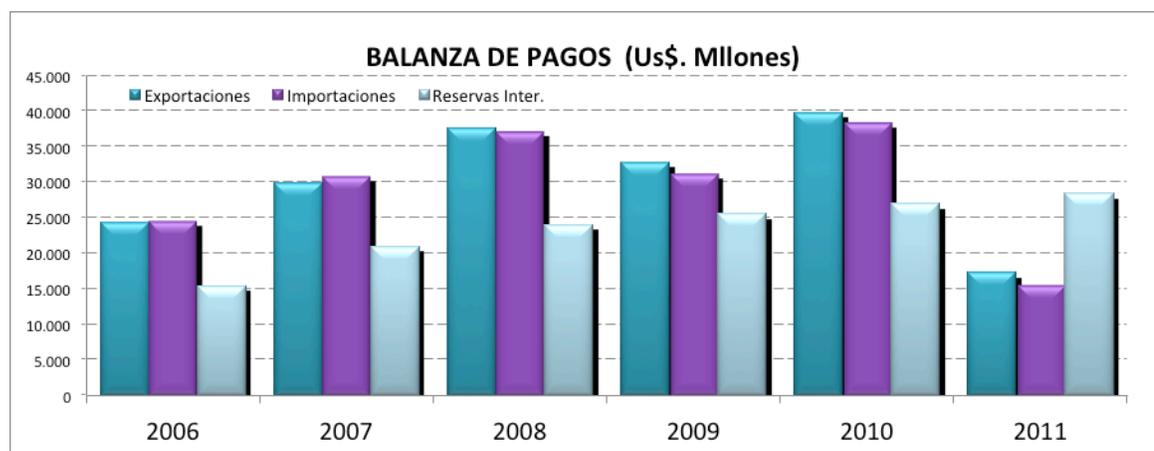


Fuente: autores

Colombia actualmente cuenta con un escenario positivo en cuanto a la relación de importaciones y exportaciones realizadas en los últimos 5 años. Para tener una economía estable cada país debe manejar una relación uno a uno en su balanza comercial, lo que quiere decir las exportaciones deben ser mayor o similares a las importaciones según el DANE³.

Un país con mayor número de importaciones representa una economía más inestable porque necesita utilizar recursos de otros países para el desarrollo económico y productivo del país.

Figura 6. Balanza de Pagos



Fuente: autores

Todos estos factores se relacionan y tienen cierta dependencia debido al crecimiento poblacional, ya que el producto interno bruto debe ir creciendo si la población de un país se incrementa ya que la producción, la oferta y la demanda deben ser mayor para poder tener un cubrimiento y una satisfacción total del mercado. Esta situación así mismo se evidencia en Brasil y México donde su población es mucho mayor y cada vez va creciendo al igual que su indicador del PIB.⁴

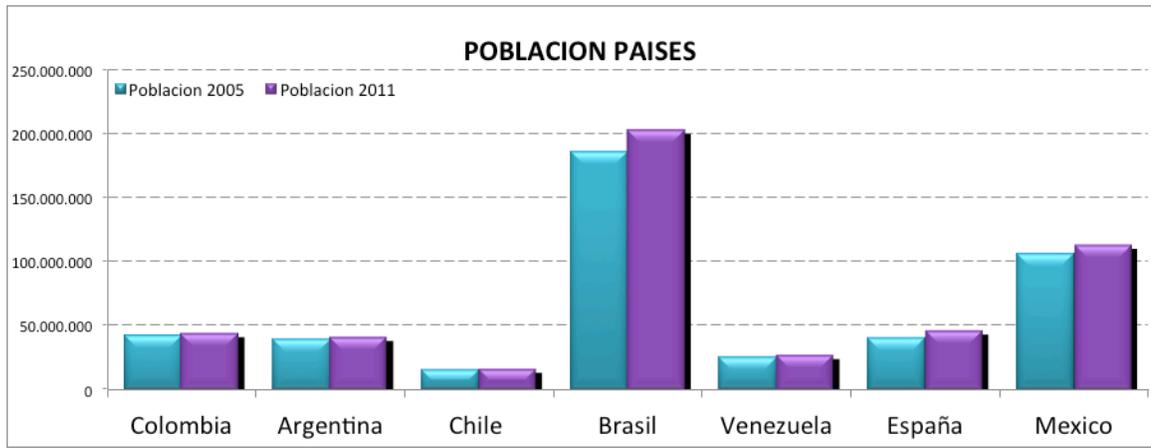
Así mismo si nos comparamos con países europeos, España cuenta con una población muy similar a Colombia, pero su producto interno bruto PIB va en decrecimiento debido a que es un país que presenta una producción interna muy baja, lo que los obliga a manejar su situación comercial a través de las importaciones que realizan.⁵

³ DANE. El PIB. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <www.dane.gov.co>

⁴ INDEXMUNDI.COM. Serie de datos comparativos. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en < www .indexmundi.com>

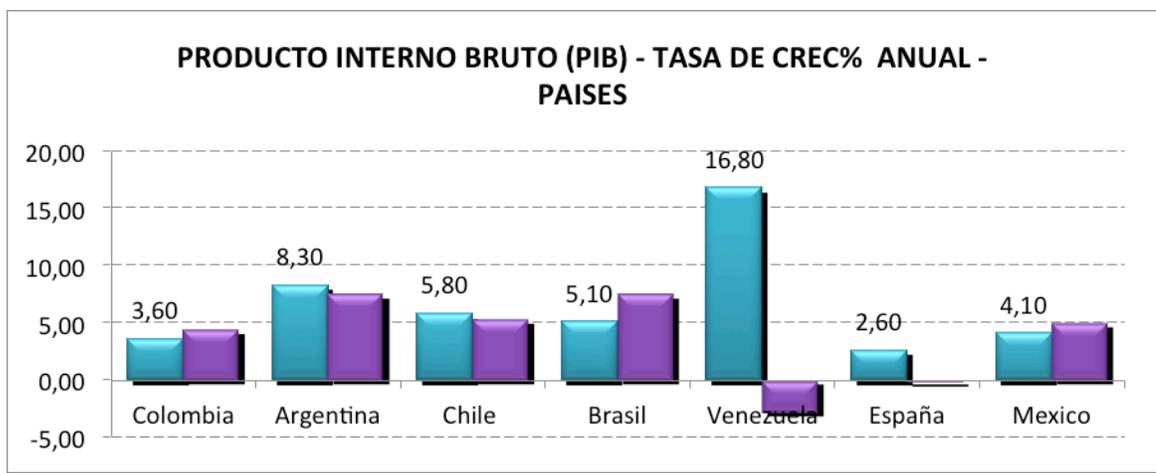
⁵ Ibid.

Figura 7. Población Países 2005 - 2011



Fuente: autores

Figura 8. : PIB Países 2005 – 2011



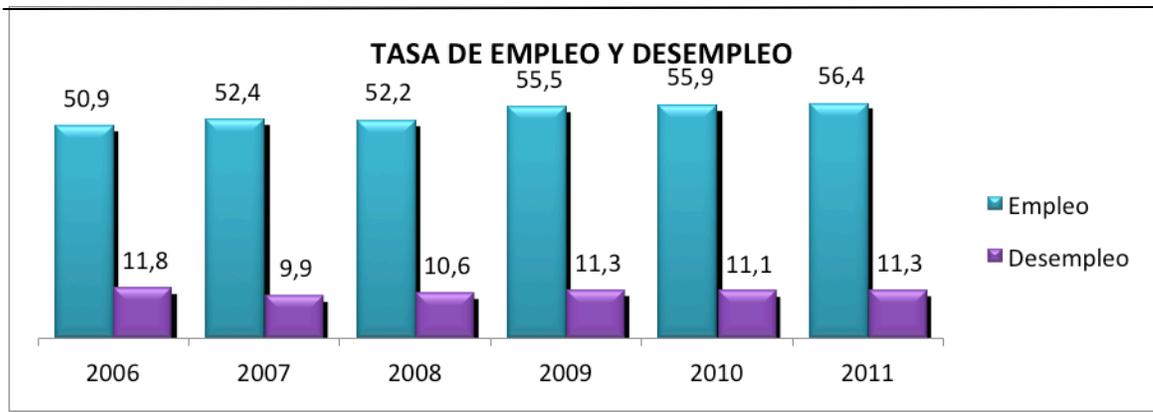
Fuente: autores

En esta situación se encuentra Colombia, somos un país estable en producción PIB y el crecimiento de la población es continuo y proporcional, lo que nos convierte en una economía estable dentro de los países latinoamericanos de manera muy similar a Brasil según los datos comparativos presentados en www.indexmundi.com

Sin embargo nuestro nivel de desempleo es muy alto para lo establecido dentro de lo normal, los países no deben contar con un indicador de más de dos dígitos porque esto genera una situación de contracción que puede llegar a afectar al país.

Si hay un nivel de desempleo significativo en el país, la demanda comienza a disminuir y puede existir sobreoferta de productos o servicios y disminución en las ventas, lo que puede generar una baja en los precios y que la inflación siga en decrecimiento.

Figura 9. Tasas de Empleo y Desempleo Últimos 6 años



Fuente: autores

2.3 ENTORNO SOCIAL

Actualmente la productividad y estabilidad de un país no se mide únicamente por los factores económicos analizados anteriormente, también es muy importante analizar la calidad de vida, los conflictos sociales y políticos, la seguridad ciudadana, la formación y consumos por los que atraviesa la sociedad colombiana actualmente.

Colombia es un país que desde hace muchos años ha llevado en su nombre la guerra nacional generada por la violencia, narcotráfico y corrupción. Estos factores son los que han incrementado la inseguridad y el decrecimiento de la población debido a que las estadísticas de vida ahora son más bajas.

Sin embargo Colombia ha presentado tendencias positivas frente a otros países latinoamericanos en cuanto a otros factores socioculturales como la Calidad de vida.

Colombia para el año 2010 cuenta con diferentes condiciones que favorecen a los hogares y al desarrollo poblacional. Los colombianos a nivel nacional tienen un mayor acceso a los servicios tanto públicos como privados comparados años anteriores siendo el Gas Natural y el teléfono los servicios que continúan siendo a los que menos acceden pero que van en incremento.

Así mismo se presenta un incremento de asistencia escolar de la población menor de 17 años a nivel nacional año tras año con un promedio de 20 a 34 años de educación, lo que significa que la escolaridad colombiana tiene un nivel de bachiller más alto que el profesional. Para el 2010 a nivel nacional el 77% de las personas que estudian cuentan con educación oficial. Lo que nos indica que el analfabetismo

frente a años anteriores ha disminuido por las opciones que el estado ha facilitado a las personas de bajos recursos con un subsidio de educación no oficial (23%).

Las afiliaciones a salud han presentado un crecimiento continuo en los diferentes regímenes establecidos. El 88% de los Colombianos se encuentran afiliados al Sistema General de Seguridad Social en Salud, de los cuales el 47.5% hace parte de los del régimen contributivo y el 52% del régimen subsidiado.

La situación en Colombia para el cuidado y crianza de los niños es complicado debido a que los padres deben trabajar para poder sacar adelante sus familias por eso es que los niños menores de 5 años permanecen con sus padres la mayor parte del tiempo pero tienen que hacer uso de guarderías, jardines o la ayuda de otras personas para el cuidado de sus hijos.

La sociedad colombiana busca tener una buena estabilidad durante su vida, por esto el porcentaje de tenencia de vivienda es más alto para aquellas personas que tienen casa propia y sin deuda. Así mismo vivir en arriendo o subarriendo es el segundo indicador más alto y que va en crecimiento comparado con años anteriores.

El uso de servicios de transporte para ir a trabajar, es un indicador común en la población Colombiana, aparte de ir caminando, como segunda opción utilizan los buses urbanos, seguidos de las motos y bicicletas, a pesar de tener un sin número de automóviles particulares el grueso de la población colombiana no se encuentra en el porcentaje de quienes los utilizan o poseen.

Los Colombianos tenemos una cultura particular de tener lo bienes más necesarios en el hogar y los que nos generen distracción y entretenimiento, por esta razón el TV a color, Tv por suscripción, Nevera, Lavadora, Equipo de sonido, Computador e Internet son los bienes que mas poseen en los hogares de nuestro país.

En el tema de ingresos, las personas consideran que los ingresos de las personas en Colombia, solo alcanzan a cubrir los gastos mínimos y algunas veces no llegan a cubrirlos, generando la percepción de pobreza por falta de ingresos suficientes para el mantenimiento del hogar y la familia.

La sociedad Colombiana aparte de tener una estabilidad en su calidad de vida, también busca tener una satisfacción y entretenimiento que les permita tener un mayor conocimiento a nivel Cultural, por esta razón las personas mayores de 5 años asisten a presentaciones y actividades culturales por lo menos dos veces al año, visitan bibliotecas principalmente las personas menores de 11 años, leen libros en especial las mujeres de diferentes edades, van a cine las personas entre los 12 y 40 años (55%), aquellos que no van a cine no lo hacen por factores económicos, falta de gusto o porque prefieren ver películas en el hogar.

Somos una población más tradicionalista debido a que crecimos con el televisor por esta razón es el medio de mayor importancia y uso, seguido por radio. Sin embargo la población más joven tiene un gusto mayor por los videos y los videojuegos.⁶

2.4 ENTORNO POLÍTICO LEGAL

En Colombia existen gran cantidad de impuestos que las empresas deben pagar anualmente. Estos están recogidos en el régimen tributario general. Entre ellos está el impuesto de renta y complementarios que son de carácter nacional, se consideran como un solo tributo y se estructuran en tres componentes: Impuesto sobre la renta gravable, Impuesto sobre la renta gravable y Gastos deducibles de la renta.⁷

También están Impuesto sobre ganancias ocasionales, cuya tarifa es del 35% sobre las ganancias ocasionales de sociedades extranjeras de cualquier naturaleza. Además está el Impuesto de remesas, que se causa por la transferencia al exterior de rentas y ganancias ocasionales percibidas en Colombia por compañías con inversión extranjera.

Quizá uno de los más importantes es el IVA, o impuesto al valor agregado, que es de carácter nacional y grava la prestación de servicios y la venta e importación de bienes en el territorio nacional. La tarifa del IVA varía según la clase de bienes o servicios, siendo en general del 16%.⁸

Por lo anterior, es prioritario tener en cuenta las normas legales actuales y en gestación, toda vez, que establecen requisitos de obligatorio cumplimiento con posibilidades de oportunidad o de amenaza. Hay muchos ejemplos de empresas que al no cumplir con las normas tributarias y no cumplir con los pagos de IVA y retención ha sufrido procesos judiciales que las han llevado a la quiebra.

Sin embargo, existen también diferentes leyes que se encargan de impulsar la creación de negocios en el país a través de subsidios y otras ayudas. Ejemplos de estas leyes son: Ley 590 de 2000 y 905 de 2004, también conocida como Ley Mipyme que promueven y estimulan a las micro, pequeñas y medianas empresas, las clasifica por tamaño, con base en el número de empleados y de activos, y apoya el financiamiento de estas a través del fondo FOMIPYME.

⁶ DANE. Condiciones y calidad de vida. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/calidad_vida/Presentacion_ECV_2010.pdf> y http://www.dane.gov.co/files/comunicados/cp_ecultural_000.pdf

⁷ BUSINESS.COL. Aplicaciones tributaria en la empresa. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://www.businesscol.com/empresarial/tributarios/tributarios.htm#reg%20ia>>

⁸ Ibid.

Ley 1014 de 2006. Ley de emprendimiento, que está orientada a fortalecer la cultura del emprendimiento, abre espacios y oportunidades que hacen conveniente para el emprendedor su lectura y estudio para poder aprovecharla.

Al ser una empresa que ofrece servicios y no productos no nos vemos afectados por los diferentes tratados de libre comercio.

Por otro lado desde 2002 el país comenzó a tener una imagen de seguridad y estabilidad política lo que incrementó el número de negocios nacionales y extranjeros que abrieron. En el área de productos alimenticios y de aseo, por ejemplo, La calidad de los productos y el deseo de crecimiento de más de 600 pequeñas empresas colombianas han sido la clave para que grandes superficies como Éxito y Carrefour le confíen a estas firmas 95% de la elaboración de su línea de marca institucional.

A través de contratos para producir los artículos de estas tiendas, varias pyme nacionales han logrado diseñar y mejorar sus procesos para alcanzar el nivel de grandes proveedores.

Este resultado se logra gracias a programas especializados para pequeños proveedores, con los almacenes de cadena, además de brindarle la oportunidad a las pyme de encontrar un nuevo canal de distribución, les brindan las herramientas para convertirse en grandes productores, capaces de cumplir con pedidos para hasta el 70% de los puntos de venta y con contratos que en el año pueden superar los \$1.000 millones.⁹

Además durante el 2011 Colombia asumió la presidencia de la Corporación Andina de Fomento, esto puede traer beneficios al sector empresarial del país.¹⁰

2.5 ENTORNO TECNOLÓGICO

El número de usuarios de internet en Colombia ha aumentado un 31% entre septiembre de 2010 y septiembre de 2009, de acuerdo a las estadísticas de la firma ComScore, frente al crecimiento medio de Latinoamérica que fue del 18%; lo que supone un liderazgo definitivo de Colombia en el tema de conectividad a internet¹¹.

9 LA REPUBLICA.COM. Pymes las productoras de las marcas propias. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.larepublica.com.co/archivos/PYMES/2011-03-07/pymes-las-productoras-de-las-marcas-propias_123511.php>

10 LATINPYMES.COM. Nueva oportunidad para el desarrollo de las pyme en Colombia. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://latinpymes.com/site/2011/03/nueva-oportunidad-para-el-desarrollo-de-las-pyme-en-colombia/>>

11 ENTER.CO. Internet presento su radiografía de internet en Colombia. . [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://www.enter.co/internet/comscore-presento-su-radiografia-de-internet-en-colombia/>>

El mismo estudio revela que después de Colombia, los países en los que más creció el número de usuarios de Internet en un mes fueron Venezuela (26%), México (21%) y Brasil (19%).¹²

El incremento en el número de usuarios de internet supone un crecimiento en el número de personas capacitadas para trabajar con herramientas tecnológicas, facilitando los procesos de capacitación en el tema.

Sin embargo, la firma ComScore, asegura que el uso de internet en Colombia está destinado principalmente al entretenimiento, convirtiendo al país en uno de los que consume menos información; un dato interesante es que 6 de cada 10 usuarios de Internet visitaron un blog, una cifra superior al promedio latinoamericano.¹³

Esto lo explica ComScore porque en Colombia, gran parte de los usuarios son 'novatos' y todavía no hacen uso intensivo de la Red, mientras que en países más maduros, como Chile, Argentina y México, el tiempo en línea y su aprovechamiento son mayores.

Sin embargo, y a pesar de que hace falta una mayor educación sobre el uso empresarial de internet y las redes sociales, el continuo aumento de usuarios pone al país como uno de los líderes en penetración de internet en América Latina, de acuerdo a un estudio realizado por The Nielsen Company.¹⁴

El panorama es tan prometedor, que los líderes de grandes empresas tecnológicas como Google y Facebook han puesto los ojos y sus expectativas en el país, especialmente en sectores como el de la publicidad on-line.¹⁵

2.6 ANÁLISIS SECTORIAL

Crearmarca brindará servicios de consultoría, por ende el sector al que pertenece es el sector servicios. Según el Ministerio de Comercio Industria y turismo, el sector servicios ha ganado participación en el PIB en los últimos años. Incluyendo el sector construcción, el aporte en el 2009 fue del 69%.

El aporte que este sector genera al empleo es del 66,9% frente a al 18, 9% de agricultura y 13.2% de industria. Desde el año 2002 las exportaciones de servicios

12 Ibid.

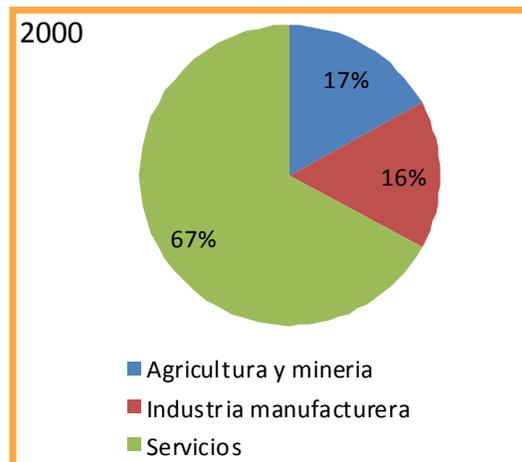
13 Ibid.

14 LAMAC.COM. Chile y Colombia lideran la penetración en internet y tv paga 1. . [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://www.lamac.org/colombia/noticia/chile-y-colombia-lideran-la-penetracion-en-internet-y-tv-paga-1>>

15 PORTAFOLIO. Negocios y sus expectativas son muy altas. . [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://www.portafolio.co/negocios/%E2%80%98expectativas-google-colombia-son-muy-altas%E2%80%99>>

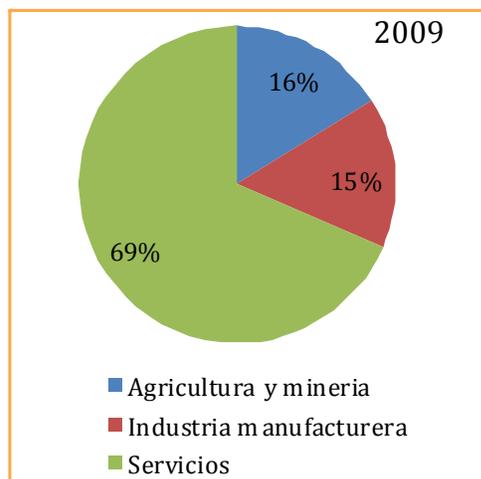
muestran una tendencia creciente. Según el DANE, en el año 2009 las exportaciones de servicios representaron un 11% de las exportaciones totales.

Figura 10. PIB 2000 sector servicios



Fuente: autores

Figura 11. PIB Sector Servicios 2009



Fuente: autores

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, puede concluirse que este sector se encuentra en un crecimiento continuo en los últimos años y que representa un pilar fundamental para la economía nacional y es el principal generador de empleo para Colombia.

Cabe resaltar que Crearmarca, tendría como zona de influencia principal la ciudad de Bogotá. De esta manera y teniendo en cuenta que Bogotá y Cundinamarca representan más del 72% de la estructura productiva de la zona es una oportunidad para aprovechar esta ventaja frente a otras zonas del país. Cifras publicadas en la página web del Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

Ahora bien si revisamos las áreas de trabajo que desarrollará Crearmarca, Asesoría legal en propiedad Intelectual y derecho comercial, Consultoría en Comunicación y Diseño. Encontramos que según búsquedas realizadas en Internet y por la experiencia que lleva la compañía en el último año, no hay un referente (Empresa) que ofrezca este tipo de servicios en una sola consultoría.

Existen competidores en cada una de las áreas de manera indirecta, pero el diferencial que ofrece Crearmarca puede ser la ventaja competitiva que permitirá tener mayores oportunidades de negocio a futuro.

En las asesorías legales encontramos grandes firmas de prestigio que durante los últimos años han logrado posicionarse y facturar grandes cifras anualmente. Estas no deben ser consideradas como competencia de Crearmarca pues manejan grandes presupuestos y atienden grandes clientes con contratos millonarios. De igual manera vale señalarlas. Según el último estudio de las 10 firmas más importantes en Colombia publicado en el portal económico www.lanota.com, encontramos en los primeros puestos a:

Brigard & Urrutia, Prieto & Carrizosa, Baker & Mckenzie, Gómez-Pinzón-Zuleta, Posse Herrera & Ruiz, Lloreda Camacho Esguerra Barrera y Arriaga entre otros.

Si vamos más a fondo y hacemos una búsqueda de empresas más pequeñas, encontramos algunas que podrían considerarse competencia de Crearmarca en asesorías en temas legales de Propiedad Intelectual (Registro de marcas). En este grupo algunas de las que vale la pena señalar: Marca red, Marca registrada, Marcaria, Demarcas entre otros.

Estas empresas, según una investigación realizada a través de internet y por la experiencia adquirida por Crearmarca en el último año en el negocio, encontramos que ofrecen servicios similares a los nuestros, cuentan con equipos especializados en esa área al igual que Crearmarca, y cuentan con herramientas en línea para facilitar el trabajo de los clientes. Este último punto se encuentra en desarrollo por nuestra compañía atendiendo esa necesidad para los clientes.

Según esto, Crearmarca se encuentra con la capacidad de competir con estas empresas y crecer junto con ellas en el asesoramiento de clientes, teniendo la ventaja que ninguna ofrece consultoría en otras áreas como lo hace Crearmarca.

Cabe señalar también que la compañía viene desarrollando una fuerte campaña de crecimiento en las redes sociales, lo que le permite tener un vínculo cercano con su público objetivo. Después de varios meses encontramos que Crearmarca cuenta con más de 200 fans en su página de Facebook ([www.facebook.com/ Crear marcacolombia](http://www.facebook.com/CrearMarcacolombia)), más de 100 seguidores en Twitter (@Crearmarca) y 300 visitas promedio mensuales en su página web www.Crearmarca.com.co.

Pasando a la segunda área que nos compete en este análisis, en el sector de comunicación nos damos cuenta que ocurre algo parecido a lo encontrado en el sector de consultoría legal. Existen grandes firmas de consultoría en esta área que manejan presupuestos elevados y atienden clientes nacionales e internacionales.

No son competidores de Crearmarca pero vale la pena señalar a Dattis Consultores, FD Gravitas, New Link, Llorente y Cuenca, Burson Marsteller entre otros. Así mismo existen empresas medianas que brindan asesorías en comunicación estratégica y relaciones públicas tales como publica, Sistole, Vox Comunicaciones, Diez Reputación Corporativa entre otras.

Ninguna de las anteriores puede ser considerada como competencia de Crearmarca pues sus fees mensuales superan las tarifas ofrecidas por las nuestras y su público es un público empresarial de alto nivel. Estas afirmaciones las realizamos teniendo en cuenta la experiencia que tiene dentro de este sector el Gerente de Crearmarca quien trabajo como consultor en 2 de las 3 agencias de comunicaciones más importantes de nuestro país por más de 8 años.

Volviendo a retomar nuestro público objetivo, Jóvenes emprendedores, Pymes y empresarios, nos damos cuenta que las consultorías en comunicación necesarias para la creación e implementación de nuevos negocios están enfocadas en la creación de la estructura básica de inicio. Formulación de misión, visión, valores, objetivos comunicacionales, objetivos estratégicos y en algunos casos a mediano plazo según el desarrollo del cliente el trabajo de posicionamiento en medios de comunicación. Servicios ofrecidos en su totalidad por nuestra compañía. De esta manera vale la pena resaltar que aunque existen agencias de comunicaciones de todo tipo y tamaño, especializadas según áreas de trabajo, Crearmarca quiere ser reconocida por ofrecer las mejores alternativas a un costo asequible a quienes están apenas empezando a desarrollar su negocio.

Otro factor de suma importancia y que vale la pena resaltar, es que el bajo costo de operación de Crearmarca, permite tener una asesoría personalizada con una capacidad de respuesta casi inmediata a diferencia de las otras empresas que deben mantener nóminas robustas y gastos administrativos altos. Esto será explicado en detalle cuando se analice la estructura administrativa de este plan de negocios más adelante.

La última área que analizaremos en la que opera Crearmarca es el área de diseño. Según lo aprendido durante último año nos damos cuenta que nuestros competidores directos son los diseñadores freelance que trabajan por proyectos. Pues manejan presupuestos promedio y tienen una rápida capacidad de respuesta.

A diferencia de ellos, Crearmarca cuenta con una estructura detrás y una imagen corporativa definida que genera respaldo y credibilidad en quienes contratan sus servicios. Para Crearmarca los diseñadores Free Lance más allá de ser considerados competencia, se convierten en aliados estratégicos, pues les brindamos la posibilidad de trabajar con nosotros en diferentes proyectos, ofreciéndoles todo el soporte y respaldo de nuestra compañía para la satisfacción del cliente.

Algunas compañías tienden a tener dudas sobre si contratar o no los servicios de un diseñador free lance, pues no le encuentran un respaldo y una estructura solida detrás. Esta es una oportunidad que ofrece nuestra compañía en el desarrollo de una relación gana a gana con estas personas.

Antes de finalizar, queremos señalar que según el Ministerio de Comercio Industria y turismo en su página web¹⁶ el sector de servicios se ha configurado como uno de los sectores más importantes de la economía mundial. La tecnología es un factor de suma importancia en este sector, pues permite el crecimiento constante y consolidación del mismo.

A pesar de la crisis en la economía mundial en el año 2008, las ventas en este sector pasaron de un 18% a un 12% después de la crisis. Lo anterior para rescatar que no ha terminado de evolucionar, y que depende de lo novedoso que ofrezcan las compañías, les permitirá que su idea obtenga frutos teniendo un foco claro en un público objetivo definido y delimitado.

Crearmarca quiere brindar a sus clientes la oportunidad de ofrecerles servicios complementarios en una sola consultoría. Siendo reconocidos por este valor agregado dentro del mercado en el que se desenvuelve.

¹⁶ MINCOMERCIO. Sector de servicios. . [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://www.mincomercio.gov.co/>>

3. ESTUDIOS

3.1 ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Objetivo de la investigación. Determinar si los clientes potenciales de Crearmarca están interesados en contratar un servicio de consultoría para la consolidación y puesta en marcha de su negocio en áreas de comunicación, diseño y asesoría legal.

3.1.2 Plan de investigación

3.1.2.1 Metodología De Investigación

- Realizaremos una investigación exploratoria en el área de consumidor, indagando acerca de las opciones de adquisición y compra de los servicios que ofrece Crearmarca.
- Lo realizaremos mediante una técnica mixta (utilizando metodologías cualitativas y cuantitativas) de investigación. Dirigida a personas que estén tratando de montar su propio negocio o que lo tengan en mente.
- La encuesta se realizará de manera digital a aproximadamente 50 personas, esperando tener una muestra mínima para analizar de 30 encuestados. Hasta la fecha Crearmarca ha tenido acercamiento con aproximadamente 150 clientes potenciales, el 10% (15) de las empresas contactadas se han convertido en clientes. Por esta razón consideramos que un 20% (30) del total de las personas contactadas es considerada en este caso una muestra representativa.

3.1.2.2 Segmento De Investigación. Desde que inició esta idea de negocio en el 2010, se han identificado oportunidades en personas emprendedoras y pequeñas empresas que están en la búsqueda de asesorías en diferentes áreas de trabajo para la consolidación de sus negocios. Durante este tiempo se han contactado este tipo de clientes y se ha logrado identificar que requieren de asesorías legales, en comunicación y en diseño. De esta manera se determinó que los clientes potenciales de Crearmarca son empresarios, jóvenes emprendedores y Mipymes.

3.1.2.3 Prototipo Del Servicio. Credenciales de Crearmarca donde se realiza el resumen ejecutivo de la compañía. Respondiendo a preguntas como qué es, para qué está creada, cuáles son sus servicios y para quién está dirigido.

Figura 12. Credenciales de Crearmarca



NUESTRA MISIÓN

Ofrecer servicios complementarios dando las mejores alternativas para el desarrollo y consolidación de empresas en Colombia.

NUESTRA VISIÓN

En el 2014 seremos reconocidos como una excelente alternativa para jóvenes emprendedores y Mipymes ofreciendo servicios articulados con un excelente servicio.

NUESTROS OBJETIVOS

- Ser reconocidos en el mercado como una organización que ofrece servicios complementarios en una sola consultoría.
- Ofrecer un excelente servicio y calidad en todas nuestras consultorías para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

crearma®ca

NUESTROS SERVICIOS



crearma®ca

Nuestro equipo

Buscamos satisfacer siempre las expectativas de nuestros clientes teniendo en cuenta los cambios constantes del entorno. Contamos con el talento de abogados, comunicadores sociales, diseñadores gráficos y publicistas que conforman un equipo interdisciplinario orientado al cumplimiento de sus necesidades.



crearma®ca

Nuestros clientes



crearma®ca



Fuente: autores

3.1.3 Instrumento de investigación. Encuesta realizada a nuestro grupo objetivo con el fin de conocer qué expectativas tienen a futuro para el desarrollo de sus nuevos negocios y todo lo que esto conlleva

Tabla 1. Instrumento de investigación Crearma

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CREARMARCA

Crearma está desarrollando una investigación que le permitirá conocer los intereses de sus clientes potenciales en la contratación de los servicios que ofrece la compañía.

NOMBRE:
EDAD:
GÉNERO:
ESTADO CIVIL:
CORREO ELECTRONICO
CELULAR:

1. **¿Tiene usted un negocio propio?**
a. SI ¿Cuál?
b. NO

2. **¿Está usted interesado en iniciar o crear un negocio propio?**
a. SI ¿Cuál?
b. NO ¿Por qué?

3. **¿Cuál es la finalidad de su empresa? ¿A qué se dedica o dedicara?**

Tabla 1. Instrumento de investigación Crearmarca. Continuación

4. De acuerdo a su idea de negocio planteada en la pregunta anterior, ordene de 1 a 5 según el grado de importancia (Donde 1 es el de mayor importancia y 5 el de menor importancia), los siguientes inconvenientes que pueden presentar en el desarrollo y puesta en marcha de su idea:

a. Falta de capital	<input type="checkbox"/>
b. Viabilidad del negocio	<input type="checkbox"/>
c. Desconocimiento del proceso y prioridades en el desarrollo del negocio	<input type="checkbox"/>
d. Porque la idea no es innovadora / miedo a fracasar	<input type="checkbox"/>
e. Falta de enfoque estratégico	<input type="checkbox"/>

5. ¿Actualmente recibe algún tipo de asesoría para la consolidación de su empresa?

a. SI

b. NO

¿Cuál?

6. ¿Qué tan útil ha sido?

7. ¿Le interesaría recibir un acompañamiento en el desarrollo y consolidación de su idea de negocio?

a. SI

b. NO

¿Por qué?

8. Teniendo en cuenta los siguientes ítem que describen diferentes áreas de negocio, le voy a pedir el favor que marque con una X en cuáles de ellos le gustaría recibir asesoría al momento de la creación de su idea o negocio:

a. Creación de marca y diseño de imagen: Definición de nombre de su negocio, elaboración de su logo, elaboración de aplicaciones (PPT, Word, tarjetas de presentación), desarrollo de página web

Tabla 1. Instrumento de investigación Crearmarca. Continuación

b. **Asesoría legal:** Constitución de estatutos y registro de su empresa ante la Cámara de Comercio, registro de su marca ante la Superintendencia de Industria y comercio

c. **Consultoría en comunicación:** Direccionamiento estratégico (Definición de misión, visión, valores, creación de estrategias de posicionamiento en su público objetivo)

9. ¿Conoce usted una empresa que ofrezca un servicio de consultoría en todas las áreas expuestas anteriormente diferente a CREARMARCA?

a. SI

b. NO

¿Cuál?

10. Si existiera una empresa que ofreciera estos servicios en una sola consultoría, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

a. Entre 1'000.000 y 2'000.000

b. Entre 2'000.000 y 3'000.000

c. Entre 3'000.000 y 4'000.000

d. Más de 4'000.000

11. ¿Cuál considera usted sería el valor agregado que debería entregar una asesoría como estas al consolidar su negocio?

Fuente: autores

3.2 ANALISIS INVESTIGACION DE MERCADOS

3.2.1 Ficha técnica

Perfil de los encuestados: Hombres y Mujeres profesionales de estratos 4, 5 y 6

Número de encuestados: 36 personas

Herramienta Utilizada: Survey Monkey - www.surveymonkey.com

Fecha de Realización: Julio – Agosto 2011

3.2.2 Análisis de Resultados de las Encuestas. Se realizaron 36 encuestas a través de una página web, a diferentes personas que en algún momento pensaron

en crear o cuentan con un negocio propio. Estos posibles clientes nos facilitaron su información y percepción acerca del tema de registro de marca y de asesoría de diferentes temas en una sola consultoría para la creación de un negocio.

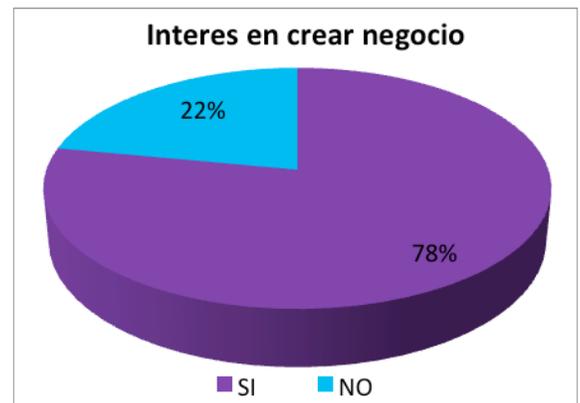
Dentro de los resultados encontramos que el 78% de los encuestados no cuentan con un negocio propio pero que están completamente interesados en crearlo en algún momento de su vida.

Figura 13. Respuesta 1



Fuente: autores

Figura 14. Respuesta 2

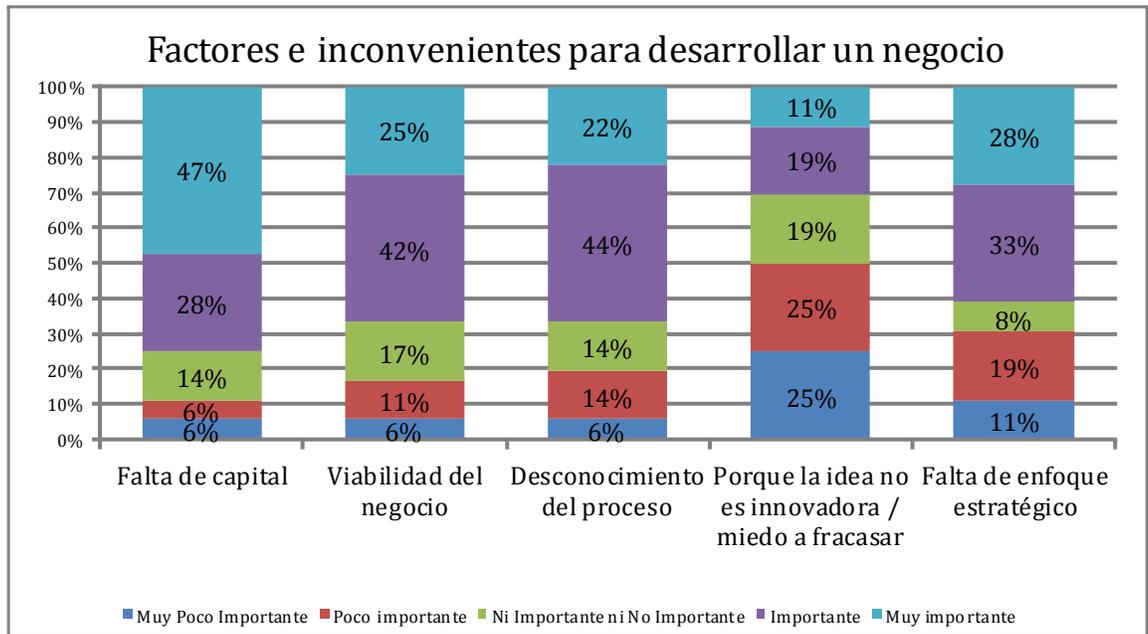


Esto nos indica que tenemos un amplio campo por explorar, un porcentaje alto de personas encuestadas están interesadas en buscar independencia y crear su propio negocio, lo que nos permite verlos como futuros clientes a los que podemos motivar para hacerlo de la mejor manera con todo el apoyo tanto legal como creativo que les permita establecer su negocio de la forma más consolidada posible.

Se encontraron en las respuestas de los encuestados negocios de productos y servicios. Entre los más mencionados: restaurantes, cafés, negocios de alimentos y organización de eventos.

Sin embargo las personas que respondieron que se encuentran interesadas en crear su propio negocio consideran que la falta de capital, el desconocimiento del proceso para realizarlo y la viabilidad que éste pueda tener en el mercado son los factores negativos e inconvenientes de mayor importancia que pueden generar la interrupción del proceso de creación del negocio, dejando de lado la idea que inicialmente pensaron desarrollar.

Figura 15. Respuesta 4



Fuente: autores

Por esta razón Crearmarca cuenta con un reto muy alto, que es posicionarse en la mente de los futuros clientes, enseñándolos y guiándolos por el mejor camino, que les permita lograr con la mayor confianza y seguridad la creación de su negocio a través de las diferentes asesorías no solo en el campo de Branding (creación de marca), sino también en cuanto a la asesoría legal, al nombre e imagen creativa de la marca, logrando que ésta sea de fácil recordación que permita generar un buen posicionamiento en la mente y el mercado actual.

Figura 16. Respuesta 5



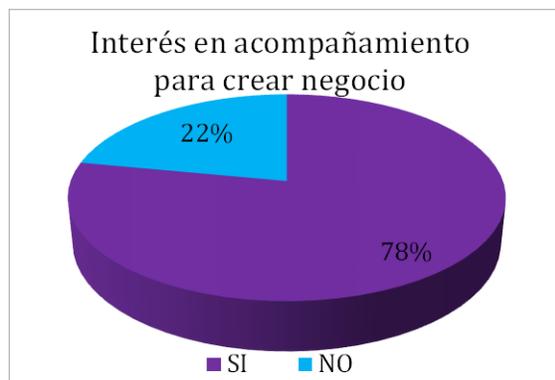
Fuente: autores

Este escenario lo vemos viable debido a que el 83% de los encuestados no cuentan actualmente con una asesoría en el tema de crear empresa, lo que amplía nuestras posibilidades de lograr mayor participación del mercado.

Sin embargo algunos de ellos cuentan con asesorías externas principalmente de la Cámara de Comercio de Bogotá y la encuentran útil por la explicación en la manera de formalización de su negocio.

Aunque algunos de los encuestados consideran que tienen habilidades para la creación de su marca, se evidencia que la mayoría no recibe actualmente ningún tipo de asesoría, encontrándose en su totalidad interesados en tener un acompañamiento en la creación de sus negocios para tener mayor certeza y seguridad en el proceso. Pues consideran que es más seguro ser asesorados por expertos de cada área.

Figura 17. Respuesta 7



Fuente: autores

A partir del interés presentado por los encuestados en el tema de asesoría, encontramos que se presenta un alto desconocimiento en el ámbito legal, por lo cual su principal interés en el momento de recibir una asesoría debe tener un enfoque legal seguido por la consultoría en comunicación que les permitirá saber qué decir, de qué manera y cómo dirigirse a los diferentes públicos, así como también en tercera medida es importante tener lineamientos de imagen y marca para lograr mayor éxito en el mercado y frente a los competidores.

Según todos los resultados presentados anteriormente vemos un gran campo de acción que Crearmarca puede explotar debido al desconocimiento de las personas en estas áreas y el temor que tienen al momento de iniciar un negocio. Por esta razón Crearmarca ofrece asesorías en todas las áreas que permitan ser exitosos en el momento de iniciar con su nuevo proyecto de vida.

Esto como empresa se nos facilita contando con una gran ventaja en el mercado que nos permite ubicarnos como los pioneros en Colombia en realizar diferentes asesorías de este tipo en una sola consultoría, esto se evidencia por el desconocimiento de las personas en cuanto a empresas que ofrezcan este servicio global.

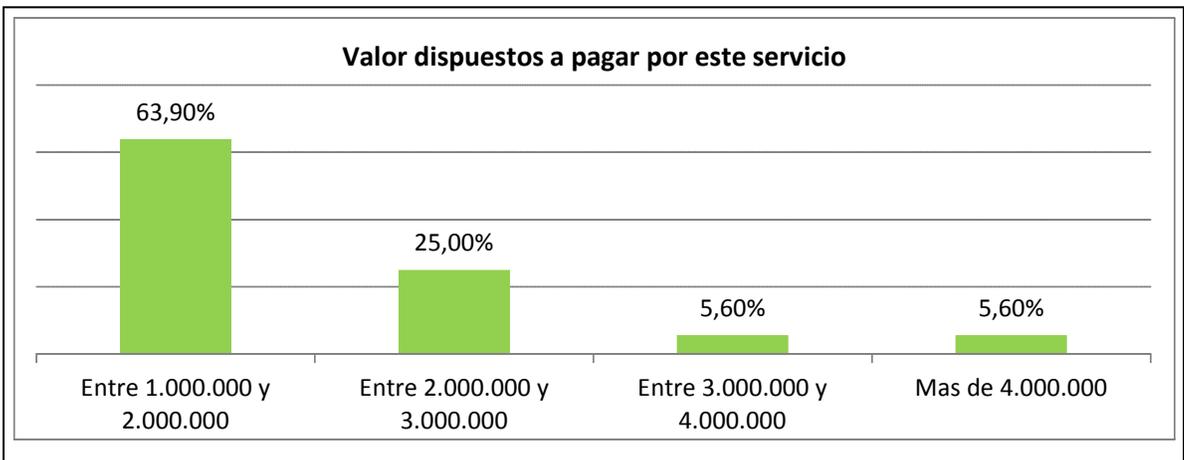
Figura 18. Respuesta 9



Fuente: autores

Por otro lado por ser los únicos en ofrecer este servicio integral contamos con un valor agregado y es que el precio por la prestación de este servicio es acorde a la percepción encontrada por parte de los encuestados. Normalmente los emprendedores no inician sus proyectos con grandes presupuestos, nuestros futuros clientes buscan un servicio óptimo a un precio moderado, estando dispuestos a pagar entre \$1.000.000 y \$2.000.000 millones de pesos principalmente logrando extenderlo a un máximo de \$3.000.000 millones de pesos.

Figura 19. Respuesta 10.



El valor agregado que buscan en este servicio identificado por los encuestados es recibir acompañamiento personalizado y continuo en todas las áreas, atención inmediata, profesionalismo y experiencia de consultores.

3.3 ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN

3.3.1 Análisis DOFA

Tabla 2. Análisis DOFA de Crearmarca

DAFO	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FINANCIERA	Bajos costos en operación	Ingresos variables. No hay una constante	Crecimiento de los ingresos, priorizando en un grupo específico de clientes.	Variedad de competidores en las diferentes áreas con gran músculo financiero
CLIENTE	Servicios articulados en una sola consultoría al alcance de los clientes	No hay un seguimiento posterior a la prestación del servicio	Consecución de nuevos clientes a partir de bases de datos o recomendaciones de antiguos clientes	Desconocimiento del cliente sobre la importancia de la propiedad intelectual en Colombia
PROCESOS	Procesos ágiles y controlados	Limitación para realizar múltiples negocios o consultorías a la vez. Documentación de los procesos internos.	Ampliar la cobertura de clientes y la capacidad operativa de la empresa	Incapacidad de cubrir el crecimiento de la demanda
CRECIMIENTO	Experiencia del capital humano y relaciones directas entre ellos. Buen clima organizacional	Baja posibilidad de compensación permanente al equipo	Ampliar el capital humano atrayendo nuevos talentos Actualización permanente en cada área	Rotación de personal hacia los competidores
Fuente: autores				

3.3.2 Estrategias marca o corporativas

3.3.2.1 Área financiera

Objetivos

- Generar estabilidad de ingresos mensuales durante el año.
- Ahorro y reinversión de los ingresos de la compañía.

Estrategias

- A partir del desarrollo de un análisis del mercado diseñar una estrategia comercial para ser implementada en tres meses.
- Participación en eventos para jóvenes empresarios dando a conocer la organización y generando nuevos contactos.

Tácticas

- Investigar el mercado con ayuda de los datos de la cámara de comercio de Bogotá y a través de una encuesta en el público objetivo.
- Generar una base de datos con clientes actuales, potenciales y pasados que permita cerrar nuevos negocios.

3.3.2.2 Área del cliente

Objetivos

- Seguimiento posterior al servicio prestado.
- Dar a conocer a posibles clientes, la importancia de registro de marca.

Estrategias

- Llamada telefónica un mes después de terminado el servicio para mantener contacto con el cliente y vinculación a red social de la compañía para mantenerlos informados sobre novedades.
- Invitación a conferencia sobre la importancia de la propiedad intelectual en Colombia a 50 clientes potenciales a partir de la investigación de mercado.

Tácticas

- Realzar la diferenciación y complementación de servicios que ofrece Crearmarca en los diferentes medios y eventos donde hagamos presencia.
- Desarrollar un plan de seguimiento con los clientes para ofrecerles más servicios y realizar análisis de la experiencia Crearmarca.

3.3.2.2.1 Procesos de la compañía

Objetivos

- Mejorar el proceso de seguimiento y control
- Elaborar un esquema flexible de crecimiento y ajuste a la demanda

Estrategias

- Creación de una política de seguimiento y manejo de clientes potenciales con el asesoramiento de un experto.
- Diseñar un procedimiento de selección de proveedores (aliados estratégicos) con el fin de potencializar el servicio prestado.

Tácticas

- Ampliar la base de datos de proveedores (aliados estratégicos) para permitir una mejor atención a los clientes, en caso de que lleguen varios al mismo tiempo.
- Mejorar continuamente el proceso de consecución de nuevos clientes a través de campañas de redes sociales, visitas presenciales y participación en eventos.

3.3.2.2.2 Crecimiento de la compañía

Objetivos

- Lograr disponibilidad de capital humano para atención de nuevos negocios.
- Implementar estrategias de motivación para los colaboradores.

Estrategias

- Dar a conocer y poner en marcha escala de comisiones para colaboradores y aliados estratégicos.
- Generar un programa de salario emocional para colaboradores y aliados estratégicos.

Tácticas

- Sacar un listado de todos los eventos empresariales de jóvenes emprendedores en la ciudad de Bogotá.
- Elaborar un evento a nivel Bogotá con clientes potenciales escogidos a partir de la investigación de mercado a quienes se les ofrecerá algún tipo de descuento en los servicios que ofrece la compañía.

3.3.2.2.3 Objetivos de mercado

- Lograr un posicionamiento y reconocimiento de Crearmarca para el 2014 en por lo menos 100 clientes potenciales de nuestro negocio.
- Lograr un crecimiento sostenido de un 10% en las unidades vendidas cada año.

3.3.2.2.4 Segmentación de mercado

Mercado objetivo

- Creadores de empresas o empresarios (Mi Pymes) en la ciudad de Bogotá. Mi Pymes: Micro, pequeña y mediana empresa.
- Profesionales que estén buscando crear o consolidar su negocio del NSE 4, 5 y 6.

3.3.2.2.5 Segmento

Según experiencia en su actividad.

- Los que sólo tienen la idea de negocio (Creadores de empresas y profesionales que estén en búsqueda de consolidar sus negocios).

- Los que ya tienen montado su negocio (Mi Pymes).
Los que tienen entre 1 y 4 años de la creación de empresa.
Los que tienen entre 4 y 7 años de la consolidación de su negocio.

3.3.2.2.5 Producto

Portafolio de productos o servicios

- Productos legales (Registro de marcas, constitución de sociedades, elaboración de contratos).
- Comunicaciones (Elaboración de estrategias para posicionamiento de marca y análisis de medios).
- Diseño (Diseño gráfico, elaboración de logos, aplicaciones de logo en tarjetas de presentación, plantillas Word, plantillas power point, Brochures, montaje y administración de páginas web).
- Branding (Creación de nombres para su negocio).

3.3.2.3 Área Legal

3.3.2.3.1 Registro de marcas

- **Entregable Físico:** Presentación de solicitud y seguimiento ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Envío de radicado de la solicitud, entrega al cliente de certificado de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- **Atributos cualitativos:** Agilidad en tiempo de respuesta, acompañamiento permanente, documentación exacta, seguimiento en todo el proceso de la asesoría.

Constitución de sociedades y elaboración de contratos

- **Entregable Físico:** Elaboración y entrega de estatutos de la sociedad, elaboración y entrega de contratos. Presentación y registro de sociedad ante la Cámara de Comercio de Bogotá.
- **Atributos cualitativos:** Conocimiento y asesoría exacta sobre el tipo de sociedad de acuerdo a las necesidades del cliente, entrenamiento *uno a uno* al cliente sobre las obligaciones legales que se adquieren en el momento de constituir empresa, cercanía y acompañamiento en el proceso.

3.3.2.4 Área Diseño

- Branding

- **Entregable Físico:** Entrega de 5 propuestas de nombre para su negocio con su respectivo racional. Racional: Explicación y consideraciones que argumentan el uso del nombre escogido.
- **Atributos cualitativos:** Creatividad, análisis rigurosos de los objetivos del negocio del cliente, experiencia profunda en el tema.

- Diseño gráfico

- **Entregable Físico:** Entrega de 3 propuestas de logo sobre el nombre seleccionado para su negocio. Ajuste a los requerimientos del cliente sobre el logo definitivo escogido por el cliente. Elaboración de aplicaciones del logo: Plantillas de Power Point, Word, Tarjetas de Presentación, fondo para publicidades.
- **Atributos cualitativos:** Creatividad, entendimiento de las necesidades del cliente.

- Diseño web

- **Entregable Físico:** Diseño, montaje y administración de páginas web. Entrega de propuesta simulada según las expectativas cliente. Ajustes sobre la propuesta entregada, rediseño según los requerimientos del cliente. Entrega final de la página y capacitación sobre el manejo de la misma.
- **Atributos cualitativos:** Creatividad, entendimiento de las necesidades del cliente.

3.3.2.5 Área Comunicación

3.3.2.5.1 Posicionamiento de marca

- **Entregable Físico:** Revisión de lineamientos estratégicos de la organización, misión, visión, valores. Creación de estrategia de comunicaciones de acuerdo a los objetivos estratégicos de la empresa con la aplicación y puesta en marcha de las tácticas respectivas de acuerdo a la estrategia.

- **Atributos cualitativos:** Creatividad, trabajo en equipo, cercanía y trabajo mancomunado con el cliente, lectura profunda de las necesidades, experiencia en el tema.

3.3.2.5.2 Análisis de medios

- **Entregable Físico:** Monitoreo de medios nacionales sobre los temas de interés para el cliente. Entrega diaria de noticias que se publican sobre la compañía. Elaboración y entrega de informe de análisis de medios que incluye frecuencia de noticias, impacto por medios, identificación de mensajes clave, valoración de información y conclusiones finales sobre la efectividad de la estrategia del cliente aplicada a medios de comunicación.
- Atributos cualitativos: Experiencia y conocimiento total del tema.

3.3.2.6 Análisis de estrategia de productos

- Al hacer la compra de un segundo servicio, adquiere en la compra del servicio un 10% de descuento (Fidelización).
- Estrategia de referidos, al referir a la compañía se adquiere desde un 15% a un 25% de comisión sobre la venta.
- Empaquetamiento de productos afines de acuerdo a la necesidad del cliente (Ej: Branding y diseño).
- Empaquetamiento transversal. Complemento de servicio de diferentes áreas (Ej: Legal y comunicaciones).
- Mantener una línea de precios dentro de la escala promedio que está dispuesta a pagar el cliente potencial.

3.3.2.7 Ciclo de Vida de la empresa

Figura 20. Ciclo de Vida de Crearmarca



Fuente: autores

Crearmarca es una empresa que se encuentra en la etapa de introducción o formación. La organización lleva 1 año en el mercado, las ventas de la compañía aun son lentas y variables debido al proceso en el que se encuentra de aceptación y reconocimiento del producto por parte de sus posibles usuarios. La competencia en el mercado es limitada ya que no se ha identificado aún una empresa que actualmente ofrezca múltiples servicios en una sola consultoría.

Figura 21. Matriz BCG

ESTRELLA Productos Legales	INTERROGANTE Productos de Branding
VACA Productos de Diseño	PERRO Productos de comunicaciones

Fuente: autores

3.3.2.8 Estrategias Por Producto

Producto Estrella

Productos Legales → Continuar con la promoción de estos productos y la venta de los mismos.

Producto Vaca

Diseño → La estrategia de producto será ofrecerlo como un plus al producto estrella que son los legales; sólo en casos en que el cliente se muestre muy reticente a pagar el costo del producto de diseño, se ofrecerá un descuento mínimo.

Producto Interrogante

Branding → Como es un producto de introducción la estrategia de producto es venderlo siempre con los productos de diseño, para darlo a conocer y que los clientes reconozcan su importancia.

Producto Perro

Comunicaciones → La estrategia de producto es segmentar este producto a clientes que llevan más de 4 años de funcionamiento o a clientes a quienes se les han ofrecido otros productos.

3.3.3 Precio. A partir de la investigación encontramos que el valor cobrado por los servicios de la compañía se encuentra dentro del rango a pagar por los clientes potenciales. Los precios fueron estipulados de acuerdo al costo del servicio más el Over Head (Utilidad) de la siguiente manera:

Tabla 3. Precios de cada servicio ofrecido en Crearmarca

Servicios	Precio
Registro de Marca	733.500
Diseño de Identidad Corporativa	900.000
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	1.050.000
Consultoría en comunicación (mes)	1.100.000
Diseño web	1.000.000
Fuente: autores	

3.3.4 Plaza o distribución

3.3.4.1 Relacionamento directo, contacto uno a uno. . Se realizarán reuniones en ferias empresariales y cualquier oportunidad para generar negocios para Crearmarca, estas oportunidades pueden darse desde el mismo círculo social donde se mueven los socios de la compañía hasta los eventos organizados donde Crearmarca haya sido invitado.

3.3.4.2 Redes Sociales. A través de redes sociales, se realizarán contactos con empresarios interesados en tomar los servicios de Crearmarca. Se pueden realizar fórums en la Fan page y convocatorias para compartir en ambientes sociales y profesionales.

3.3.4.3 Pagina WEB. Página web, en donde estará no sólo la descripción de los servicios de Crearmarca sino también fotos de los eventos, noticias sobre eventos futuros y todos los datos correspondientes para contactar a Crearmarca. En la página web se ofrecerá interacción con los visitantes interesados.

3.3.5 Comunicación - Publicidad Y Promocion

3.3.5.1 Voz a Voz. Voz a voz, que busca que tanto clientes activos y socios de Crearmarca atraigan clientes nuevos para tomar diferentes servicios de la compañía.

3.3.5.2 Facebook y Twitter. A través de grupos y el fan page de la empresa, se hablará de los servicios que ofrece Crearmarca, además algunos clientes de crearmarca darán testimonios sobre la experiencia y los servicios recibidos. El fan page de Facebook se actualizará 3 veces por semana y se tratará de enviar un mínimo de 15 tuits diarios.

3.3.5.3 Material POP. Material POP en ferias de emprendedores, que se entregará durante los eventos a los que Crearmarca asista como expositor o invitado.

Crearmarca cuenta con unos gastos administrativos, para el manejo y comunicación de sus servicios, estipulados mensualmente que permiten el desarrollo y funcionamiento de sus actividades. Los valores establecidos para llevar a cabo lo descrito anteriormente son:

Tabla 4. Gastos Administrativos Crearmarca

Gastos Administrativos	Valor
Representación Transporte	250.000
Papelería y dotaciones	30.000
Publicidad	90.000
Celulares / Comunicación	200.000
Hosting y correos	13.000
Oficina virtual	200.000
Total Gastos Administrativos	783.000

3.3.6 Plan De Ventas

3.3.6.1 Objetivos de Ventas

- Vender en 2012 entre 20 y 25 millones de pesos equivalentes a 30 o 35 servicios ofrecidos por Crearmarca

3.3.6.2 Pronóstico de Ventas primer año. De acuerdo a la experiencia previa y a las expectativas que se tienen de la compañía, en el modelo financiero se establecieron unas ventas mínimas para el primer año de operación, enfocándose en el número de servicios por vender mes a mes, buscando un equilibrio económico que permita lograr una estabilidad organizacional.

El criterio utilizado para establecer el número de ventas por cada servicio, se debe a la experiencia de Crearmarca, donde se evidencia una mayor demanda en cuanto al tema de servicios legales, seguidos de diseño y comunicación.

Tabla 5. Pronostico de Ventas 2012 mensual

Mes	Pronostico de Ventas 2012					Ventas mensuales
	Legal	Diseño Corp.	Diseño y Branding	Comunicación	Web	
Enero	2					1.305.923
Febrero	1			1	1	2.522.382
Marzo	1	1			1	2.344.342
Abril	2		1			2.240.633
Mayo	1	1		1		2.433.362
Junio	1		1	1	1	3.457.092
Julio	1	1			1	2.344.342
Agosto	2					1.305.923
Septiembre	1	1		1		2.433.362
Octubre	2					1.305.923
Noviembre	2					1.305.923
Diciembre	0					0
	16	4	2	4	4	Total Ventas
						22.999.207

Fuente: autores

Tabla 6. Total de Ventas 2012 por servicio

Servicios	Nº ventas	Precio al Cliente por servicio	Total Vtas Netas por servicio anual	Participación servicios
Registro de Marca	16	733.500	10.447.387	45%
Diseño de Identidad Corporativa	4	900.000	3.204.720	14%
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	2	1.050.000	1.869.420	8%
Consultoría en comunicación (mes)	4	1.100.000	3.916.880	17%
Diseño web	4	1.000.000	3.560.800	15%
TOTALES	30	4.783.500	22.999.207	100%
Fuente: autores				

Teniendo en cuenta lo anterior y la proyección estipulada en el modelo financiero, se espera que los ingresos de ventas en los siguientes 5 años, se incrementen progresivamente de la siguiente manera, al aumentar el número de servicios vendidos y el % promedio de inflación para cada año

Tabla 7. Ventas Proyectadas a 5 años de Crearmarca

	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS DE VENTAS	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230

3.4 ESTUDIO TÉCNICO

3.4.1 Actividades. El servicio de Crearmarca se ofrece mediante consultorías en área legal, comunicaciones y diseño. La organización brinda a los clientes el apoyo necesario en las diferentes áreas de trabajo para facilitar el crecimiento y consolidación de sus negocios. Crearmarca tiene como objetivo hacer un acompañamiento permanente y cercano con el cliente para generar confianza y dar mayor valor al trabajo realizado entre ambas partes. Las consultorías son ofrecidas directamente por el Gerente de la compañía quien establece el contacto con el cliente y presta acompañamiento durante la ejecución de cada proyecto.

3.4.2 Como contactar al cliente. El contacto con el cliente se logra de 5 maneras. A través de correo electrónico, mediante la página web, redes sociales, referidos y contacto cara a cara.

Para contactar a los clientes mediante correo electrónico previamente se realiza una búsqueda de las empresas que no cuentan con el registro de marca, esto se realiza a través de un recorrido en algunas zonas comerciales de Bogotá. En

algunos casos se establece un encuentro con el empresario para tomar sus datos de contacto. En caso de no resultar efectivo se busca en la página web el correo electrónico para enviarles una propuesta formal.

A través de la página web el empresario diligencia el formulario de contacto con Crearmarca. De esta manera el cliente nos suministra sus datos y nos da a conocer sus inquietudes, necesidades y expectativas. Posteriormente se envía una propuesta formal.

Crearmarca cuenta con una Fan Page en Facebook y una cuenta de Twitter. La información de estos medios alternativos es actualizada diariamente, de esta manera se generan para el público objetivo contenidos que brinden visibilidad a la compañía en esta clase de medios. Los interesados contactan a la empresa y posteriormente se les envía una propuesta formal.

Algunos de los clientes de Crearmarca, son contactados por ser referidos de otras personas que ya han tenido una experiencia favorable con la empresa o simplemente con aquellos que están en busca del servicio que ofrecemos. En otros casos las referencias provienen de personas que trabajan o conocen algún miembro del equipo de la organización. Con estas personas se realiza el mismo proceso nombrado en los medios de contacto mencionados anteriormente.

La última manera de acercamiento para lograr nuevos clientes de Crearmarca se realiza a través de un contacto personal. El gerente de la compañía aprovecha espacios de carácter social para relacionarse y ofrecer sus servicios de negocio.

3.4.3 Propuesta formal. De acuerdo a la necesidad de cada cliente se elabora una oferta de servicios a través de una propuesta. Este documento puede ofrecer una consultoría con varios servicios o uno en particular. El documento cuenta con una referencia (Tipo de asesoría), una descripción del alcance de los servicios, el valor de la consultoría y la forma de pago.

Esta propuesta es enviada a los posibles clientes por el Gerente en formato PDF mediante correo electrónico.

3.4.4 Seguimiento y formalización. Una vez es enviada la propuesta, el seguimiento se realiza por teléfono y por correo electrónico. Se da a los clientes en principio 5 días hábiles para recibir alguna retroalimentación sobre el documento. Si después de este tiempo no hay respuesta el Gerente realiza una llamada para obtenerla. De acuerdo a lo que se defina en el momento de la retroalimentación se da inicio al proceso de contratación.

De parte del cliente debe existir una aprobación vía mail respaldado con el pago del 50% de los honorarios por el servicio contratado. Una vez se ha formalizado, el paso a seguir es la entrega del brief por parte del cliente para iniciar el proceso. Crearmarca presenta formalmente el equipo de trabajo al cliente para atender la asesoría.

3.4.5 Plan de trabajo. Dependiendo del tipo de asesoría contratada se hace una retroalimentación con el equipo de trabajo. Se establecen tareas, cronograma de actividades y entregables de cada una de las etapas del proyecto. Cabe resaltar que dependiendo del tipo de servicio y la necesidad del cliente se establecen diferentes tiempos de entrega. Desde un caso de diseño de imagen corporativa que puede tener una duración de un mes, hasta una consultoría en comunicación que oscila entre seis y nueve meses, ó inclusive una asesoría legal para el registro de una marca que puede durar en algunos casos más de nueve meses.

3.4.6 Recursos

3.4.6.1 Recurso Humano (personal). Crearmarca cuenta con un equipo interdisciplinario capaz de brindar soluciones a las necesidades de sus clientes potenciales. El talento humano es el principal recurso de la compañía.

Gerente: Juan Carlos Ariza

Comunicador Social de la Pontificia Universidad Javeriana. Especialista en Gerencia de Comunicación Organizacional de la Universidad de La Sabana. Lideró el área de Análisis de Medios de Dattis Consultores en comunicación, fue Gerente de Cuentas (Monitoreo) en Punto Cardinal Comunicaciones y consultor para la agencia de Comunicaciones del Ministerio de Defensa (The Rendon Group).

Funciones

- Direccionamiento estratégico de la organización.
- Dirección administrativa de la empresa.
- Manejo de clientes proveedores.
- Dirección comercial de la empresa, elaboración y envío de propuestas para posibles clientes.
- Identificación y relacionamiento con aliados estratégicos.
- Seguimiento a posibles clientes.
- Seguimiento a las actividades realizadas bajo la Dirección Legal de la Empresa.

Directora Legal: Annie Rosas Marken

Abogada de La Universidad de la Sabana, Especialista en Derecho Comercial de la Universidad Javeriana y Especialista en Propiedad Intelectual, Derechos de autor y nuevas tecnologías de la Universidad Externado de Colombia. Cuenta con más de 6 años de experiencia en Firmas de Abogados (Lloreda Camacho & Compañía) y en el sector real en compañías como Ferrero del Ecuador y Caracol Radio.

Funciones

- Direccionamiento del área legal de la empresa.
- Seguimiento y atención a los clientes que requieren temas legales en la organización.
- Contacto permanente con las entidades de apoyo legal para Crearmarca (Superintendencia de Industria y Comercio, Cámara de Comercio de Bogotá, INVIMA).
- Envío de comunicación semanal para los clientes que requieren consultorías legales.
- Revisión de las propuestas comerciales enviadas a los clientes.

El anterior personal de Crearmarca representa un valor mensual del 30% del total de las ventas distribuido de la siguiente manera:

Tabla 8. Honorarios Personal Fijo - Crearmarca

Tabla de Honorarios	
Base cálculo de honorarios	Porcentaje sobre las ventas
Honorarios tipo 1 (Gerente)	20%
Honorarios tipo 2 (Dir. Legal)	10%
Fuente: autores	

Web Master (Publicista – diseñador): Rafael Rosas Marken

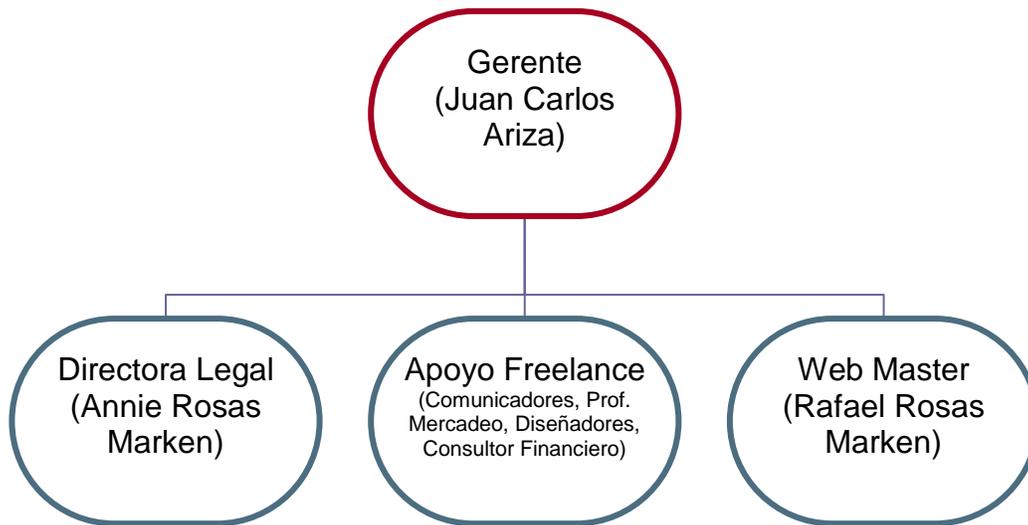
Profesional en publicidad de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Cuenta con más de 10 años de experiencia como independiente en proyectos de creaciones web, diseño gráfico, nuevas tecnologías, manejo de programación y creaciones de software.

Funciones

- Seguimiento y mantenimiento mensual de la página web www.crearmarca.com.co y administración de los correos electrónicos de la empresa.
- Freelance para el desarrollo de proyectos de Diseño de identidad corporativa de Crearmarca

El mantenimiento de la página web y la administración del correo electrónico de Crearmarca tiene un costo fijo mensual aproximado de \$13.000.

Figura 22. Organigrama



Fuente: autores

3.4.6.2 Recurso humano de apoyo (Freelance). Dependiendo de la cantidad de proyectos, de la necesidad del cliente, de la capacidad operativa instalada en el momento de la asesoría, se contrata personal de apoyo para temas específicos.

Diseñador gráfico: William Pinto.

Diseñador gráfico de la Universidad Jorge Tadeo Lozano con más de 6 años de experiencia. Especialista en Gerencia de Comunicación Organizacional de la Universidad de La Sabana. Propietario de Good Idea Ltda.

Comunicador social y periodista: Miguel Villamil.

Comunicador social y periodista de la Universidad Javeriana, trabajó en la dirección de comunicación para FENALCO y como presentador y periodista de noticias en Cable Noticias.

Comunicadora social con experiencia en medios: Ana María Hernández.

Comunicadora Social y periodista de la Universidad Javeriana, Especialista en Gerencia de Comunicación Organizacional de la Universidad de La Sabana. Experiencia de 4 años en medios de comunicación (Radio: La FM, Televisión: NTN 24)

Profesional en Mercadeo y publicidad: Natalia López Serna.

Profesional en Mercadeo y publicidad del Politécnico Grancolombiano, especialista en Gerencia de Comunicación Organizacional de la Universidad de La Sabana.

Experiencia en planificación, investigación de mercados y planificación de medios. Trabajó como analista de mercadeo en RCN Radio y se desempeña actualmente como ejecutiva de Cuenta en la central de medios Massive.

Consultora Administrativa y financiera: María Fernanda Cabal.

Abogada de la Universidad Santo Tomás, Administradora de Empresas de la Universidad Javeriana, Máster en Police Analysis and Public Managment en la Universidad del Estado de Nueva York. Cuenta con más de 30 años de experiencia laboral entre docencia en pregrado y posgrado en universidades como la Javeriana, la Central y la Sabana. Consultora de desarrollo organizacional de cooperativas financieras y dirección de áreas en la Universidad Javeriana.

Abogada Luz Clemencia Alfonso

Abogada de la Universidad del Rosario con Especialización en Derecho Tributario, Especialización en Derecho Aduanero de la Universidad Externado de Colombia. Más de 15 años experiencia en derecho tributario con énfasis en consultoría y planeación fiscal a empresas nacionales y multinacionales, complementando dicha asesoría con sus estudios y experiencia en aduanas y comercio exterior, inversión extranjera y cambios internacionales.

El anterior personal, tiene un costo promedio por proyecto, establecido de la siguiente manera:

Tabla 9. Honorarios de personal por proyecto

Analista	250.000
Diseñadores Gráficos y Web	300.000
Experto (Abogados, Consultores, Comunicadores)	350.000
Fuente: autores	

3.4.6.3 Recursos Físicos. Crearmarca es una organización en crecimiento y con un bajo número de personas, por esta razón no cuenta con un espacio físico donde se realicen las actividades y negociaciones. Estas se desempeñan de manera virtual o física con cada uno de los clientes en diferentes lugares o en sus lugares de trabajo.

Crearmarca cuenta con una oficina virtual en la ciudad de Bogotá, con el fin de tener un espacio adecuado y con alternativas de servicios para una mejor atención de sus clientes.

3.4.6.4 Recursos Tecnológicos. La organización cuenta actualmente con un dominio y un hosting propios con las siguientes características:

- 400 MB de espacio para almacenamiento.
- 4.000 MB de transferencia de datos.
- 10 cuentas de correo
- Web mail.
- Pagina Web - www.crearmarca.com.co

Así mismo la marca cuenta con un apoyo en redes sociales en Facebook – www.facebook.com/crearmarcacolombia y en Twitter @crearmarca .

El Gerente y la Directora Legal cuentan con equipos tecnológicos que les permiten desarrollar con facilidad su trabajo y tener un contacto rápido y efectivo con sus clientes:

- Computadores portátiles.
- Smartphones.
- Impresora.

3.4.7 Proveedores. Crearmarca para poder ofrecer un servicio efectivo y profesional, cuenta con proveedores que le facilitan el desarrollo de sus actividades:

3.4.7.1 Organizaciones proveedoras de Información:

- Cámara de Comercio de Bogotá.
- Superintendencia de Industria y Comercio.
- Dirección Nacional de Derechos de Autor.
- INVIMA.

3.4.7.2 Empresas de Impresión y Litografías:

- Imagen Creativa: Víctor Manuel Suarez.
- Contacto Grafico: Impresión y Litografía a gran escala.

3.4.7.3 Empresas de Soporte Tecnológico

- Tipoink Ltda.

3.4.7.4 Suministros Papelería:

- Papelería Panamericana.

3.5 ESTUDIO LEGAL

Teniendo en cuenta que no se ha constituido sociedad para el desarrollo de las actividades de Crearmarca, y, que se cumple con los requisitos del artículo 499 del Estatuto Tributario para pertenecer al Régimen Simplificado, a saber:

- Ingresos en el año 2010 inferiores a \$98.220.000;
- Una oficina donde ejercen su actividad;
- No se desarrollan actividades bajo franquicia, concesión, regalía, autorización o cualquier otro sistema que implique la explotación de intangibles;
- No ser usuario aduanero;

- Que en el año 2010 no se hayan celebrado contratos de venta de bienes o prestación de servicios con valores superiores a \$81.032.000;
- Que en el año 2011 no celebre contratos de venta de bienes o prestación de servicios gravados por un valor individual superior a \$82.936.000;
- Que en el año 2010 el monto total de sus consignaciones bancarias no haya superado los \$110.498.000.
- Que en el año 2011 el monto total de sus consignaciones no haya superado la suma de \$113.094.000.

Crearmarca hasta el momento ha pertenecido al Régimen Simplificado, lo que conlleva las siguientes ventajas:

- No se cobra impuesto de Impuesto de Valor Agregado (IVA);
- No se factura, es suficiente con cuentas de cobro;
- No se debe llevar contabilidad;
- No se debe declarar Impuesto de Renta.

Por las ventajas del Régimen Simplificado, por el momento no se ha considerado constituir una sociedad mediante la cual desarrollar las actividades de Crearmarca; sin embargo, cuando se deje de cumplir con los requisitos de dicho régimen, y, en consecuencia se haga parte del Régimen Común, se constituirá una sociedad por acciones simplificadas, mejor conocida como SAS. En nuestra opinión, este tipo societario es el más favorable ya que su constitución puede realizarse mediante documento privado, lo cual disminuye los costos notariales, además, solo requiere de una persona para constituirse. Ahora bien, el objetivo de principal de constituir una sociedad radica en la responsabilidad que asumen los accionistas, con este tipo societario los accionistas responden hasta por el monto de sus aportes, sin importar la clase de obligación, inclusive es indiferente que sea una obligación tributaria o laboral, a menos que se trate de fraude.

Al constituir una sociedad automáticamente surgen las siguientes obligaciones legales y tributarias:

- Impuesto de Renta: Este se paga anualmente y corresponde al 33% de la utilidad ante la Dian.
- Impuesto de Industria y Comercio (ICA): Se paga bimestralmente y es el 1% sobre ingresos ante el Distrito.
- Impuesto de Valor Agregado (IVA): Se paga bimensual ante la DIAN.

- Renovación Matricula Mercantil: Este pago es anual ante la Cámara de Comercio.
- Llevar Contabilidad.

Por último, en cuanto a la vinculación legal de los fundadores de Crearmarca y su remuneración, teniendo en cuenta que son los que constantemente trabajan en las actividades de la empresa, la figura contractual más adecuada es el contrato de prestación de servicios.

3.6 ESTUDIO FINANCIERO

Durante este trabajo, se desarrolló un modelo económico y financiero que permite proyectar el crecimiento estimado de la compañía en los próximos 5 años. Estos cálculos se hicieron teniendo en cuenta unos factores externos que pueden influir tanto positivamente como negativamente a Crearmarca. En el siguiente capítulo se analizarán los balances, cuadros de pérdidas y ganancias, y flujos de caja tanto del primer año como de los siguientes 5, que permiten llegar a la conclusión de qué tan rentable es invertir en Crearmarca.

Los factores que se tuvieron para hacer este modelo económico, fueron variados, en primer lugar tomamos la experiencia que ha tenido la empresa hasta el momento, en la consecución de clientes y el número de servicios vendidos al año.

Adicionalmente se investigó sobre los factores tanto políticos como económicos y sociales que pueden contribuir al éxito o fracaso de la compañía.

Por último se realizó un ejercicio reflexivo en el cuál se visualizaron los logros que quería tener la empresa, tanto económicos como de posicionamiento. De igual manera se proyectaron las ventas teniendo en cuenta la rentabilidad que se espera de Crearmarca al final de los años 1 al 5 de funcionamiento.

Para este ejercicio se hizo la suposición de que los ingresos generados por la venta de servicios, entrarán a la compañía de contado. Es posible debido a que las asesorías ofrecidas por Crearmarca, rara vez duran más de un mes y alcanzan a entrar en el mismo periodo contable.

De acuerdo a la experiencia que tiene Crearmarca, se sabe que esta empresa necesita una inversión de 13 millones doscientos noventa mil pesos, para adquirir equipos de trabajo, instalaciones virtuales y para cerrar el proceso de constitución.

Teniendo en cuenta el monto inicial que se necesita para que empiece a funcionar la compañía, Crearmarca se convierte en una empresa con proyección, en primer lugar, debido a que esta inversión inicial es realizada por los socios de la compañía

sin necesidad de acudir a préstamos externos que obliguen al pago de intereses mensuales.

En segundo lugar, porque la tasa interna de oportunidad es del 15% y de acuerdo al ejercicio financiero realizado la tasa interna de retorno es del 43%. Esto significa que la rentabilidad del negocio es superior a la esperada por los socios.

TIR	43%
VPN (TIO 15%)	\$12.341.823

Se hizo la suposición de que no había necesidad de pedir préstamos a entidades bancarias debido a que los equipos como computadores, celulares e impresora ya han sido adquiridos por los socios principales de Crearmarca. Así mismo, lo estimado para caja y bancos, es un ahorro con el que cuentan los socios de la compañía para invertir en ella y los gastos de constitución serán subsidiados con ingresos de los socios ajenos a la compañía.

Tabla 10. Balance Inicial – Proyectados a 5 años

crearma [®] ca		BALANCE				
BALANCE	Inicial	PROYECCIONES				
		AÑO 2012 Total año 2012	Total año 2013	Total año 2014	Total año 2015	Total año 2016
Activos	Pesos					
CORRIENTE						
Caja y bancos	5.250.000	9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581
TOTAL CAJA Y BANCOS	5.250.000	9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581
INVENTARIO	-	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	5.250.000	9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS						
Computadores	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000
Celulares	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000
Impresora	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
TOTAL PROP. PLANTA Y EQUIPO	7.040.000	7.040.000	7.040.000	7.040.000	7.040.000	7.040.000
Depreciacion de Equipos	-	1.408.000	2.816.000	4.224.000	5.632.000	7.040.000
Neto Planta y Equipo	-	5.632.000	4.224.000	2.816.000	1.408.000	-
Gastos de Constitucion	1.000.000	1.000.000				
Amortizacion		1.000.000				
TOTAL OTROS ACTIVOS	1.000.000	-				
TOTAL ACTIVO	13.290.000	14.655.445	19.558.865	27.245.860	39.820.511	59.284.581
Pasivos	Pesos					
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-	450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	-	450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265
Patrimonio	Pesos					
Capital social	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000
Resultado del ejercicio		914.848	3.587.191	6.334.060	10.515.256	16.510.961
Utilidad ejercicios anteriores			914.848	4.502.040	10.836.099	21.351.355
TOTAL PATRIMONIO	13.290.000	14.204.848	17.792.040	24.126.099	34.641.355	51.152.317
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	13.290.000	14.655.445	19.558.865	27.245.860	39.820.511	59.284.581
Activos - (pasivo + patrimonio)	-	-	-	-	-	-

Fuente: autores

El Flujo de Caja proyectado para el primer año de funcionamiento de la compañía, se realizó suponiendo que durante el mes 0 los únicos egresos que tendrá Crearmarca son los gastos de constitución y la compra de equipos.

De la misma manera, se supone un mínimo de ventas mensuales durante el primer año de la compañía que permiten estabilidad, pues el valor de las ventas mensuales estimado fue siempre mayor a 1 millón de pesos. En el flujo de caja desarrollado para este modelo financiero se puede observar que entre los meses de Enero a Noviembre ninguno da un monto negativo.

Esto sólo ocurre en Diciembre cuando se prevé un receso en las actividades de Crearmarca. Sin embargo, al revisar el total de este primer año, el receso en las actividades durante el último mes no afecta de manera considerable el flujo de caja de la compañía.

Aunque se supone que Crearmarca no venderá ningún servicio durante el mes de Diciembre, se proyectan dos de los gastos operativos: El costo de la oficina virtual y la administración de los correos electrónicos y la página web.

Tabla 11. Flujo de Caja Proyectado al primer año (2012)

crearma®ca C1691W9@C9		FLUJO DE CAJA												
		AÑO 2012												
	Mes 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL 2012
CAJA INICIAL	13.290.000	5.250.000	5.381.146	6.013.814	6.171.853	6.607.296	7.177.649	8.114.614	8.272.653	8.403.799	8.974.152	9.105.299	9.236.445	5.250.000
INGRESOS														
TOTAL INGRESOS VENTAS NETAS	-	1.305.923	2.522.382	2.344.342	2.240.633	2.433.362	3.457.092	2.344.342	1.305.923	2.433.362	1.305.923	1.305.923	-	22.999.207
TOTAL INGRESOS	-	1.305.923	2.522.382	2.344.342	2.240.633	2.433.362	3.457.092	2.344.342	1.305.923	2.433.362	1.305.923	1.305.923	-	22.999.207
TOTAL CAJA INICIAL MÁS INGRESOS	13.290.000	6.555.923	7.903.528	8.358.155	8.412.486	9.040.658	10.634.741	10.458.955	9.578.576	10.837.161	10.280.076	10.411.222	9.236.445	28.249.207
EGRESOS														
TOTAL COSTO VENTAS (Gerente)	-	261.185	504.476	468.868	448.127	486.672	691.418	468.868	261.185	486.672	261.185	261.185	-	4.599.841
TOTAL COSTO VENTAS (Dir Legal)	-	130.592	252.238	234.434	224.063	243.336	345.709	234.434	130.592	243.336	130.592	130.592	-	2.299.921
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	213.000	8.826.000
TOTAL HONORARIOS	-	-	350.000	700.000	350.000	350.000	700.000	700.000	-	350.000	-	-	-	3.500.000
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	1.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL OTROS EGRESOS	7.040.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PAGO DE IMPUESTOS														
TOTAL COSTOS Y GASTOS	8.040.000	1.174.777	1.889.715	2.186.303	1.805.190	1.863.009	2.520.128	2.186.303	1.174.777	1.863.009	1.174.777	1.174.777	213.000	19.225.762
SALDO CAJA	5.250.000	5.381.146	6.013.814	6.171.853	6.607.296	7.177.649	8.114.614	8.272.653	8.403.799	8.974.152	9.105.299	9.236.445	9.023.445	9.023.445
Saldo CAJA /mes		131.146	632.667	158.039	435.443	570.353	936.964	158.039	131.146	570.353	131.146	131.146	(213.000)	

Fuente: autores

Dentro del análisis financiero realizado, se tuvo en cuenta la misma inactividad de la compañía durante el mismo periodo (el mes de Diciembre), para realizar la proyección a 5 años del flujo de caja de Crearmarca.

Tabla 12. Flujo de Caja Proyectado

	FLUJO DE CAJA			
	PROYECCIONES			
	TOTAL 2013	TOTAL 2014	TOTAL 2015	TOTAL 2016
CAJA INICIAL	9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511
INGRESOS				
TOTAL INGRESOS VENTAS NETAS	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
TOTAL INGRESOS	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
TOTAL CAJA INICIAL MÁS INGRESOS	35.684.126	46.791.803	62.848.218	86.525.741
EGRESOS				
TOTAL COSTO VENTAS (Gerente)	4.760.836	4.927.465	5.099.926	5.278.424
TOTAL COSTO VENTAS (Dir Legal)	2.380.418	2.463.733	2.549.963	2.639.212
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	9.134.910	9.454.632	9.785.544	10.128.038
TOTAL HONORARIOS	3.622.500	3.749.288	3.880.513	4.016.331
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION				
TOTAL OTROS EGRESOS				
PAGO DE IMPUESTOS	450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156
TOTAL COSTOS Y GASTOS	20.349.261	22.361.943	24.435.707	27.241.160
SALDO CAJA	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581
Saldo CAJA /mes				

Fuente: autores

Para el ejercicio de proyección del cuadro de Pérdidas y Ganancias, se tuvieron en cuenta factores como Gastos administrativos fijos mes a mes, que son siempre inferiores a los ingresos generados por las ventas de servicios, lo que genera utilidades netas positivas en todos los meses del primer año de funcionamiento. La única excepción es la del mes de Diciembre, explicada anteriormente.

Tabla 13. Estado de Pérdidas y Ganancias Inicial



ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

P&G MENSUAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL 2012
Ingresos													
Ingresos netos por venta	1.305.923	2.522.382	2.344.342	2.240.633	2.433.362	3.457.092	2.344.342	1.305.923	2.433.362	1.305.923	1.305.923	-	22.999.207
Menos Costos de ventas	391.777	756.715	703.303	672.190	730.009	1.037.128	703.303	391.777	730.009	391.777	391.777	-	6.899.762
Utilidad bruta en ventas	914.146	1.765.667	1.641.039	1.568.443	1.703.353	2.419.964	1.641.039	914.146	1.703.353	914.146	914.146	-	16.099.445
Egresos													
Gastos Administrativos													
Representación Transporte	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	-	2.750.000
Papelería y dotaciones	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	-	330.000
Publicidad	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	-	990.000
Celulares / Comunicación	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
Hosting y correos	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	156.000
Oficina virtual	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	-	2.200.000
Depreciación Equipos													1.408.000
Amortización otros activos													1.000.000
Total Gastos Administrativos	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	213.000	11.234.000
Gastos de personal													
Honorarios	-	350.000	700.000	350.000	350.000	700.000	700.000	-	350.000	-	-	-	3.500.000
Total gastos personal	-	350.000	700.000	350.000	350.000	700.000	700.000	-	350.000	-	-	-	3.500.000
Total gastos operación	783.000	1.133.000	1.483.000	1.133.000	1.133.000	1.483.000	1.483.000	783.000	1.133.000	783.000	783.000	213.000	14.734.000
UTILIDAD OPERACIONAL	131.146	632.667	158.039	435.443	570.353	936.964	158.039	131.146	570.353	131.146	131.146	-213.000	1.365.445
Utilidad antes de Impuestos	131.146	632.667	158.039	435.443	570.353	936.964	158.039	131.146	570.353	131.146	131.146	-213.000	1.365.445
Impuestos (33%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	450.597
ICA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA	131.146	632.667	158.039	435.443	570.353	936.964	158.039	131.146	570.353	131.146	131.146	-213.000	914.848

Fuente: autores

Según se pudo establecer en el modelo financiero desarrollado para Crearmarca, el periodo de la recuperación de la inversión es de 2 años y 6 meses. Uno de los supuestos más importantes para la obtención de estos resultados es el mantenimiento de bajos costos de operación y un incremento constante en las ventas de la compañía.

Tabla 14. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyecto

crearma®ca		ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS			
P&G MENSUAL	TOTAL 2013	TOTAL 2014	TOTAL 2015	TOTAL 2016	
Ingresos					
Ingresos netos por venta	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230	
Menos Costos de ventas	7.141.254	7.391.198	7.649.890	7.917.636	
Utilidad bruta en ventas	19.519.427	24.065.740	30.768.468	40.195.595	
Egresos					
Gastos Administrativos					
Representación Transporte	2.846.250	2.945.869	3.048.974	3.155.688	
Papelería y dotaciones	341.550	353.504	365.877	378.683	
Publicidad	1.024.650	1.060.513	1.097.631	1.136.048	
Celulares / Comunicación	2.484.000	2.570.940	2.660.923	2.754.055	
Hosting y correos	161.460	167.111	172.960	179.014	
Oficina virtual	2.277.000	2.356.695	2.439.179	2.524.551	
Depreciacion Equipos	1.408.000	1.408.000	1.408.000	1.408.000	
Amortizacion otros activos					
Total Gastos Administrativos	10.542.910	10.862.632	11.193.544	11.536.038	
Gastos de personal					
Honorarios	3.622.500	3.749.288	3.880.513	4.016.331	
Total gastos personal	3.622.500	3.749.288	3.880.513	4.016.331	
Total gastos operación	14.165.410	14.611.919	15.074.057	15.552.369	
UTILIDAD OPERACIONAL	5.354.017	9.453.820	15.694.412	24.643.226	
Utilidad antes de Impuestos	5.354.017	9.453.820	15.694.412	24.643.226	
Impuestos (33%) ICA	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265	
UTILIDAD NETA	3.587.191	6.334.060	10.515.256	16.510.961	

Fuente: autores

Además manteniendo un aumento constante en las ventas, Crearmarca pasa de tener una rentabilidad del patrimonio del 7% al primer año a más del 40% de rentabilidad en su quinto año de operación.

Tabla 15. Rentabilidad del Patrimonio Proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	7%	25%	36%	44%	48%

Fuente: autores

La rentabilidad obtenida con este ejercicio financiero resulta positiva pues podemos utilizar este dinero para reinversión en la misma empresa o consecución de nuevos clientes.

Gracias al amplio margen de maniobrabilidad que tiene Crearmarca, es posible asegurar una rentabilidad positiva de la compañía incluso si en determinado momento no se alcanzan los ingresos esperados. Al realizar un ejercicio de sensibilización del modelo financiero, logramos establecer que podemos reducir los ingresos hasta en un 24,44%, aumentar el costo de ventas hasta un 78,72% o aumentar los costos fijos hasta un 24,06% sin que la Tasa Interna de Retorno (TIR) sea menor a la Tasa Interna de Oportunidad (TIO).

Tabla 16. Resultados de sensibilización del Modelo Económico

	Ventas caen hasta 24,44% :	Costos de ventas suben hasta 78,72% :	Costos fijos suben hasta 24,06% :
TIR	15%	15%	15%
VPN (TIO 15%)	\$ 2.151,03	\$ 758,35	\$ 1.480,21

Fuente: autores

Como se puede observar el riesgo de inversión no es tan alto y eso permite tener unos costos de operación bajos. Por lo que de acuerdo al modelo financiero desarrollado para este trabajo, la compañía Crearmarca será rentable incluso si por alguno de los factores externos no se alcanzan las ventas estimadas durante los primeros años de funcionamiento.

Tabla 17. FCL Esperado

FLUJO DE CAJA LIBRE ESPERADO	INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
Ventas		22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
Costo de Ventas		6.899.762	7.141.254	7.391.198	7.649.890	7.917.636
Gastos de Operación (funcionamiento)		12.326.000	12.757.410	13.203.919	13.666.057	14.144.369
Impuestos		450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265
Flujo de Caja Libre y Neto	-13.290.000	3.322.848	4.995.191	7.742.060	11.923.256	17.918.961
TIR		43%				
VPN (TIO 15%)		\$12.341.823				
PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION						
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO		7%	25%	36%	44%	48%

Tabla 18. FCL - Caída en Ventas

FLUJO DE CAJA LIBRE (CAIDA EN VENTAS - 24.44%)	INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
Ventas		17.378.201	20.144.811	23.768.862	29.028.911	36.354.357
Costo de Ventas		5.213.460	5.395.931	5.584.789	5.780.257	5.982.566
Gastos de Operación (funcionamiento)		12.326.000	12.757.410	13.203.919	13.666.057	14.144.369
Impuestos		-	192.545	1.178.811	2.697.617	4.890.410
Flujo de Caja Libre y Neto	-13.290.000	-161.259	1.798.924	3.801.343	6.884.981	11.337.013
TIR	15%					
VPN (TIO 15%)	\$2.151					

Fuente: autores

Tabla 19: FCL - Incremento de Costos Variables

FLUJO DE CAJA LIBRE (INCREMENTO EN CV - 78,72%)	INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
Ventas		22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
Costo de Ventas		12.331.255	12.762.849	13.209.549	13.671.883	14.150.399
Gastos de Operación (funcionamiento)		12.326.000	12.757.410	13.203.919	13.666.057	14.144.369
Impuestos		-	-	1.199.705	3.191.898	6.075.453
Flujo de Caja Libre y Neto	-13.290.000	-1.658.048	1.140.422	3.843.765	7.888.520	13.743.010
TIR	15%					
VPN (TIO 15%)	\$758					

Fuente: autores

Tabla 20: FCL - Incremento de Costos Fijos

FLUJO DE CAJA LIBRE (INCREMENTO EN CF - 24,06%)	INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
Ventas		22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
Costo de Ventas		6.899.762	7.141.254	7.391.198	7.649.890	7.917.636
Gastos de Operación (funcionamiento)		18.279.000	17.573.608	18.127.547	18.700.875	19.294.268
Impuestos		-	642.120	1.959.604	3.982.306	6.897.438
Flujo de Caja Libre y Neto	-13.290.000	-2.179.555	1.303.699	3.978.589	8.085.288	14.003.889
TIR	15%					
VPN (TIO 15%)	\$1.480					

Fuente: autores

4. RIESGOS DE INVERTIR EN CREARMARCA

La posibilidad de que no se logren las ventas de las unidades esperadas cada año es uno de los principales riesgos a la hora de invertir en Crearmarca. De igual manera, si el crecimiento esperado no cumple con las expectativas mínimas de los socios puede convertirse en un riesgo en el negocio.

A pesar de que dentro de la investigación realizada no se identifica un competidor directo de la compañía en su oferta de productos y servicios, es posible que en algún momento pueda ingresar al mercado y convertirse en un riesgo para Crearmarca. Pues podría llegar con un músculo financiero mayor y con una capacidad operativa instalada más grande que le permitiría llegar a mayor número de clientes con un menor precio.

El hecho de que los servicios de Crearmarca no tengan una fácil recompra por parte de sus clientes, hace que se considere un riesgo importante a tener en cuenta. Pues se abre un espacio en el que los clientes pueden recibir ofertas de diferentes proveedores lo que se vería reflejado en una disminución de las solicitudes de servicios para la compañía.

Al ser Crearmarca un negocio con recursos limitados en sus primeros años de operación, se considera un riesgo el hecho de que existe la posibilidad de que el sistema financiero no le otorgue recursos importantes a manera de préstamo para lograr un crecimiento considerable.

Dentro del plan de trabajo de Crearmarca a mediano plazo no está contemplado invertir cantidades importantes de dinero en publicidad. Esto hace que posiblemente se pierdan oportunidades de negocio al no generar un impacto real en clientes potenciales. Este suceso puede convertirse en riesgo, pues empresas del mismo sector pueden llegar a mayor número de clientes de esta manera reduciendo las posibilidades de Crearmarca de cautivar nuevos clientes.

Crearmarca actualmente cuenta con un personal freelance que le permite desarrollar los proyectos a tiempo y un cumplimiento efectivo de los proyectos a cada cliente. Sin embargo es posible que las personas que actualmente prestan sus servicios y no son de planta en la empresa, se ausenten o decidan no continuar trabajando para la compañía. Esto afectaría notablemente el desempeño y cumplimiento de la misma.

La llegada de nuevos competidores de otros países gracias a la apertura económica y a los tratados de libre comercio de nuestro país es un hecho que pone en riesgo posibilidades de crecimiento de Crearmarca.

El auge de las nuevas tecnologías, puede considerarse un riesgo en el sentido que podría popularizarse la realización de consultorías a través de la web desde otros países. De esta manera, podrían ingresar competidores de Crearmarca desde cualquier parte del mundo.

5. CONCLUSIONES

Resulta rentable invertir en Crearmarca pues la rentabilidad del patrimonio en el primer año es del 7%, comparado con lo que ofrece en la actualidad el sistema bancario en productos como CDT's que no superan el 6%. Además después del segundo año esta rentabilidad aumenta hasta el 25% y así sucesivamente.

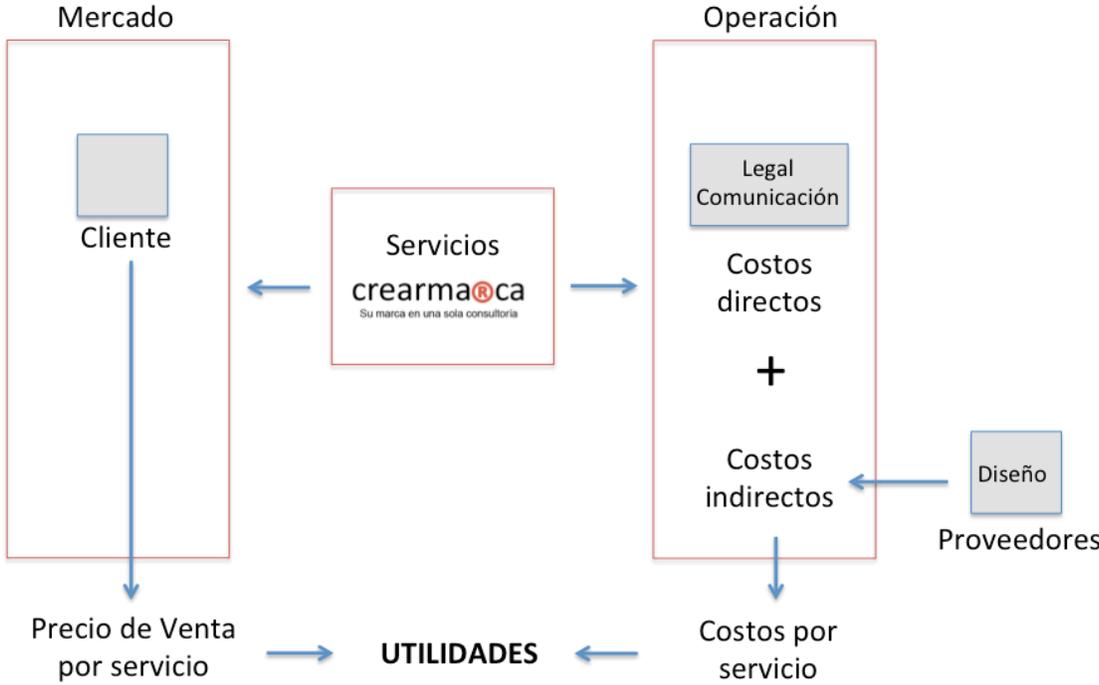
La tasa interna de retorno (TIR) del 43% de la compañía y el cálculo del valor presente neto de la misma que es mayor a (TIO), indican que con el modelo de negocio planteado, los socios no sólo pueden recuperar lo invertido en Crearmarca, sino que pueden aumentar sus ganancias.

De todas maneras es válido aclarar y recordar que estos resultados positivos y rentables se darán sólo en la medida en que se cumplan ciertas condiciones. Algunas de las cuales dependen directamente del Gerente y los socios de Crearmarca, entre estas está tener una venta mínima de 30 servicios en el primer año de la empresa.

Igualmente, tanto el Gerente como los socios de Crearmarca son conscientes de que deben aumentar en un promedio de 6 unidades anuales las ventas de servicios de la compañía, para que las utilidades y crecimiento financiero de Crearmarca, sea el pronosticado en el modelo propuesto.

El aporte al PIB de Colombia del sector servicios fue del 69% en el 2009, según el Ministerio de Comercio Industria y turismo. Esta misma fuente revela que durante el 2008 el aporte del sector servicios al PIB fue del 61%. Estas cifras permiten intuir que las empresas que prestan cualquier tipo de servicios, incluido el de consultorías tienen un futuro promisorio y un crecimiento acorde con el reflejado en el modelo financiero.

Figura 23. Modelo de Negocio Crearmarca



Fuente: autores

6. RECOMENDACIONES

Crearmarca para lograr combatir los riesgos anteriormente mencionados debe tener en cuenta las siguientes recomendaciones.

- Realizar un análisis periódico para conocer las opiniones e intenciones de compra de los clientes, que productos o servicios están buscando y que nivel de involucramiento tienen con los servicios que ofrece Crearmarca. A partir de esto se debe evaluar cuales son los servicios que tienen más niveles de compra y así mismo generar acciones que incentiven la compra de aquellos que tienen menor acogida entre los clientes.
- Generar nuevos servicios que cubran los momentos de no ingreso por parte de los servicios con mayor durabilidad, para poder mantener el crecimiento de la empresa y cumplir con las metas planteadas inicialmente.
- Generar programas de contratación o subcontratación que le permitan tener un nivel de control efectivo, logrando una disminución en los riesgos, certificando la calidad y cumplimiento en los proyectos realizados por Crearmarca.
- Contar con un control de tiempos que permitan a la compañía saber en qué momento abordar a clientes actuales para el ofrecimiento de nuevos proyectos y diferentes servicios.
- Comunicar permanentemente los beneficios que adquieren los clientes al contratar los servicios de crearmarca tanto a clientes potenciales como a clientes actuales para que esto se convierta en un mecanismo efectivo de publicidad y reconocimiento de la compañía.
- Investigar permanentemente en medios de comunicaciones nacionales e internacionales el desarrollo de los acuerdos económicos entre Colombia y otros países para identificar nuevas oportunidades de negocio y estar alerta ante la llegada de nuevos competidores. Esto permitirá que Crearmarca pueda realizar planes de mitigación que puedan contrarrestar el impacto causado por estos hechos inesperados.

- Contemplar la posibilidad de atraer a Crearmarca un socio capitalista que permita tener un recurso financiero importante lo que resultaría interesante para el sector bancario a la hora de prestarle dinero a la compañía para realizar nuevas inversiones.

BIBLIOGRAFIA

BUSINESS.COL. Aplicaciones tributaria en la empresa. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://www.businesscol.com/empresarial/tributarios/tributarios.htm#reg%20ia>>

DANE. Condiciones y calidad de vida. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/calidad_vidaPresentacion_ECV_2010.pdf: > y http://www.dane.gov.co/files/comunicados/cp_ecultural_000.pdf>

_____. PIB. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <www.dane.gov.co>

ENTER.CO. Internet presento su radiografía de internet en Colombia. . [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://www.enter.co/internet/comscore-presento-su-radiografia-de-internet-en-colombia/>>

INDEXMUNDI.COM. Serie de datos comparativos. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <www.indexmundi.com>

LA REPUBLICA.COM. Pymes las productoras de las marcas propias. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.larepublica.com.co/archivos/PYMES/2011-03-07/pymes-las-productoras-de-las-marcas-propias_123511.php>

LAMAC.COM. Chile y Colombia lideran la penetración en internet y tv paga 1. . [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://www.lamac.org/colombia/noticia/chile-y-colombia-lideran-la-penetracion-en-internet-y-tv-paga-1>>

LATINPYMES.COM. Nueva oportunidad para el desarrollo de las pyme en Colombia. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://latinpymes.com/site/2011/03/nueva-oportunidad-para-el-desarrollo-de-las-pyme-en-colombia/>>

MINCOMERCIO. Sector de servicios. . [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://www.mincomercio.gov.co/>>

PORTAFOLIO. Documentos. [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.portafolio.co/archivo/documento/CMS-6801633>

_____. . Negocios y sus expectativas son muy altas. . [en línea], consultado el 13 de enero de 2011 en <<http://www.portafolio.co/negocios/%E2%80%98expectativas-google-colombia-son-muy-altas%E2%80%99>>

ANEXOS

Anexo A. Credenciales

crearma®ca
Su marca en una sola consultoría

PASOS PARA CONSOLIDAR SU NEGOCIO



NUESTRA MISIÓN

Ofrecer servicios complementarios dando las mejores alternativas para el desarrollo y consolidación de empresas en Colombia.

NUESTRA VISIÓN

En el 2014 seremos reconocidos como una excelente alternativa para jóvenes emprendedores y Mipymes ofreciendo servicios articulados con un excelente servicio.

NUESTROS OBJETIVOS

- Ser reconocidos en el mercado como una organización que ofrece servicios complementarios en una sola consultoría.
- Ofrecer un excelente servicio y calidad en todas nuestras consultorías para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

crearma®ca
Su marca en una sola consultoría

NUESTROS SERVICIOS



crearma®ca
Su marca en una sola consultoría

Nuestro equipo

Buscamos satisfacer siempre las expectativas de nuestros clientes teniendo en cuenta los cambios constantes del entorno. Contamos con el talento de abogados, comunicadores sociales, diseñadores gráficos y publicistas que conforman un equipo interdisciplinario orientado al cumplimiento de sus necesidades.



Nuestros clientes



crearma®ca

Su marca en una sola consultoría

Web: www.crearmarca.com.co

Mail: info@crearmarca.com.co

 [Facebook.com/crearmarcacolombia](https://www.facebook.com/crearmarcacolombia)

 [Twitter: @crearmarca](https://twitter.com/crearmarca)

Anexo B. Contabilidad Crearmarca

Balance Inicial 2012

BALANCE INICIAL 2012 CIFRAS EN PESOS	
Activos	Pesos
CORRIENTE	
Caja y Bancos	5.250.000
TOTAL CAJA Y BANCOS	5.250.000
INVENTARIO	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	5.250.000
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS	
Computadores	5.500.000
Celulares	1.240.000
Impresora	300.000
TOTAL PLANTA Y EQUIPOS	7.040.000
Total Gastos de Constitucion	1.000.000
TOTAL OTROS ACTIVOS	1.000.000
TOTAL ACTIVO	13.290.000
Pasivos	
Pesos	
Proveedores	-
Empleados	-
Prestamos	-
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	-
TOTAL PASIVO	-
Patrimonio	
Pesos	
Capital social	13.290.000
Resultado del ejercicio	
TOTAL PATRIMONIO	13.290.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	13.290.000
activos - (pasivo + patrimonio)	-

Ingresos y egresos

INGRESOS Y EGRESOS 2012							
ENERO							
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (Bruto)*	Retefuente	Descuentos / Comisiones	Ingresos Neto
	Enero	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962
	Enero	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962
		TOTAL INGRESOS VENTAS		1.467.000	161.077	-	1.305.923
* sin IVA							
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO				
	Enero	Dividendos		-			-
	Enero	Intereses		-			-
	Enero	Arriendos		-			-
		TOTAL OTROS INGRESOS		-			-
		TOTAL INGRESOS		1.467.000	161.077	-	1.305.923
EGRESOS							
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso			
	Enero	Representación transporte		250.000			
	Enero	Papelería dotaciones		30.000			
	Enero	Publicidad		90.000			
	Enero	Celulares		200.000			
	Enero	Hosting y correos		13.000			
	Enero	Oficina virtual		200.000			
		TOTAL GASTOS ADMON		783.000			
Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso			
	Enero	Gerente		261.185			
	Enero	Dir. Legal		130.592			
		TOTAL COSTO VENTAS		391.777			
Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso			
	Enero						
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		-			

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso				
	Enero	Salarios		-				
	Enero	Gastos financieros		-				
	Enero	intereses pagados		-				
	Enero	impuestos		-				
	Enero	ICA		-				
		TOTAL OTROS EGRESOS		-				
		TOTAL EGRESOS		1.174.777				
FEBRERO								
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente	Comisiones	Ingresos Netos	
	Febrero	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962	
	Febrero	Comunicación		1.100.000	120.780		979.220	
	Febrero	Web		1.000.000	109.800		890.200	
		TOTAL INGRESOS VENTAS		2.833.500	311.118	-	2.522.382	
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO					
	Febrero	Dividendos		-			-	
	Febrero	Intereses		-			-	
	Febrero	Arriendo		-			-	
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-	-	-	
		TOTAL INGRESOS		2.833.500	311.118	-	2.522.382	
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso				
	Febrero	Representación transporte		250.000				
	Febrero	Papelería dotaciones		30.000				
	Febrero	Publicidad		90.000				
	Febrero	Celulares		200.000				
	Febrero	Hosting y correos		13.000				
	Febrero	Oficina virtual		200.000				
		TOTAL GASTOS ADMON		783.000				
Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso				
	Febrero	Gerente		504.476				
	Febrero	Dir. Legal		252.238				
		TOTAL COSTO VENTAS		756.715				

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso			
	Febrero	Diseñador web		350.000			
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		350.000			
Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso			
	Febrero	Salarios		-			
	Febrero	Gastos financieros		-			
	Febrero	Intereses Pagados		-			
	Febrero	Impuestos		-			
	Febrero	ICA		-			
		TOTAL OTROS EGRESOS		-			
		TOTAL EGRESOS		1.889.715			
MARZO							
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente	Comisiones	Ingresos Netos
	Marzo	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962
	Marzo	Diseño identidad corporativa		900.000	98.820		801.180
	Marzo	Web		1.000.000	109.800		890.200
		TOTAL INGRESOS VENTAS		2.633.500	289.158	-	2.344.342
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO				
	Marzo	Dividendos		-			-
	Marzo	Intereses		-			-
	Marzo	Arriendo		-			-
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-	-	-
		TOTAL INGRESOS		2.633.500	289.158	-	2.344.342
		EGRESOS					
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso			
	Marzo	Representación transporte		250.000			
	Marzo	Papelería dotaciones		30.000			
	Marzo	Publicidad		90.000			
	Marzo	Celulares		200.000			
	Marzo	Hosting y correos		13.000			
	Marzo	Oficina virtual		200.000			
		TOTAL GASTOS ADMON		783.000			

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso				
	Marzo	Gerente		468.868				
	Marzo	Dir. Legal		234.434				
		TOTAL COSTO VENTAS		703.303				
Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso				
	Marzo	Diseñador web		350.000				
	Marzo	Diseñador gráfico		350.000				
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		700.000				
Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso				
	Marzo	Salarios		-				
	Marzo	Gastos financieros		-				
	Marzo	Intereses Pagados		-				
	Marzo	Impuestos		-				
	Marzo	ICA		-				
		TOTAL OTROS EGRESOS		-				
		TOTAL EGRESOS		2.186.303				
ABRIL								
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente	Comisiones	Ingresos Netos	
	Abril	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962	
	Abril	Diseño identidad corporativa y branding		1.050.000	115.290		934.710	
	Abril	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962	
		TOTAL INGRESOS VENTAS		2.517.000	276.367	-	2.240.633	
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO					
	Abril	Dividendos		-			-	
	Abril	Intereses		-			-	
	Abril	Arriendos		-			-	
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-	-	-	
		TOTAL INGRESOS		2.517.000	276.367	-	2.240.633	

		EGRESOS					
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso			
	Abril	Representación transporte		250.000			
	Abril	Papelería dotaciones		30.000			
	Abril	Publicidad		90.000			
	Abril	Celulares		200.000			
	Abril	Hosting y correos		13.000			
	Abril	Oficina virtual		200.000			
				TOTAL GASTOS ADMON	783.000		
Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso			
	Abril	Gerente		448.127			
	Abril	Dir. Legal		224.063			
				TOTAL COSTO VENTAS	672.190		
Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso			
	Abril	Diseñador gráfico		350.000			
				TOTAL GASTOS HONORARIOS	350.000		
Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso			
	Abril	Salarios		-			
	Abril	Gastos financieros		-			
	Abril	Intereses pagados		-			
	Abril	Impuestos		-			
	Abril	ICA		-			
				TOTAL OTROS EGRESOS	-		
				TOTAL EGRESOS	1.805.190		
MAYO							
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente	Comisiones	Ingresos Netos
	Mayo	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962
	Mayo	Diseño identidad corporativa		900.000	98.820		801.180
	Mayo	Comunicaciones		1.100.000	120.780		979.220
				TOTAL INGRESOS VENTAS	2.733.500	300.138	2.433.362
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO				
	Mayo	Dividendos		-			-
	Mayo	Intereses		-			-
	Mayo	Arriendos		-			-
				TOTAL OTROS INGRESOS	-	-	-
				TOTAL INGRESOS	2.733.500	300.138	2.433.362
		EGRESOS					
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso			
	Mayo	Representación transporte		250.000			
	Mayo	Papelería dotaciones		30.000			
	Mayo	Publicidad		90.000			
	Mayo	Celulares		200.000			
	Mayo	Hosting y correos		13.000			
	Mayo	Oficina virtual		200.000			
				TOTAL GASTOS ADMON	783.000		

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso				
	Mayo	Gerente		486.672				
	Mayo	Dir. Legal		243.336				
		TOTAL COSTO VENTAS		730.009				
Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso				
	Mayo	Diseñador gráfico		350.000				
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		350.000				
Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso				
	Mayo	Salarios		-				
	Mayo	Gastos Financieros		-				
	Mayo	Intereses Pagados		-				
	Mayo	Impuestos		-				
	Mayo	ICA		-				
		TOTAL OTROS EGRESOS		-				
		TOTAL EGRESOS		1.863.009				
JUNIO								
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente	Comisiones	Ingresos Netos	
	Junio	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962	
	Junio	Diseño identidad corporativa y Branding		1.050.000	115.290		934.710	
	Junio	Comunicaciones		1.100.000	120.780		979.220	
	Junio	Web		1.000.000	109.800		890.200	
		TOTAL INGRESOS VENTAS		3.883.500	426.408	-	3.457.092	
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO					
	Junio	Dividendos		-			-	
	Junio	Intereses		-			-	
	Junio	Arriendos		-			-	
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-	-	-	
		TOTAL INGRESOS		3.883.500	426.408	-	3.457.092	
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso				
	Junio	Representación transporte		250.000				
	Junio	Papelería dotaciones		30.000				
	Junio	Publicidad		90.000				
	Junio	Celulares		200.000				
	Junio	Hosting y correos		13.000				
	Junio	Oficina virtual		200.000				
		TOTAL GASTOS ADMON		783.000				

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso				
	Junio	Gerente		691.418				
	Junio	Dir. Legal		345.709				
		TOTAL COSTO VENTAS		1.037.128				
Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso				
	Junio	Diseñador gráfico		350.000				
	Junio	Diseñador web		350.000				
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		700.000				
Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso				
	Junio	Salarios		-				
	Junio	Gastos Financieros		-				
	Junio	Intereses Pagados		-				
	Junio	Impuestos		-				
	Junio	ICA		-				
		TOTAL OTROS EGRESOS		-				
		TOTAL EGRESOS		2.520.128				
JULIO								
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	retefuente	Comisiones	Ingresos Netos	
	Julio	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962	
	Julio	Diseño identidad corporativa		900.000	98.820		801.180	
	Julio	Web		1.000.000	109.800		890.200	
		TOTAL INGRESOS VENTAS		2.633.500	289.158	-	2.344.342	
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO					
	Julio	Dividendos		-			-	
	Julio	Intereses		-			-	
	Julio	Arriendos		-			-	
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-	-	-	
		TOTAL INGRESOS		2.633.500	289.158	-	2.344.342	

		EGRESOS					
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso			
	Julio	Representación transporte		250.000			
	Julio	Papelería dotaciones		30.000			
	Julio	Publicidad		90.000			
	Julio	Celulares		200.000			
	Julio	Hosting y correos		13.000			
	Julio	Oficina virtual		200.000			
		TOTAL GASTOS ADMON		783.000			
Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso			
	Julio	Gerente		468.868			
	Julio	Dir. Legal		234.434			
		TOTAL COSTO VENTAS		703.303			
Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso			
	Julio	Diseñador gráfico		350.000			
	Julio	Diseñador web		350.000			
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		700.000			
Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso			
	Julio	Salarios		-			
	Julio	Gastos Financieros		-			
	Julio	Intereses pagados		-			
	Julio	Impuestos		-			
	Julio	ICA		-			
		TOTAL OTROS EGRESOS		-			
		TOTAL EGRESOS		2.186.303			
AGOSTO							
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente	Comisiones	Ingresos Netos
	Agosto	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962
	Agosto	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962
		TOTAL INGRESOS VENTAS		1.467.000	161.077	-	1.305.923
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO				
	Agosto	Dividendos		-			-
	Agosto	Intereses		-			-
	Agosto	Arriendo		-			-
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-	-	-
		TOTAL INGRESOS		1.467.000	161.077	-	1.305.923

		EGRESOS					
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso			
	Agosto	Representación transporte		250.000			
	Agosto	Papelería dotaciones		30.000			
	Agosto	Publicidad		90.000			
	Agosto	Celulares		200.000			
	Agosto	Hosting y correos		13.000			
	Agosto	Oficina virtual		200.000			
		TOTAL GASTOS ADMON		783.000			
Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso			
	Agosto	Gerente		261.185			
	Agosto	Dir. Legal		130.592			
		TOTAL COSTO VENTAS		391.777			
Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso			
	Agosto			-			
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		-			
Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso			
	Agosto	Salarios		-			
	Agosto	Gastos Financieros		-			
	Agosto	Intereses pagados		-			
	Agosto	Impuestos		-			
	Agosto	ICA		-			
		TOTAL OTROS EGRESOS		-			
		TOTAL EGRESOS		1.174.777			
SEPTIEMBRE							
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente	Comisiones	Ingresos Netos
	Septiembre	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962
	Septiembre	Diseño identidad corporativa		900.000	98.820		801.180
	Septiembre	Comunicaciones		1.100.000	120.780		979.220
		TOTAL INGRESOS VENTAS		2.733.500	300.138	-	2.433.362
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO				
	Septiembre	Dividendos		-			-
	Septiembre	Intereses		-			-
	Septiembre	Arriendos		-			-
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-	-	-
		TOTAL INGRESOS		2.733.500	300.138	-	2.433.362

		EGRESOS					
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso			
	Septiembre	Representación transporte		250.000			
	Septiembre	Papelería dotaciones		30.000			
	Septiembre	Publicidad		90.000			
	Septiembre	Celulares		200.000			
	Septiembre	Hosting y correos		13.000			
	Septiembre	Oficina virtual		200.000			
TOTAL GASTOS ADMON				783.000			
Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso			
	Septiembre	Gerente		486.672			
	Septiembre	Dir. Legal		243.336			
TOTAL COSTO VENTAS				730.009			
Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso			
	Septiembre	Diseñador gráfico		350.000			
TOTAL GASTOS HONORARIOS				350.000			
Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso			
	Septiembre	Salarios		-			
	Septiembre	Gastos Financieros		-			
	Septiembre	Intereses pagados		-			
	Septiembre	Impuestos		-			
	Septiembre	ICA		-			
TOTAL OTROS EGRESOS				-			
TOTAL EGRESOS				1.863.009			
OCTUBRE							
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente	Comisiones	Ingresos Netos
	Octubre	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962
	Octubre	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962
TOTAL INGRESOS VENTAS				1.467.000	161.077	-	1.305.923
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO				
	Octubre	Dividendos		-			
	Octubre	Intereses		-			
	Octubre	Arriendos		-			
TOTAL OTROS INGRESOS				-	-	-	-
TOTAL INGRESOS				1.467.000	161.077	-	1.305.923
		EGRESOS					
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso			
	Octubre	Representación transporte		250.000			
	Octubre	Papelería dotaciones		30.000			
	Octubre	Publicidad		90.000			
	Octubre	Celulares		200.000			
	Octubre	Hosting y correos		13.000			
	Octubre	Oficina virtual		200.000			
TOTAL GASTOS ADMON				783.000			
Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso			
	Octubre	Gerente		261.185			
	Octubre	Dir. Legal		130.592			
TOTAL COSTO VENTAS				391.777			

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso				
	Octubre			-				
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		-				
Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso				
	Octubre	Salarios		-				
	Octubre	Gastos Financieros		-				
	Octubre	Intereses pagados		-				
	Octubre	Impuestos		-				
	Octubre	ICA		-				
		TOTAL OTROS EGRESOS		-				
		TOTAL EGRESOS		1.174.777				
NOVIEMBRE								
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente	Comisiones	Ingresos Netos	
	Noviembre	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962	
	Noviembre	Legal	Marca	733.500	80.538		652.962	
		TOTAL INGRESOS VENTAS		1.467.000	161.077	-	1.305.923	
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO					
	Noviembre	Dividendos		-				
	Noviembre	Intereses		-				
	Noviembre	Arriendos		-				
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-	-	-	
		TOTAL INGRESOS		1.467.000	161.077	-	1.305.923	
EGRESOS								
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso				
	Noviembre	Representación transporte		250.000				
	Noviembre	Papelería dotaciones		30.000				
	Noviembre	Publicidad		90.000				
	Noviembre	Celulares		200.000				
	Noviembre	Hosting y correos		13.000				
	Noviembre	Oficina virtual		200.000				
		TOTAL GASTOS ADMINON		783.000				
Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso				
	Noviembre	Gerente		261.185				
	Noviembre	Dir. Legal		130.592				
		TOTAL COSTO VENTAS		391.777				
Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso				
	Noviembre			-				
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		-				

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso				
	Noviembre	Salarios		-				
	Noviembre	Gastos Financieros		-				
	Noviembre	Intereses pagados		-				
	Noviembre	Impuestos		-				
	Noviembre	ICA		-				
		TOTAL OTROS EGRESOS		-				
		TOTAL EGRESOS		1.174.777				
DICIEMBRE								
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente	Comisiones	Ingresos Netos	
	Diciembre			-	-	-	-	
		TOTAL INGRESOS VENTAS		-	-	-	-	
Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO					
	Diciembre	Dividendos		-				
	Diciembre	Intereses		-				
	Diciembre	Arriendos		-				
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-	-	-	
		TOTAL INGRESOS		-	-	-	-	
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso				
	Diciembre	Representación transporte		-				
	Diciembre	Papelería dotaciones		-				
	Diciembre	Publicidad		-				
	Diciembre	Celulares		200.000				
	Diciembre	Hosting y correos		13.000				
	Diciembre	Oficina virtual		-				
		TOTAL GASTOS ADMON		213.000				
Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso				
	Diciembre	Gerente		-				
	Diciembre	Dir. Legal		-				
		TOTAL COSTO VENTAS		-				
Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso				
	Diciembre			-				
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		-				
Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso				
	Diciembre	Salarios		-				
	Diciembre	Gastos Financieros		-				
	Diciembre	Intereses pagados		-				
	Diciembre	Impuestos		-				
	Diciembre	ICA		-				
		TOTAL OTROS EGRESOS		-				
		TOTAL EGRESOS		213.000				

RESUMEN DE INGRESOS Y EGRESOS					
	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL INGRESOS DE VENTAS	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
TOTAL COSTO VENTAS (Gerente)	4.599.841	4.760.836	4.927.465	5.099.926	5.278.424
TOTAL COSTO VENTAS (Dir Legal)	2.299.921	2.380.418	2.463.733	2.549.963	2.639.212
TOTAL COSTO VENTAS	6.899.762	7.141.254	7.391.198	7.649.890	7.917.636
Representación Transporte	2.750.000	2.846.250	2.945.869	3.048.974	3.155.688
Papelería y dotaciones	330.000	341.550	353.504	365.877	378.683
Publicidad	990.000	1.024.650	1.060.513	1.097.631	1.136.048
Celulares / Comunicación	2.400.000	2.484.000	2.570.940	2.660.923	2.754.055
Hosting y correos	156.000	161.460	167.111	172.960	179.014
Oficina virtual	2.200.000	2.277.000	2.356.695	2.439.179	2.524.551
TOTAL GTOS DE ADMON	8.826.000	9.134.910	9.454.632	9.785.544	10.128.038
TOTAL HONORARIOS	3.500.000	3.622.500	3.749.288	3.880.513	4.016.331

Flujo de caja



FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA	Mes 0	AÑO 2012												PROYECCIONES				
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL 2012	TOTAL 2013	TOTAL 2014	TOTAL 2015	TOTAL 2016
CAJA INICIAL	13.290.000	5.250.000	5.381.146	6.013.814	6.171.853	6.607.296	7.177.649	8.114.614	8.272.653	8.403.799	8.974.152	9.105.299	9.236.445	5.250.000	9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511
INGRESOS																		
TOTAL INGRESOS VENTAS NETAS	-	1.305.923	2.522.382	2.344.342	2.240.633	2.433.362	3.457.092	2.344.342	1.305.923	2.433.362	1.305.923	1.305.923	-	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
TOTAL INGRESOS	-	1.305.923	2.522.382	2.344.342	2.240.633	2.433.362	3.457.092	2.344.342	1.305.923	2.433.362	1.305.923	1.305.923	-	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
TOTAL CAJA INICIAL MÁS INGRESOS	13.290.000	6.555.923	7.903.528	8.358.155	8.412.486	9.040.658	10.634.741	10.458.955	9.578.576	10.837.161	10.280.076	10.411.222	9.236.445	28.249.207	35.684.126	46.791.803	62.848.218	86.525.741
EGRESOS																		
TOTAL COSTO VENTAS (Gerente)	-	261.185	504.476	468.868	448.127	486.672	691.418	468.868	261.185	486.672	261.185	261.185	-	4.599.841	4.760.836	4.927.465	5.099.926	5.278.424
TOTAL COSTO VENTAS (Dir Legal)	-	130.592	252.238	234.434	224.063	243.336	345.709	234.434	130.592	243.336	130.592	130.592	-	2.299.921	2.380.418	2.463.733	2.549.963	2.639.212
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	213.000	8.826.000	9.134.910	9.454.632	9.785.544	10.128.038
TOTAL HONORARIOS	-	-	350.000	700.000	350.000	350.000	700.000	700.000	-	350.000	-	-	-	3.500.000	3.622.500	3.749.288	3.880.513	4.016.331
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	1.000.000																	
TOTAL OTROS EGRESOS	7.040.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
PAGO DE IMPUESTOS															450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156
TOTAL COSTOS Y GASTOS	8.040.000	1.174.777	1.889.715	2.186.303	1.805.190	1.863.009	2.520.128	2.186.303	1.174.777	1.863.009	1.174.777	1.174.777	213.000	19.225.762	20.349.261	22.361.943	24.435.707	27.241.160
SALDO CAJA	5.250.000	5.381.146	6.013.814	6.171.853	6.607.296	7.177.649	8.114.614	8.272.653	8.403.799	8.974.152	9.105.299	9.236.445	9.023.445	9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581

Perdidas y ganancias



ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS																	
P&G MENSUAL	AÑO 2012												PROYECCIONES				
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL 2012	TOTAL 2013	TOTAL 2014	TOTAL 2015	TOTAL 2016
Ingresos																	
Ingresos netos por venta	1.305.923	2.522.382	2.344.342	2.240.633	2.433.362	3.457.092	2.344.342	1.305.923	2.433.362	1.305.923	1.305.923	-	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
Menos Costos de ventas	391.777	756.715	703.303	672.190	730.009	1.037.128	703.303	391.777	730.009	391.777	391.777	-	6.899.762	7.141.254	7.391.198	7.649.890	7.917.636
Utilidad bruta en ventas	914.146	1.765.667	1.641.039	1.568.443	1.703.353	2.419.964	1.641.039	914.146	1.703.353	914.146	914.146	-	16.099.445	19.519.427	24.065.740	30.768.468	40.195.595
Egresos																	
Gastos Administrativos																	
Representación Transporte	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	-	2.750.000	2.846.250	2.945.869	3.048.974	3.155.688
Papelería y dotaciones	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	-	330.000	341.550	353.504	365.877	378.683
Publicidad	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	-	990.000	1.024.650	1.060.513	1.097.631	1.136.048
Celulares / Comunicación	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000	2.484.000	2.570.940	2.660.923	2.754.055
Hosting y correos	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	156.000	161.460	167.111	172.960	179.014
Oficina virtual	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	-	2.200.000	2.277.000	2.356.695	2.439.179	2.524.551
Depreciación Equipos													1.408.000	1.408.000	1.408.000	1.408.000	1.408.000
Amortización otros activos													1.000.000				
Total Gastos Administrativos	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	213.000	11.234.000	10.542.910	10.862.632	11.193.544	11.536.038
Gastos de personal																	
Honorarios	-	350.000	700.000	350.000	350.000	700.000	700.000	-	350.000	-	-	-	3.500.000	3.622.500	3.749.288	3.880.513	4.016.331
Total gastos personal	-	350.000	700.000	350.000	350.000	700.000	700.000	-	350.000	-	-	-	3.500.000	3.622.500	3.749.288	3.880.513	4.016.331
Total gastos operación	783.000	1.133.000	1.483.000	1.133.000	1.133.000	1.483.000	1.483.000	783.000	1.133.000	783.000	783.000	213.000	14.734.000	14.165.410	14.611.919	15.074.057	15.552.369
UTILIDAD OPERACIONAL	131.146	632.667	158.039	435.443	570.353	936.964	158.039	131.146	570.353	131.146	131.146	-213.000	1.365.445	5.354.017	9.453.820	15.694.412	24.643.226
Utilidad antes de Impuestos	131.146	632.667	158.039	435.443	570.353	936.964	158.039	131.146	570.353	131.146	131.146	-213.000	1.365.445	5.354.017	9.453.820	15.694.412	24.643.226
Impuestos (33%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265
ICA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA	131.146	632.667	158.039	435.443	570.353	936.964	158.039	131.146	570.353	131.146	131.146	-213.000	914.848	3.587.191	6.334.060	10.515.256	16.510.961

FLUJO DE CAJA LIBRE ESPERADO	INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
Ventas		22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
Costo de Ventas		6.899.762	7.141.254	7.391.198	7.649.890	7.917.636
Gastos de Operación (funcionamiento)		12.326.000	12.757.410	13.203.919	13.666.057	14.144.369
Impuestos		450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265
Flujo de Caja Libre y Neto	-13.290.000	3.322.848	4.995.191	7.742.060	11.923.256	17.918.961
TIR						
43%						
VPN (TIO 15%)						
\$12.341.823						
PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION						
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO						
		7%	25%	36%	44%	48%

FLUJO DE CAJA LIBRE (CAIDA EN VENTAS - 24,44%)	INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
Ventas		17.378.201	20.144.811	23.768.862	29.028.911	36.354.357
Costo de Ventas		5.213.460	5.395.931	5.584.789	5.780.257	5.982.566
Gastos de Operación (funcionamiento)		12.326.000	12.757.410	13.203.919	13.666.057	14.144.369
Impuestos		-	192.545	1.178.811	2.697.617	4.890.410
Flujo de Caja Libre y Neto	-13.290.000	-161.259	1.798.924	3.801.343	6.884.981	11.337.013
TIR						
15%						
VPN (TIO 15%)						
\$2.151						

FLUJO DE CAJA LIBRE (INCREMENTO EN CV - 78,72%)	INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
Ventas		22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
Costo de Ventas		12.331.255	12.762.849	13.209.549	13.671.883	14.150.399
Gastos de Operación (funcionamiento)		12.326.000	12.757.410	13.203.919	13.666.057	14.144.369
Impuestos		-	-	1.199.705	3.191.898	6.075.453
Flujo de Caja Libre y Neto	-13.290.000	-1.658.048	1.140.422	3.843.765	7.888.520	13.743.010
TIR						
15%						
VPN (TIO 15%)						
\$758						

FLUJO DE CAJA LIBRE (INCREMENTO EN CF - 24,06%)	INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
Ventas		22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
Costo de Ventas		6.899.762	7.141.254	7.391.198	7.649.890	7.917.636
Gastos de Operación (funcionamiento)		18.279.000	17.573.608	18.127.547	18.700.875	19.294.268
Impuestos		-	642.120	1.959.604	3.982.306	6.897.438
Flujo de Caja Libre y Neto	-13.290.000	-2.179.555	1.303.699	3.978.589	8.085.288	14.003.889
TIR						
15%						
VPN (TIO 15%)						
\$1.480						

Balance

BALANCE		AÑO 2012												PROYECCIONES				
BALANCE	Inicial	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total año 2012	Total año 2013	Total año 2014	Total año 2015	Total año 2016
Activos	Pesos																	
CORRIENTE																		
Caja y bancos	5.250.000	5.381.146	6.013.814	6.171.853	6.607.296	7.177.649	8.114.614	8.272.653	8.403.799	8.974.152	9.105.299	9.236.445	9.023.445	9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581
TOTAL CAJA Y BANCOS	5.250.000	5.381.146	6.013.814	6.171.853	6.607.296	7.177.649	8.114.614	8.272.653	8.403.799	8.974.152	9.105.299	9.236.445	9.023.445	9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581
INVENTARIO																		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	5.250.000	5.381.146	6.013.814	6.171.853	6.607.296	7.177.649	8.114.614	8.272.653	8.403.799	8.974.152	9.105.299	9.236.445	9.023.445	9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS																		
Computadores	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000
Celulares	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000
Impresora	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
TOTAL PROP. PLANTA Y EQUIPO	7.040.000																	
Depreciación de Equipos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.408.000	2.816.000	4.224.000	5.632.000	7.040.000
Neto Planta y Equipo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.632.000	4.224.000	2.816.000	1.408.000	-
Gastos de Constitución	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000				
Amortización														1.000.000				
TOTAL OTROS ACTIVOS	1.000.000	-																
TOTAL ACTIVO	13.290.000	13.421.146	14.053.814	14.211.853	14.647.296	15.217.649	16.154.614	16.312.653	16.443.799	17.014.152	17.145.299	17.276.445	17.063.445	14.655.445	19.558.865	27.245.860	39.820.511	59.294.581
Pasivos	Pesos																	
Impuestos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-	450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265												
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	-																	
TOTAL PASIVO	-	450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265												
Patrimonio	Pesos																	
Capital social	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000
Resultado del ejercicio		131.146	632.667	158.039	435.443	570.353	936.964	158.039	131.146	570.353	131.146	131.146	-213.000	914.848	3.587.191	6.334.060	10.515.256	16.510.961
Utilidad ejercicios anteriores														914.848	4.502.040	10.836.099	21.351.355	
TOTAL PATRIMONIO	13.290.000	13.421.146	14.053.814	14.211.853	14.647.296	15.217.649	16.154.614	16.312.653	16.443.799	17.014.152	17.145.299	17.276.445	17.063.445	14.204.848	17.792.040	24.126.099	34.641.355	51.152.317
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	13.290.000	13.421.146	14.053.814	14.211.853	14.647.296	15.217.649	16.154.614	16.312.653	16.443.799	17.014.152	17.145.299	17.276.445	17.063.445	14.655.445	19.558.865	27.245.860	39.820.511	59.284.581
Activos - (pasivo + patrimonio)																		

Presupuesto ventas

	2012	2013	2014	2015	2016									
Retenciones	10,98%	10,98%	10,98%	10,98%	10,98%									
Inflacion		3,50%	3,50%	3,50%	3,50%									
Incremento Servicios		12%	14%	18%	21%									
Comisiones	15%	15%	15%	15%	15%									
	20%	20%	20%	20%	20%									
	25%	25%	25%	25%	25%									
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2012											1 a 3 Clientes	4 a 6 clientes	6 o + clientes	
Servicios	Nº ventas promedio	Honorarios /unidad	IVA por servicio	Total IVA	Precio al Cliente	Total ventas Brutas por servicio	Participación servicios	Retención Total 10,98%	Total Vtas Netas por servicio	Honorarios	Comisión 15%	Comisión 20%	Comisión 25%	
Reg. Marca	16	733.500	0	0	733.500	11.736.000	45%	1.288.613	10.447.387	2.347.200	110.025	146.700	183.375	
Diseño de Identidad Corporativa	4	900.000	0	0	900.000	3.600.000	14%	395.280	3.204.720	720.000	135.000	180.000	225.000	
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	2	1.050.000	0	0	1.050.000	2.100.000	8%	230.580	1.869.420	420.000	157.500	210.000	262.500	
Consultoría en comunicación (mes)	4	1.100.000	0	0	1.100.000	4.400.000	17%	483.120	3.916.880	880.000	165.000	220.000	275.000	
Diseño web	4	1.000.000	0	0	1.000.000	4.000.000	15%	439.200	3.560.800	800.000	150.000	200.000	250.000	
TOTALES	30	4.783.500	0	0	4.783.500	25.836.000	100%	2.836.793	22.999.207	5.167.200	717.525	956.700	1.195.875	
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2013											1 a 3 Clientes	4 a 6 clientes	6 clientes en adelante	
Servicios	Nº ventas promedio	Honorarios /unidad	IVA por servicio	Total IVA	Precio al Cliente	Total ventas Brutas por servicio	Participación servicios	Retención Total 10,98%	Total Vtas Netas por servicio	Honorarios	Comisión 15%	Comisión 20%	Comisión 25%	
Reg. Marca	18	759.173	0	0	759.173	13.604.371	45%	1.493.760	12.110.611	2.720.874	113.876	151.835	189.793	
Diseño de Identidad Corporativa	4	931.500	0	0	931.500	4.173.120	14%	458.209	3.714.911	834.624	139.725	186.300	232.875	
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	2	1.086.750	0	0	1.086.750	2.434.320	8%	267.288	2.167.032	486.864	163.013	217.350	271.688	
Consultoría en comunicación (mes)	4	1.138.500	0	0	1.138.500	5.100.480	17%	560.033	4.540.447	1.020.096	170.775	227.700	284.625	
Diseño web	4	1.035.000	0	0	1.035.000	4.636.800	15%	509.121	4.127.679	927.360	155.250	207.000	258.750	
TOTALES	34	4.950.923	0	0	4.950.923	29.949.091	100%	3.288.410	26.660.681	5.989.818	742.638	990.185	1.237.731	
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2014											1 a 3 Clientes	4 a 6 clientes	6 clientes en adelante	
Servicios	Nº ventas promedio	Honorarios /unidad	IVA por servicio	Total IVA	Precio al Cliente	Total ventas Brutas por servicio	Participación servicios	Retención Total 10,98%	Total Vtas Netas por servicio	Honorarios	Comisión 15%	Comisión 20%	Comisión 25%	
Reg. Marca	20	785.744	0	0	785.744	16.051.798	45%	1.762.487	14.289.310	3.210.360	117.862	157.149	196.436	
Diseño de Identidad Corporativa	5	964.103	0	0	964.103	4.923.864	14%	540.640	4.383.224	984.773	144.615	192.821	241.026	
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	3	1.124.786	0	0	1.124.786	2.872.254	8%	315.374	2.556.881	574.451	168.718	224.957	281.197	
Consultoría en comunicación (mes)	5	1.178.348	0	0	1.178.348	6.018.056	17%	660.783	5.357.274	1.203.611	176.752	235.670	294.587	
Diseño web	5	1.071.225	0	0	1.071.225	5.470.960	15%	600.711	4.870.249	1.094.192	160.684	214.245	267.806	
TOTALES	38	5.124.205	0	0	5.124.205	35.336.933	100%	3.879.995	31.456.937	7.067.387	768.631	1.024.841	1.281.051	
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2015											1 a 3 Clientes	4 a 6 clientes	6 clientes en adelante	
Servicios	Nº ventas promedio	Honorarios /unidad	IVA por servicio	Total IVA	Precio al Cliente	Total ventas Brutas por servicio	Participación servicios	Retención Total 10,98%	Total Vtas Netas por servicio	Honorarios	Comisión 15%	Comisión 20%	Comisión 25%	
Reg. Marca	24	813.245	0	0	813.245	19.604.060	45%	2.152.526	17.451.535	3.920.812	121.987	162.649	203.311	
Diseño de Identidad Corporativa	6	997.846	0	0	997.846	6.013.515	14%	660.284	5.353.231	1.202.703	149.677	199.569	249.462	
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	3	1.164.154	0	0	1.164.154	3.507.884	8%	385.166	3.122.718	701.577	174.623	232.831	291.038	
Consultoría en comunicación (mes)	6	1.219.590	0	0	1.219.590	7.349.852	17%	807.014	6.542.838	1.469.970	182.938	243.918	304.897	
Diseño web	6	1.108.718	0	0	1.108.718	6.681.684	15%	733.649	5.948.035	1.336.337	166.308	221.744	277.179	
TOTALES	45	5.303.552	0	0	5.303.552	43.156.996	100%	4.738.638	38.418.358	8.631.399	795.533	1.060.710	1.325.888	
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2016											1 a 3 Clientes	4 a 6 clientes	6 clientes en adelante	
Servicios	Nº ventas promedio	Honorarios /unidad	IVA por servicio	Total IVA	Precio al Cliente	Total ventas Brutas por servicio	Participación servicios	Retención Total 10,98%	Total Vtas Netas por servicio	Honorarios	Comisión 15%	Comisión 20%	Comisión 25%	
Reg. Marca	29	841.708	0	0	841.708	24.551.145	57%	2.695.716	21.855.429	4.910.229	126.256	168.342	210.427	
Diseño de Identidad Corporativa	7	1.032.771	0	0	1.032.771	7.531.026	17%	826.907	6.704.119	1.506.205	154.916	206.554	258.193	
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	4	1.204.899	0	0	1.204.899	4.393.099	10%	482.362	3.910.736	878.620	180.735	240.980	301.225	
Consultoría en comunicación (mes)	7	1.262.275	0	0	1.262.275	9.204.587	21%	1.010.664	8.193.924	1.840.917	189.341	252.455	315.569	
Diseño web	7	1.147.523	0	0	1.147.523	8.367.807	19%	918.785	7.449.022	1.673.561	172.128	229.505	286.881	
TOTALES	55	5.489.176	0	0	5.489.176	54.047.664	125%	5.934.433	48.113.230	10.809.533	823.376	1.097.835	1.372.294	

**BALANCE INICIAL 2012
CIFRAS EN PESOS**

Activos	Pesos
CORRIENTE	
Caja y Bancos	5.250.000
TOTAL CAJA Y BANCOS	5.250.000
INVENTARIO	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	5.250.000
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS	
Computadores	5.500.000
Celulares	1.240.000
Impresora	300.000
TOTAL PLANTA Y EQUIPOS	7.040.000
Total Gastos de Constitucion	1.000.000
TOTAL OTROS ACTIVOS	1.000.000

TOTAL ACTIVO	13.290.000
Pasivos	Pesos
Proveedores	-
Empleados	-
Prestamos	-
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	-
TOTAL PASIVO	-
Patrimonio	Pesos
Capital social	13.290.000
Resultado del ejercicio	
TOTAL PATRIMONIO	13.290.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	13.290.000

activos - (pasivo + patrimonio)

-

INGRESOS Y EGRESOS 2012

ENERO

Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (Bruto)*	Retefuente
	Enero	Legal	Marca	733.500	80.538
	Enero	Legal	Marca	733.500	80.538
TOTAL INGRESOS VENTAS				1.467.000	161.077

* sin IVA

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Enero	Dividendos		-	
	Enero	Intereses		-	
	Enero	Arriendos		-	
TOTAL OTROS INGRESOS				-	
TOTAL INGRESOS				1.467.000	161.077

EGRESOS

Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso
	Enero	Representación	transporte	250.000
	Enero	Papelería	dotaciones	30.000
	Enero	Publicidad		90.000
	Enero	Celulares		200.000
	Enero	Hosting y correos		13.000
	Enero	Oficina virtual		200.000
TOTAL GASTOS ADMON				783.000

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Enero	Gerente		261.185
	Enero	Dir. Legal		130.592
TOTAL COSTO VENTAS				391.777

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso
	Enero			

**TOTAL
GASTOS
HONORARIO
S** -

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Enero	Salarios		-
	Enero	Gastos financieros		-
	Enero	intereses pagados		-
	Enero	impuestos		-
	Enero	ICA		-
TOTAL OTROS EGRESOS				-

**TOTAL
EGRESOS** 1.174.777

FEBRERO

Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente
	Febrero	Legal	Marca	733.500	80.538
	Febrero	Comunicación		1.100.000	120.780
	Febrero	Web		1.000.000	109.800
TOTAL INGRESOS VENTAS				2.833.500	311.118

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Febrero	Dividendos		-	
	Febrero	Intereses		-	
	Febrero	Arriendo		-	
TOTAL OTROS INGRESOS				-	-
TOTAL INGRESOS				2.833.500	311.118

EGRESOS

Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso
	Febrero	Representación transporte		250.000
	Febrero	Papelería dotaciones		30.000
	Febrero	Publicidad		90.000
	Febrero	Celulares		200.000

	Febrero	Hosting y correos		13.000
	Febrero	Oficina virtual		200.000

TOTAL GASTOS ADMON				783.000
---------------------------	--	--	--	----------------

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Febrero	Gerente		504.476
	Febrero	Dir. Legal		252.238

TOTAL COSTO VENTAS				756.715
---------------------------	--	--	--	----------------

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso
	Febrero	Diseñador web		350.000

TOTAL GASTOS HONORARIOS				350.000
--------------------------------	--	--	--	----------------

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Febrero	Salarios		-
	Febrero	Gastos financieros		-
	Febrero	Intereses Pagados		-
	Febrero	Impuestos		-
	Febrero	ICA		-

TOTAL OTROS EGRESOS				-
----------------------------	--	--	--	----------

TOTAL EGRESOS				1.889.715
----------------------	--	--	--	------------------

MARZO

Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente
	Marzo	Legal	Marca	733.500	80.538
	Marzo	Diseño identidad corporativa		900.000	98.820
	Marzo	Web		1.000.000	109.800
TOTAL INGRESOS VENTAS				2.633.500	289.158

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Marzo	Dividendos		-	
	Marzo	Intereses		-	
	Marzo	Arriendo		-	
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-
		TOTAL INGRESOS		2.633.500	289.158

EGRESOS

Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso
	Marzo	Representación transporte		250.000
	Marzo	Papelería dotaciones		30.000
	Marzo	Publicidad		90.000
	Marzo	Celulares		200.000
	Marzo	Hosting y correos		13.000
	Marzo	Oficina virtual		200.000
		TOTAL GASTOS ADMON		783.000

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Marzo	Gerente		468.868
	Marzo	Dir. Legal		234.434
		TOTAL COSTO VENTAS		703.303

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso
	Marzo	Diseñador web		350.000
	Marzo	Diseñador gráfico		350.000
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		700.000

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Marzo	Salarios		-
	Marzo	Gastos financieros		-
	Marzo	Intereses Pagados		-
	Marzo	Impuestos		-

	Marzo	ICA		-
		TOTAL OTROS EGRESOS		-
		TOTAL EGRESOS		2.186.303

ABRIL					
Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente
	Abril	Legal	Marca	733.500	80.538
	Abril	Diseño identidad corporativa y branding		1.050.000	115.290
	Abril	Legal	Marca	733.500	80.538
		TOTAL INGRESOS VENTAS		2.517.000	276.367

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Abril	Dividendos		-	
	Abril	Intereses		-	
	Abril	Arriendos		-	
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-
		TOTAL INGRESOS		2.517.000	276.367

EGRESOS					
Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso	
	Abril	Representación transporte		250.000	
	Abril	Papelería dotaciones		30.000	
	Abril	Publicidad		90.000	
	Abril	Celulares		200.000	
	Abril	Hosting y correos		13.000	
	Abril	Oficina virtual		200.000	
		TOTAL GASTOS ADMON		783.000	

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Abril	Gerente		448.127

	Abril	Dir. Legal		224.063
TOTAL COSTO VENTAS				672.190

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso
	Abril	Diseñador gráfico		350.000
TOTAL GASTOS HONORARIOS				350.000

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Abril	Salarios		-
	Abril	Gastos financieros		-
	Abril	Intereses pagados		-
	Abril	Impuestos		-
	Abril	ICA		-
TOTAL OTROS EGRESOS				-

TOTAL EGRESOS	1.805.190
----------------------	------------------

MAYO

Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente
	Mayo	Legal	Marca	733.500	80.538
	Mayo	Diseño identidad corporativa		900.000	98.820
	Mayo	Comunicaciones		1.100.000	120.780
TOTAL INGRESOS VENTAS				2.733.500	300.138

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Mayo	Dividendos		-	
	Mayo	Intereses		-	
	Mayo	Arriendos		-	
TOTAL OTROS INGRESOS				-	-
TOTAL INGRESOS				2.733.500	300.138

EGRESOS

Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso
	Mayo	Representación	transporte	250.000
	Mayo	Papelería	dotaciones	30.000
	Mayo	Publicidad		90.000
	Mayo	Celulares		200.000
	Mayo	Hosting y correos		13.000
	Mayo	Oficina virtual		200.000
TOTAL GASTOS ADMINON				783.000

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Mayo	Gerente		486.672
	Mayo	Dir. Legal		243.336
TOTAL COSTO VENTAS				730.009

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso
	Mayo	Diseñador gráfico		350.000
TOTAL GASTOS HONORARIOS				350.000

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Mayo	Salarios		-
	Mayo	Gastos Financieros		-
	Mayo	Intereses Pagados		-
	Mayo	Impuestos		-
	Mayo	ICA		-
TOTAL OTROS EGRESOS				-

TOTAL EGRESOS	1.863.009
----------------------	------------------

JUNIO

Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente
	Junio	Legal	Marca	733.500	80.538
	Junio	Diseño identidad corporativa y Branding		1.050.000	115.290
	Junio	Comunicaciones		1.100.000	120.780
	Junio	Web		1.000.000	109.800
		TOTAL INGRESOS VENTAS		3.883.500	426.408

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Junio	Dividendos		-	
	Junio	Intereses		-	
	Junio	Arriendos		-	
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-
		TOTAL INGRESOS		3.883.500	426.408

EGRESOS

Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso
	Junio	Representación transporte		250.000
	Junio	Papelería dotaciones		30.000
	Junio	Publicidad		90.000
	Junio	Celulares		200.000
	Junio	Hosting y correos		13.000
	Junio	Oficina virtual		200.000
		TOTAL GASTOS ADMON		783.000

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Junio	Gerente		691.418
	Junio	Dir. Legal		345.709
		TOTAL COSTO VENTAS		1.037.128

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso
	Junio	Diseñador gráfico		350.000

	Junio	Diseñador web		350.000
TOTAL GASTOS HONORARIOS				700.000

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Junio	Salarios		-
	Junio	Gastos Financieros		-
	Junio	Intereses Pagados		-
	Junio	Impuestos		-
	Junio	ICA		-

TOTAL OTROS EGRESOS -

TOTAL EGRESOS 2.520.128

JULIO

Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	retefuente
	Julio	Legal	Marca	733.500	80.538
	Julio	Diseño identidad corporativa		900.000	98.820
	Julio	Web		1.000.000	109.800
TOTAL INGRESOS VENTAS				2.633.500	289.158

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Julio	Dividendos		-	
	Julio	Intereses		-	
	Julio	Arriendos		-	
TOTAL OTROS INGRESOS				-	-
TOTAL INGRESOS				2.633.500	289.158

EGRESOS

Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso
	Julio	Representación transporte		250.000

	Julio	Papelería dotaciones		30.000
	Julio	Publicidad		90.000
	Julio	Celulares		200.000
	Julio	Hosting y correos		13.000
	Julio	Oficina virtual		200.000
TOTAL GASTOS ADMON				783.000

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Julio	Gerente		468.868
	Julio	Dir. Legal		234.434
TOTAL COSTO VENTAS				703.303

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso
	Julio	Diseñador gráfico		350.000
	Julio	Diseñador web		350.000
TOTAL GASTOS HONORARIOS				700.000

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Julio	Salarios		-
	Julio	Gastos Financieros		-
	Julio	Intereses pagados		-
	Julio	Impuestos		-
	Julio	ICA		-
TOTAL OTROS EGRESOS				-

TOTAL EGRESOS	2.186.303
----------------------	------------------

AGOSTO

Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente
	Agosto	Legal	Marca	733.500	80.538
	Agosto	Legal	Marca	733.500	80.538

TOTAL INGRESOS VENTAS		1.467.000	161.077
--------------------------------------	--	------------------	----------------

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Agosto	Dividendos		-	
	Agosto	Intereses		-	
	Agosto	Arriendo		-	
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-
		TOTAL INGRESOS		1.467.000	161.077

EGRESOS

Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRA TIVOS	CONCEPTO	Egreso
	Agosto	Representación transporte		250.000
	Agosto	Papelería dotaciones		30.000
	Agosto	Publicidad		90.000
	Agosto	Celulares		200.000
	Agosto	Hosting y correos		13.000
	Agosto	Oficina virtual		200.000
		TOTAL GASTOS ADMN		783.000

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Agosto	Gerente		261.185
	Agosto	Dir. Legal		130.592
		TOTAL COSTO VENTAS		391.777

Comprobante	Fecha	HONORARIO S	CONCEPTO	Egreso
	Agosto			-
		TOTAL GASTOS HONORARIO S		-

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Agosto	Salarios		-
	Agosto	Gastos Financieros		-

	Agosto	Intereses pagados		-
	Agosto	Impuestos		-
	Agosto	ICA		-

TOTAL OTROS EGRESOS -

TOTAL EGRESOS 1.174.777

SEPTIEMBRE

Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente
	Septiembre	Legal	Marca	733.500	80.538
	Septiembre	Diseño identidad corporativa		900.000	98.820
	Septiembre	Comunicaciones		1.100.000	120.780
		TOTAL INGRESOS VENTAS		2.733.500	300.138

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Septiembre	Dividendos		-	
	Septiembre	Intereses		-	
	Septiembre	Arriendos		-	
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-
		TOTAL INGRESOS		2.733.500	300.138

EGRESOS

Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso
	Septiembre	Representación transporte		250.000
	Septiembre	Papelería dotaciones		30.000
	Septiembre	Publicidad		90.000
	Septiembre	Celulares		200.000
	Septiembre	Hosting y correos		13.000
	Septiembre	Oficina virtual		200.000
		TOTAL GASTOS ADMON		783.000

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Septiembre	Gerente		486.672
	Septiembre	Dir. Legal		243.336
TOTAL COSTO VENTAS				730.009

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso
	Septiembre	Diseñador gráfico		350.000
TOTAL GASTOS HONORARIOS				350.000

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Septiembre	Salarios		-
	Septiembre	Gastos Financieros		-
	Septiembre	Intereses pagados		-
	Septiembre	Impuestos		-
	Septiembre	ICA		-
TOTAL OTROS EGRESOS				-

TOTAL EGRESOS 1.863.009

OCTUBRE

Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente
	Octubre	Legal	Marca	733.500	80.538
	Octubre	Legal	Marca	733.500	80.538
TOTAL INGRESOS VENTAS				1.467.000	161.077

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Octubre	Dividendos		-	
	Octubre	Intereses		-	
	Octubre	Arriendos		-	
TOTAL OTROS INGRESOS				-	-
TOTAL INGRESOS				1.467.000	161.077

EGRESOS

Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso
	Octubre	Representación transporte		250.000
	Octubre	Papelería dotaciones		30.000
	Octubre	Publicidad		90.000
	Octubre	Celulares		200.000
	Octubre	Hosting y correos		13.000
	Octubre	Oficina virtual		200.000
TOTAL GASTOS ADMON				783.000

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Octubre	Gerente		261.185
	Octubre	Dir. Legal		130.592
TOTAL COSTO VENTAS				391.777

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso
	Octubre			-
TOTAL GASTOS HONORARIOS				-

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Octubre	Salarios		-
	Octubre	Gastos Financieros		-
	Octubre	Intereses pagados		-
	Octubre	Impuestos		-
	Octubre	ICA		-
TOTAL OTROS EGRESOS				-

TOTAL EGRESOS 1.174.777

NOVIEMBRE

Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente
	Noviembre	Legal	Marca	733.500	80.538

	Noviembre	Legal	Marca	733.500	80.538
		TOTAL INGRESOS VENTAS		1.467.000	161.077

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Noviembre	Dividendos		-	
	Noviembre	Intereses		-	
	Noviembre	Arriendos		-	
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-
		TOTAL INGRESOS		1.467.000	161.077

EGRESOS

Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso
	Noviembre	Representación transporte		250.000
	Noviembre	Papelería dotaciones		30.000
	Noviembre	Publicidad		90.000
	Noviembre	Celulares		200.000
	Noviembre	Hosting y correos		13.000
	Noviembre	Oficina virtual		200.000
		TOTAL GASTOS ADMON		783.000

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Noviembre	Gerente		261.185
	Noviembre	Dir. Legal		130.592
		TOTAL COSTO VENTAS		391.777

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso
	Noviembre			-
		TOTAL GASTOS HONORARIOS		-

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Noviembre	Salarios		-
	Noviembre	Gastos Financieros		-

	Noviembre	Intereses pagados		-
	Noviembre	Impuestos		-
	Noviembre	ICA		-

TOTAL OTROS EGRESOS -

TOTAL EGRESOS 1.174.777

DICIEMBRE

Comprobante	Fecha	INGRESOS VENTAS	CONCEPTO	Ingreso ventas (bruto)	Retefuente
	Diciembre				-
		TOTAL INGRESOS VENTAS		-	-

Comprobante	Fecha	OTROS INGRESOS	CONCEPTO		
	Diciembre	Dividendos		-	
	Diciembre	Intereses		-	
	Diciembre	Arriendos		-	
		TOTAL OTROS INGRESOS		-	-
		TOTAL INGRESOS		-	-

EGRESOS

Comprobante	Fecha	GASTOS ADMINISTRATIVOS	CONCEPTO	Egreso
	Diciembre	Representación transporte		-
	Diciembre	Papelería dotaciones		-
	Diciembre	Publicidad		-
	Diciembre	Celulares		200.000
	Diciembre	Hosting y correos		13.000
	Diciembre	Oficina virtual		-
		TOTAL GASTOS ADMON		213.000

Comprobante	Fecha	COSTO VENTAS	CONCEPTO	Egreso
	Diciembre	Gerente		-
	Diciembre	Dir. Legal		-

TOTAL COSTO VENTAS	-
---------------------------	---

Comprobante	Fecha	HONORARIOS	CONCEPTO	Egreso
	Diciembre			-
TOTAL GASTOS HONORARIOS				-

Comprobante	Fecha	OTROS EGRESOS	CONCEPTO	Egreso
	Diciembre	Salarios		-
	Diciembre	Gastos Financieros		-
	Diciembre	Intereses pagados		-
	Diciembre	Impuestos		-
	Diciembre	ICA		-
TOTAL OTROS EGRESOS				-

TOTAL EGRESOS	213.000
----------------------	----------------

RESUMEN DE INGRESOS Y EGRESOS

	2012	2013	2014	2015
TOTAL INGRESOS DE VENTAS	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358
TOTAL COSTO VENTAS (Gerente)	4.599.841	4.760.836	4.927.465	5.099.926
TOTAL COSTO VENTAS (Dir Legal)	2.299.921	2.380.418	2.463.733	2.549.963
TOTAL COSTO VENTAS	6.899.762	7.141.254	7.391.198	7.649.890
Representación Transporte	2.750.000	2.846.250	2.945.869	3.048.974
Papelería y dotaciones	330.000	341.550	353.504	365.877
Publicidad	990.000	1.024.650	1.060.513	1.097.631
Celulares / Comunicación	2.400.000	2.484.000	2.570.940	2.660.923
Hosting y correos	156.000	161.460	167.111	172.960
Oficina virtual	2.200.000	2.277.000	2.356.695	2.439.179
TOTAL GROS DE ADMON	8.826.000	9.134.910	9.454.632	9.785.544
TOTAL HONORARIOS	3.500.000	3.622.500	3.749.288	3.880.513



Descuentos / Comisiones	Ingresos Neto
	652.962
	652.962
-	1.305.923

	-
	-
	-
	-
-	1.305.923

Comisiones Ingresos Netos	
	652.962
	979.220
	890.200
-	2.522.382

	-
	-
	-
-	-
-	2.522.382

Comisiones Ingresos Netos	
	652.962
	801.180
	890.200
-	2.344.342

	-
	-
	-
-	-
-	2.344.342

Comisiones Ingresos Netos	
	652.962
	934.710
	652.962
-	2.240.633

	-
	-
	-
-	-
-	2.240.633

Comisiones Ingresos Netos	
	652.962
	801.180
	979.220
-	2.433.362

	-
	-
	-
-	-
-	2.433.362

Comisiones Ingresos Netos	
	652.962
	934.710
	979.220
	890.200
-	3.457.092

	-
	-
	-
-	-
-	3.457.092

Comisiones Ingresos Netos	
	652.962
	801.180
	890.200
-	2.344.342

	-
	-
	-
-	-
-	2.344.342

Comisiones	Ingresos Netos
-------------------	-----------------------

	652.962
	652.962

-	1.305.923
---	-----------

	-
	-
	-
-	-
-	1.305.923

Comisiones Ingresos Netos	
	652.962
	801.180
	979.220
-	2.433.362

	-
	-
	-
-	-
-	2.433.362

Comisiones Ingresos Netos	
	652.962
	652.962
-	1.305.923

-	-
-	1.305.923

Comisiones Ingresos Netos	
	652.962

	652.962
-	1.305.923

-	-
-	1.305.923

Comisiones Ingresos Netos	
	-
-	-

-	-
-	-

2016
48.113.230
5.278.424
2.639.212
7.917.636
3.155.688
378.683
1.136.048
2.754.055
179.014
2.524.551
10.128.038
4.016.331

FLUJO DE CAJA	Mes 0				
		Enero	Febrero	Marzo	Abril
CAJA INICIAL	13.290.000	5.250.000	5.381.146	6.013.814	6.171.853
INGRESOS					
TOTAL INGRESOS VENTAS NETAS	-	1.305.923	2.522.382	2.344.342	2.240.633
TOTAL INGRESOS	-	1.305.923	2.522.382	2.344.342	2.240.633
TOTAL CAJA INICIAL MÁS INGRESOS	13.290.000	6.555.923	7.903.528	8.358.155	8.412.486
EGRESOS					
TOTAL COSTO VENTAS (Gerente)	-	261.185	504.476	468.868	448.127
TOTAL COSTO VENTAS (Dir Legal)	-	130.592	252.238	234.434	224.063
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	783.000	783.000	783.000	783.000
TOTAL HONORARIOS	-	-	350.000	700.000	350.000
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	1.000.000				
TOTAL OTROS EGRESOS	7.040.000	-	-	-	-
PAGO DE IMPUESTOS					
TOTAL COSTOS Y GASTOS	8.040.000	1.174.777	1.889.715	2.186.303	1.805.190
SALDO CAJA	5.250.000	5.381.146	6.013.814	6.171.853	6.607.296

FLUJO DE CAJA

AÑO 2012

Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
6.607.296	7.177.649	8.114.614	8.272.653	8.403.799	8.974.152	9.105.299
2.433.362	3.457.092	2.344.342	1.305.923	2.433.362	1.305.923	1.305.923
2.433.362	3.457.092	2.344.342	1.305.923	2.433.362	1.305.923	1.305.923
9.040.658	10.634.741	10.458.955	9.578.576	10.837.161	10.280.076	10.411.222
486.672	691.418	468.868	261.185	486.672	261.185	261.185
243.336	345.709	234.434	130.592	243.336	130.592	130.592
783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000
350.000	700.000	700.000	-	350.000	-	-
-	-	-	-	-	-	-
1.863.009	2.520.128	2.186.303	1.174.777	1.863.009	1.174.777	1.174.777
7.177.649	8.114.614	8.272.653	8.403.799	8.974.152	9.105.299	9.236.445

PROYECCIONES

Diciembre	TOTAL 2012	TOTAL 2013	TOTAL 2014	TOTAL 2015	TOTAL 2016
9.236.445	5.250.000	9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511
-	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
-	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
9.236.445	28.249.207	35.684.126	46.791.803	62.848.218	86.525.741
-	4.599.841	4.760.836	4.927.465	5.099.926	5.278.424
-	2.299.921	2.380.418	2.463.733	2.549.963	2.639.212
213.000	8.826.000	9.134.910	9.454.632	9.785.544	10.128.038
-	3.500.000	3.622.500	3.749.288	3.880.513	4.016.331
-	-				
		450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156
213.000	19.225.762	20.349.261	22.361.943	24.435.707	27.241.160
9.023.445	9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581

P&G MENSUAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Ingresos					
Ingresos netos por venta	1.305.923	2.522.382	2.344.342	2.240.633	2.433.362
Menos Costos de ventas	391.777	756.715	703.303	672.190	730.009
Utilidad bruta en ventas	914.146	1.765.667	1.641.039	1.568.443	1.703.353
Egresos					
Gastos Administrativos					
Representación Transporte	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
Papelería y dotaciones	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Publicidad	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000
Celulares / Comunicación	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Hosting y correos	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000
Oficina virtual	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Depreciacion Equipos					
Amortizacion otros activos					
Total Gastos Administrativos	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000
Gastos de personal					
Honorarios	-	350.000	700.000	350.000	350.000
Total gastos personal	-	350.000	700.000	350.000	350.000
Total gastos operación	783.000	1.133.000	1.483.000	1.133.000	1.133.000
UTILIDAD OPERACIONAL	131.146	632.667	158.039	435.443	570.353
Utilidad antes de Impuestos	131.146	632.667	158.039	435.443	570.353
Impuestos (33%)	-	-	-	-	-
ICA	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA	131.146	632.667	158.039	435.443	570.353

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

AÑO 2012

Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
-------	-------	--------	------------	---------	-----------

3.457.092	2.344.342	1.305.923	2.433.362	1.305.923	1.305.923
1.037.128	703.303	391.777	730.009	391.777	391.777
2.419.964	1.641.039	914.146	1.703.353	914.146	914.146

250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000
200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000
200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000

783.000	783.000	783.000	783.000	783.000	783.000
---------	---------	---------	---------	---------	---------

700.000	700.000	-	350.000	-	-
700.000	700.000	-	350.000	-	-

1.483.000	1.483.000	783.000	1.133.000	783.000	783.000
-----------	-----------	---------	-----------	---------	---------

936.964	158.039	131.146	570.353	131.146	131.146
---------	---------	---------	---------	---------	---------

936.964	158.039	131.146	570.353	131.146	131.146
---------	---------	---------	---------	---------	---------

-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-

936.964	158.039	131.146	570.353	131.146	131.146
---------	---------	---------	---------	---------	---------

**FLUJO DE CAJA LIBRE
ESPERADO**

Ventas
Costo de Ventas
Gastos de Operación (funcionamiento)
Impuestos

Flujo de Caja Libre y Neto

TIR

VPN (TIO 15%)
PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO

FLUJO DE CAJA LIBRE (CAIDA EN VENTAS - 24.44%)
Ventas
Costo de Ventas
Gastos de Operación (funcionamiento)
Impuestos
Flujo de Caja Libre y Neto
TIR
VPN (TIO 15%)

FLUJO DE CAJA LIBRE (INCREMENTO EN CV - 78,72%)
Ventas
Costo de Ventas
Gastos de Operación (funcionamiento)
Impuestos
Flujo de Caja Libre y Neto
TIR
VPN (TIO 15%)

FLUJO DE CAJA LIBRE (INCREMENTO EN CF - 24,06%)
Ventas
Costo de Ventas
Gastos de Operación (funcionamiento)
Impuestos
Flujo de Caja Libre y Neto
TIR
VPN (TIO 15%)

PROYECCIONES					
Diciembre	TOTAL 2012	TOTAL 2013	TOTAL 2014	TOTAL 2015	TOTAL 2016
-	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
-	6.899.762	7.141.254	7.391.198	7.649.890	7.917.636
-	16.099.445	19.519.427	24.065.740	30.768.468	40.195.595
-	2.750.000	2.846.250	2.945.869	3.048.974	3.155.688
-	330.000	341.550	353.504	365.877	378.683
-	990.000	1.024.650	1.060.513	1.097.631	1.136.048
200.000	2.400.000	2.484.000	2.570.940	2.660.923	2.754.055
13.000	156.000	161.460	167.111	172.960	179.014
-	2.200.000	2.277.000	2.356.695	2.439.179	2.524.551
-	1.408.000	1.408.000	1.408.000	1.408.000	1.408.000
-	1.000.000	-	-	-	-
213.000	11.234.000	10.542.910	10.862.632	11.193.544	11.536.038
-	3.500.000	3.622.500	3.749.288	3.880.513	4.016.331
-	3.500.000	3.622.500	3.749.288	3.880.513	4.016.331
213.000	14.734.000	14.165.410	14.611.919	15.074.057	15.552.369
-213.000	1.365.445	5.354.017	9.453.820	15.694.412	24.643.226
-213.000	1.365.445	5.354.017	9.453.820	15.694.412	24.643.226
-	450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265
-	-	-	-	-	-
-213.000	914.848	3.587.191	6.334.060	10.515.256	16.510.961

INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
	6.899.762	7.141.254	7.391.198	7.649.890	7.917.636
	12.326.000	12.757.410	13.203.919	13.666.057	14.144.369
	450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265
-13.290.000	3.322.848	4.995.191	7.742.060	11.923.256	17.918.961

43%

\$12.341.823

7% 25% 36% 44% 48%

INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
	17.378.201	20.144.811	23.768.862	29.028.911	36.354.357
	5.213.460	5.395.931	5.584.789	5.780.257	5.982.566
	12.326.000	12.757.410	13.203.919	13.666.057	14.144.369
	-	192.545	1.178.811	2.697.617	4.890.410
-13.290.000	-161.259	1.798.924	3.801.343	6.884.981	11.337.013
15%					
\$2.151					

INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
	12.331.255	12.762.849	13.209.549	13.671.883	14.150.399
	12.326.000	12.757.410	13.203.919	13.666.057	14.144.369
	-	-	1.199.705	3.191.898	6.075.453
-13.290.000	-1.658.048	1.140.422	3.843.765	7.888.520	13.743.010
15%					
\$758					

INVERSIÓN INICIAL	FCL 1	FCL 2	FCL 3	FCL 4	FCL 5
	22.999.207	26.660.681	31.456.937	38.418.358	48.113.230
	6.899.762	7.141.254	7.391.198	7.649.890	7.917.636
	18.279.000	17.573.608	18.127.547	18.700.875	19.294.268
	-	642.120	1.959.604	3.982.306	6.897.438
-13.290.000	-2.179.555	1.303.699	3.978.589	8.085.288	14.003.889
15%					
\$1.480					

BALANCE	Inicial		
		Enero	Febrero
Activos	Pesos		
CORRIENTE			
Caja y bancos	5.250.000	5.381.146	6.013.814
TOTAL CAJA Y BANCOS	5.250.000	5.381.146	6.013.814
INVENTARIO	-		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	5.250.000	5.381.146	6.013.814
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS			
Computadores	5.500.000	5.500.000	5.500.000
Celulares	1.240.000	1.240.000	1.240.000
Impresora	300.000	300.000	300.000
TOTAL PROP. PLANTA Y EQUIPO	7.040.000	7.040.000	7.040.000
Depreciacion de Equipos	-	-	-
Neto Planta y Equipo	-	-	-
Gastos de Constitucion	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Amortizacion			
TOTAL OTROS ACTIVOS	1.000.000	1.000.000	1.000.000
TOTAL ACTIVO	13.290.000	13.421.146	14.053.814
Pasivos	Pesos		
Impuestos por Pagar	-	-	-
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-	-	-
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	-	-	-
TOTAL PASIVO	-	-	-
Patrimonio	Pesos		
Capital social	13.290.000	13.290.000	13.290.000
Resultado del ejercicio		131.146	632.667
Utilidad ejercicios anteriores			
TOTAL PATRIMONIO	13.290.000	13.421.146	14.053.814
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	13.290.000	13.421.146	14.053.814
Activos - (pasivo + patrimonio)	-	-	-

AÑO 2012				
Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
6.171.853	6.607.296	7.177.649	8.114.614	8.272.653
6.171.853	6.607.296	7.177.649	8.114.614	8.272.653
6.171.853	6.607.296	7.177.649	8.114.614	8.272.653
5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000
1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000
300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
7.040.000	7.040.000	7.040.000	7.040.000	7.040.000
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
14.211.853	14.647.296	15.217.649	16.154.614	16.312.653
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000
158.039	435.443	570.353	936.964	158.039
14.211.853	14.647.296	15.217.649	16.154.614	16.312.653
14.211.853	14.647.296	15.217.649	16.154.614	16.312.653
-	-	-	-	-

BALANCE

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
8.403.799	8.974.152	9.105.299	9.236.445	9.023.445
8.403.799	8.974.152	9.105.299	9.236.445	9.023.445
8.403.799	8.974.152	9.105.299	9.236.445	9.023.445
5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000
1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000
300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
7.040.000	7.040.000	7.040.000	7.040.000	7.040.000
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
16.443.799	17.014.152	17.145.299	17.276.445	17.063.445
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000
131.146	570.353	131.146	131.146	-213.000
16.443.799	17.014.152	17.145.299	17.276.445	17.063.445
16.443.799	17.014.152	17.145.299	17.276.445	17.063.445
-	-	-	-	-

PROYECCIONES				
Total año 2012	Total año 2013	Total año 2014	Total año 2015	Total año 2016
9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581
9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581
9.023.445	15.334.865	24.429.860	38.412.511	59.284.581
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000	5.500.000
1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000	1.240.000
300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
-	-	-	-	-
7.040.000	7.040.000	7.040.000	7.040.000	7.040.000
1.408.000	2.816.000	4.224.000	5.632.000	7.040.000
5.632.000	4.224.000	2.816.000	1.408.000	-
1.000.000				
1.000.000				
-				
14.655.445	19.558.865	27.245.860	39.820.511	59.284.581
450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265
450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265
-				
-				
450.597	1.766.826	3.119.761	5.179.156	8.132.265
13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000	13.290.000
914.848	3.587.191	6.334.060	10.515.256	16.510.961
	914.848	4.502.040	10.836.099	21.351.355
14.204.848	17.792.040	24.126.099	34.641.355	51.152.317
-				
14.655.445	19.558.865	27.245.860	39.820.511	59.284.581
-	-	-	-	-

	2012	2013	2014	2015
Retenciones	10,98%	10,98%	10,98%	10,98%
Inflacion		3,50%	3,50%	3,50%
incremento Servicios		12%	14%	18%
Comisiones	15%	15%	15%	15%
	20%	20%	20%	20%
	25%	25%	25%	25%

PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2012

Servicios	Nº ventas promedio	Honorarios/ unidad	IVA por servicio	Total IVA
Reg. Marca	16	733.500	0	0
Diseño de Identidad Corporativa	4	900.000	0	0
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	2	1.050.000	0	0
Consultoría en comunicación (mes)	4	1.100.000	0	0
Diseño web	4	1.000.000	0	0
TOTALES	30	4.783.500	0	0

PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2013

Servicios	Nº ventas promedio	Honorarios/ unidad	IVA por servicio	Total IVA
Reg. Marca	18	759.173	0	0
Diseño de Identidad Corporativa	4	931.500	0	0
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	2	1.086.750	0	0
Consultoría en comunicación (mes)	4	1.138.500	0	0
Diseño web	4	1.035.000	0	0
TOTALES	34	4.950.923	0	0

PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2014

Servicios	Nº ventas promedio	Honorarios/ unidad	IVA por servicio	Total IVA
Reg. Marca	20	785.744	0	0
Diseño de Identidad Corporativa	5	964.103	0	0
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	3	1.124.786	0	0
Consultoría en comunicación (mes)	5	1.178.348	0	0
Diseño web	5	1.071.225	0	0
TOTALES	38	5.124.205	0	0

PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2015

Servicios	Nº ventas promedio	Honorarios/ unidad	IVA por servicio	Total IVA
Reg. Marca	24	813.245	0	0
Diseño de Identidad Corporativa	6	997.846	0	0
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	3	1.164.154	0	0

Consultoría en comunicación (mes)	6	1.219.590	0	0
Diseño web	6	1.108.718	0	0
TOTALES	45	5.303.552	0	0

PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2016

Servicios	Nº ventas promedio	Honorarios/ unid	IVA por servicio	Total IVA
Reg. Marca	29	841.708	0	0
Diseño de Identidad Corporativa	7	1.032.771	0	0
Diseño de Identidad Corporativa / Branding	4	1.204.899	0	0
Consultoría en comunicación (mes)	7	1.262.275	0	0
Diseño web	7	1.147.523	0	0
TOTALES	55	5.489.176	0	0

2016
10,98%
3,50%
21%
15%
20%
25%

Precio al Cliente	Total ventas Brutas por servicio	Participación servicios	Retención Total 10.98%	Total Vtas Netas por servicio	Honorarios
733.500	11.736.000	45%	1.288.613	10.447.387	2.347.200
900.000	3.600.000	14%	395.280	3.204.720	720.000
1.050.000	2.100.000	8%	230.580	1.869.420	420.000
1.100.000	4.400.000	17%	483.120	3.916.880	880.000
1.000.000	4.000.000	15%	439.200	3.560.800	800.000
4.783.500	25.836.000	100%	2.836.793	22.999.207	5.167.200

Precio al Cliente	Total ventas Brutas por servicio	Participación servicios	Retención Total 10.98%	Total Vtas Netas por servicio	Honorarios
759.173	13.604.371	45%	1.493.760	12.110.611	2.720.874
931.500	4.173.120	14%	458.209	3.714.911	834.624
1.086.750	2.434.320	8%	267.288	2.167.032	486.864
1.138.500	5.100.480	17%	560.033	4.540.447	1.020.096
1.035.000	4.636.800	15%	509.121	4.127.679	927.360
4.950.923	29.949.091	100%	3.288.410	26.660.681	5.989.818

Precio al Cliente	Total ventas Brutas por servicio	Participación servicios	Retención Total 10.98%	Total Vtas Netas por servicio	Honorarios
785.744	16.051.798	45%	1.762.487	14.289.310	3.210.360
964.103	4.923.864	14%	540.640	4.383.224	984.773
1.124.786	2.872.254	8%	315.374	2.556.881	574.451
1.178.348	6.018.056	17%	660.783	5.357.274	1.203.611
1.071.225	5.470.960	15%	600.711	4.870.249	1.094.192
5.124.205	35.336.933	100%	3.879.995	31.456.937	7.067.387

Precio al Cliente	Total ventas Brutas por servicio	Participación servicios	Retención Total 10.98%	Total Vtas Netas por servicio	Honorarios
813.245	19.604.060	45%	2.152.526	17.451.535	3.920.812
997.846	6.013.515	14%	660.284	5.353.231	1.202.703
1.164.154	3.507.884	8%	385.166	3.122.718	701.577

1.219.590	7.349.852	17%	807.014	6.542.838	1.469.970
1.108.718	6.681.684	15%	733.649	5.948.035	1.336.337
5.303.552	43.156.996	100%	4.738.638	38.418.358	8.631.399

Precio al Cliente	Total ventas Brutas por servicio	Participación servicios	Retención Total 10.98%	Total Vtas Netas por servicio	Honorarios
841.708	24.551.145	57%	2.695.716	21.855.429	4.910.229
1.032.771	7.531.026	17%	826.907	6.704.119	1.506.205
1.204.899	4.393.099	10%	482.362	3.910.736	878.620
1.262.275	9.204.587	21%	1.010.664	8.193.924	1.840.917
1.147.523	8.367.807	19%	918.785	7.449.022	1.673.561
5.489.176	54.047.664	125%	5.934.433	48.113.230	10.809.533

1 a 3 Clientes mes	4 a 6 clientes	6 o + clientes
Comisión 15%	Comisión 20%	Comisión 25%
110.025	146.700	183.375
135.000	180.000	225.000
157.500	210.000	262.500
165.000	220.000	275.000
150.000	200.000	250.000
717.525	956.700	1.195.875

1 a 3 Clientes mes	4 a 6 clientes	6 clientes en adelante
Comisión 15%	Comisión 20%	Comisión 25%
113.876	151.835	189.793
139.725	186.300	232.875
163.013	217.350	271.688
170.775	227.700	284.625
155.250	207.000	258.750
742.638	990.185	1.237.731

1 a 3 Clientes mes	4 a 6 clientes	6 clientes en adelante
Comisión 15%	Comisión 20%	Comisión 25%
117.862	157.149	196.436
144.615	192.821	241.026
168.718	224.957	281.197
176.752	235.670	294.587
160.684	214.245	267.806
768.631	1.024.841	1.281.051

1 a 3 Clientes mes	4 a 6 clientes	6 clientes en adelante
Comisión 15%	Comisión 20%	Comisión 25%
121.987	162.649	203.311
149.677	199.569	249.462
174.623	232.831	291.038

182.938	243.918	304.897
166.308	221.744	277.179
795.533	1.060.710	1.325.888

1 a 3 Clientes mes	4 a 6 clientes	6 clientes en adelante
Comisión 15%	Comisión 20%	Comisión 25%
126.256	168.342	210.427
154.916	206.554	258.193
180.735	240.980	301.225
189.341	252.455	315.569
172.128	229.505	286.881
823.376	1.097.835	1.372.294

crearma®ca

Su marca en una sola consultoría

PASOS PARA CONSOLIDAR SU NEGOCIO



NUESTRA MISIÓN

Ofrecer servicios complementarios dando las mejores alternativas para el desarrollo y consolidación de empresas en Colombia.

NUESTRA VISIÓN

En el 2014 seremos reconocidos como una excelente alternativa para jóvenes emprendedores y Mipymes ofreciendo servicios articulados con un excelente servicio.

NUESTROS OBJETIVOS

- Ser reconocidos en el mercado como una organización que ofrece servicios complementarios en una sola consultoría.
- Ofrecer un excelente servicio y calidad en todas nuestras consultorías para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

NUESTROS SERVICIOS

**Sociedades
Contratos**

**Propiedad
Industrial
e intelectual**



LEGAL



crearma[®]ca



DISEÑO



COMUNICACIÓN

**Consultoría en
Comunicación**

**Evaluación de
impacto**



Branding

**Diseño de
identidad
corporativa**



Nuestro equipo

Buscamos satisfacer siempre las expectativas de nuestros clientes teniendo en cuenta los cambios constantes del entorno. Contamos con el talento de abogados, comunicadores sociales, diseñadores gráficos y publicistas que conforman un equipo interdisciplinario orientado al cumplimiento de sus necesidades.



Nuestros clientes



crearma®ca

Su marca en una sola consultoría

Web: www.creamarca.com.co

Mail: info@creamarca.com.co

 [Facebook.com/creamarcacolombia](https://www.facebook.com/creamarcacolombia)

 Twitter: [@creamarca](https://twitter.com/creamarca)

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

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quemado) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Gerencia en la Comunicación Organizacional
2	TÍTULO DEL PROYECTO	Plan de Negocios Crearmarca
3	AUTOR(es)	Ariza Alfonso Juan Carlos, López Serna Natalia, Hernandez Cabal Ana Maria
4	AÑO Y MES	ENERO DE 2012
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	Zúñiga Castañeda Francisco José
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>Durante el desarrollo del plan de negocios se realizaron investigaciones que permitieron analizar las diferentes variables del entorno, conociendo el mercado, las variables financieras, aspectos organizacionales y riesgos que podrían generarse a la hora de invertir en este negocio. Posteriormente se hicieron algunas recomendaciones para disminuir los riesgos, y finalmente se concluyó que esta idea de negocios es rentable y sobrepasa las expectativas de los inversionistas. Esta empresa tiene como finalidad lograr una diferenciación en el mercado debido a ser una empresa que ofrece servicios complementarios en una sola consultoría enfocados en apoyar Jóvenes emprendedores y Mypimes en aspectos legales, comunicacionales, de diseño y branding en la ciudad de Bogotá.</p> <p>While developing the business plan, series of interviews were developed which let us analyze the different variables of our entourage. Also the interviews helped us to have a better knowledge of the market, the financial variables, organizational aspects and risks that investors of the enterprise could face. After that, some recommendations were made to diminish the risks and finally we concluded that this business idea is rentable and overpass the expectations of the investors.</p> <p>Crearmarca has as a goal to reach a differentiation in the market by being an enterprise that offers complementary services in only one session focused to support young entrepreneurs and Mypimes owners in legal, communications, design and branding aspects among Bogota.</p>
7	PALABRAS CLAVES	<p>Consultoría Emprendedores Propiedad Intelectual Comunicaciones Diseño</p>
8	SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector de Servicios
9	TIPO DE ESTUDIO	Plan de Negocios
10	OBJETIVO GENERAL	Determinar si la propuesta de negocios de la empresa Crearmarca es rentable para los socios inversionistas.
11	OBJETIVOS ESPECIFICOS	<ul style="list-style-type: none"> * Realizar un análisis de mercado para encontrar elementos de juicio que permitan dar argumentos sólidos para la creación de esta idea de negocios. * Realizar un estudio en una muestra del público objetivo de Crearmarca para determinar la viabilidad de que compren los servicios que ofrece la organización. * Hacer un análisis de la oferta de servicios que ofrece la compañía y así concluir cuales son los servicios con mayor mayor proyección en el mercado. * Proponer actividades de mercadeo para la empresa buscando impactar a jóvenes emprendedores y Mypimes en la Ciudad de Bogotá. * Hacer un análisis financiero del negocio y así soportar con cifras y datos la viabilidad de crear esta organización.
12	RESUMEN GENERAL	<p>Crearmarca es una empresa que nace con la necesidad de ofrecer servicios complementarios en una sola consultoría. El objetivo de la organización es brindar asesorías para apoyar la creación y consolidación de empresas en Colombia. Su público objetivo son jóvenes emprendedores y Mipymes en la ciudad de Bogotá.</p> <p>Crearmarca tiene 3 unidades de trabajo orientadas a cumplir las necesidades de sus clientes: Área legal, Comunicaciones y Diseño. En la primera se ofrecen asesorías legales para la constitución y creación de empresas, elaboración de contratos y propiedad intelectual; en la segunda se ofrece consultoría para el posicionamiento de marca y análisis de medios; por último en el área de diseño se ofrece servicio de diseño de identidad corporativa, diseño gráfico, diseño web y branding.</p> <p>La organización cuenta con el talento de comunicadores sociales, abogados, diseñadores y publicistas. Diferentes especialidades buscando crear empresas, consolidarlas, crear marcas. En Crearmarca consideramos que la unión de estas áreas, especialidades y conocimientos diversos en una misma organización es el diferencial que produce impacto positivo para el beneficio de nuestros clientes.</p> <p>La inversión para iniciar este negocio es de 13 millones doscientos noventa mil pesos y se espera una rentabilidad del patrimonio en el primer año del 7%, en el segundo de 25%, hasta llegar a un 48% en el quinto año de operación de acuerdo al análisis financiero realizado. Cabe mencionar que los socios de la compañía dirigen 2 de las 3 áreas de trabajo e imprimen todo su conocimiento y experiencia en beneficio de los clientes. Esto hace además que gran parte de los costos de los servicios ofrecidos están dados por los mismos socios de la empresa, lo que permite tener un margen considerable en las ventas realizadas. Además de esto, es importante señalar que el negocio no está pensado para repartir utilidades entre los socios, este dinero será reinvertido nuevamente buscando un crecimiento progresivo de la compañía.</p> <p>La Tasa Interna de Oportunidad (TIO) del negocio esperada por los socios al cabo de 5 años es del 15% y la Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida al final del ejercicio es del 43%, lo que quiere decir que se superan las expectativas de los socios considerablemente. Así mismo podemos considerar a Crearmarca como un negocio rentable debido a que cuenta con un margen de maniobrabilidad flexible sin que la TIR sea menor a la TIO.</p> <p>Por último vale la pena resaltar que Crearmarca contribuirá al país generando nuevos empleos y oportunidades de trabajo y así mismo al asesorar a jóvenes emprendedores en la búsqueda de consolidar sus negocios, ellos se convertirán en replicadores de esta iniciativa.</p>

13	CONCLUSIONES.	<p>* Se encontró que la idea de negocio propuesta es una idea rentable que supera las expectativas financieras de los socios. Al hacer la investigación de mercados se determinó que en la actualidad no existe una empresa que ofrezca los servicios ofrecidos por Crearmarca en una misma consultoría lo que representa una oportunidad en el mercado para hacerse al público objetivo.</p> <p>* Crearmarca tiene unos bajos costos en operación y unas ventas que permiten tener un amplio margen de maniobrabilidad. La rentabilidad esperada sobre la inversión realizada al cabo de 5 años es del 43%.</p> <p>* La experiencia vivida por parte de los socios de Crearmarca en los 2 primeros años de operación permitió identificar tendencias y juicios que fueron de gran valor a la hora de construir esta idea de negocios.</p> <p>* Los servicios que generan mayor rentabilidad para Crearmarca son los servicios legales y de Comunicaciones puesto a que estas dos áreas son manejadas por los socios de la compañía</p>
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>BOJINES.CO. Aplicaciones móviles en tu empresa. <input type="checkbox"/> en línea <input type="checkbox"/> consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.bojines.co/tema/empresas-tributarias-tributarios.htm#reg%20a></p> <p>DANE. Condiciones y calidad de vida. <input type="checkbox"/> en línea <input type="checkbox"/> consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/calidad_vidaPresentacion_ECV_2010.pdf> y http://www.dane.gov.co/files/comunicados/cp_ecultural_000.pdf></p> <p>PIB. <input type="checkbox"/> en línea <input type="checkbox"/> consultado el 13 de enero de 2011 en <www.dane.gov.co></p> <p>ENTER.CO. Internet presenta su radiografía de internet en Colombia. <input type="checkbox"/> en línea <input type="checkbox"/> consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.enter.co/internet/comscore-presento-su-radiografia-de-internet-en-Colombia/></p> <p>INDEXMUNDI.COM. Serie de datos comparativos. <input type="checkbox"/> en línea <input type="checkbox"/> consultado el 13 de enero de 2011 en <www.indexmundi.com></p> <p>LA REPUBLICA.COM. Pymes las productoras de las marcas propias. <input type="checkbox"/> en línea <input type="checkbox"/> consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.larepublica.com.co/archivos/PYMES/2011-03-07/pymes-las-productoras-de-las-marcas-propias_123511.php></p> <p>LAMAC.COM. Chile y Colombia lideran la penetración en internet y tv paga 1. <input type="checkbox"/> en línea <input type="checkbox"/> consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.lamac.org/Colombia/noticia/chile-y-colombia-lideran-la-penetracion-en-internet-y-tv-paga-1></p> <p>LATINPYMES.COM. Nueva oportunidad para el desarrollo de las pyme en Colombia. <input type="checkbox"/> en línea <input type="checkbox"/> consultado el 13 de enero de 2011 en <http://latinpymes.com/site/2011/03/nueva-oportunidad-para-el-desarrollo-de-las-pyme-en-Colombia/></p> <p>MINCOMERCIO. Sector de servicios. <input type="checkbox"/> en línea <input type="checkbox"/> consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.mincomercio.gov.co/></p> <p>PORTAFOLIO. Documentos. <input type="checkbox"/> en línea <input type="checkbox"/> consultado el 13 de enero de 2011 en http://www.portafolio.co/archivo/documento/CMS-6801633</p> <p>Negocios y sus expectativas son muy altas. <input type="checkbox"/> en línea <input type="checkbox"/> consultado el 13 de enero de 2011 en <http://www.portafolio.co/negocios/%E2%80%98expectativas-google-colombia-son-muy-altas%E2%80%99></p>

Vo Bo Asesor y Coordinador de Investigación:

CRISANTO QUIROGA OTÁLORA
FRANCISCO JOSE ZUÑIGA CASTAÑEDA