PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE AUDITORIAS Y CONSULTORIAS TECNICAS EN LAS ORGANIZACIONES

PABLO JOSE TURRIAGO LIBRADO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

IBAGUÉ - TOLIMA

2021

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE AUDITORIAS Y CONSULTORIAS TECNICAS EN LAS ORGANIZACIONES

PABLO JOSE TURRIAGO LIBRADO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Ingeniero de Sistemas

Tutor de trabajo de grado
Ingeniero Gustavo Enrique Tabares Parra

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

IBAGUÉ - TOLIMA

2021

Tabla de contenido

NOTA DE ACEPTACIÓN **Error! Bookmark not defined.**

Dedicatoria: 8

Agradecimientos: 9**0**

INTRODUCCIÓN 10**1**

CONCEPTO DE NEGOCIO 10**2**

DEFINICIÓN DE IDEA DE NEGOCIO 112

FACTOR DE INNOVACIÓN (DIFERENCIAL O PROPUESTA DE VALOR) 112

ESTRATEGIAS PARA LA VALORIZACIÓN. 113

ANÁLISIS DE TENDENCIAS Y ESTRATEGIAS DE REVITALIZACIÓN EN EL TIEMPO. 123

MERCADO. 124

INVESTIGACIÓN DE MERCADO 124

ANÁLISIS DEL SECTOR 124

MERCADO POTENCIAL 135

ESTRUCTURA EMPRESARIAL 157

MERCADO OBJETIVO 168

NICHO DE MERCADO 179

TAMAÑO DE LA MUESTRA 20

INSTRUMENTO 181

ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA 202

COMPETENCIA 246

ESTRATEGIAS DE MERCADO 257

PRODUCTO (SERVICIO) 257

PRECIO 267

PLAZA 28

PLAN DE MERCADEO. 29

MARKETING 29

PROMOCIÓN 30

PRESUPUESTO. 281

LEGAL. 292

CONSTITUCIÓN 292

NORMATIVIDAD 302

DURACIÓN Y OBJETO SOCIAL 313
PERMISOS Y LICENCIAS 313
ESTATUTOS 314
CAPITAL SOCIAL 314
ACCIONISTAS Y ESTRUCTURA DEL CAPITAL 324
PROPIEDAD INTELECTUAL 325
CONTRATACIÓN 325
OPERACIÓN. 335
OPERACIÓN 335
TAMAÑO DEL MERCADO 335
SERVICIOS SUSTITUTOS 336
USUARIOS 346
PLAN DE COMPRAS 347
COSTOS DE PRODUCCIÓN 347
INFRAESTRUCTURA 358
LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO 358
DIAGRAMA DE PROCESO. 39
DIAGRAMA DE FLUJO 39
VENTA DE SERVICIOS 370
PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS 381
MAQUINARIA, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS. 392
MUEBLES Y ENSERES. 402
ORGANIZACIÓN. 414
MISIÓN. 41
VISIÓN. 415
VALORES INSTITUCIONALES. 425
ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL 42
GESTIÓN HUMANA 436
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL U ORGANIGRAMA. 447
FINANZAS. 448
INGRESOS 448
PROYECCIÓN EN VENTAS 458

EGRESOS 50
NÓMINA 471
CAPITAL DE TRABAJO 481
DETALLES DE FINANCIACIÓN 481
COSTOS Y GASTOS. 514
BALANCE GENERAL 52
ESTADO DE RESULTADOS 52
FLUJOS DE EFECTIVO 54
IMPACTO. 58
IMPACTO SOCIAL 58
IMPACTO ECONÓMICO 59
IMPACTO AMBIENTAL 560
IMPACTO POLÍTICO 571
CONCLUSIONES. 581
ANEXOS 593
RESUMEN EJECUTIVO. 593
¿Qué problema se ha detectado? 604
¿En qué consiste el proyecto? (¿Cómo se va a arreglar el problema?) 615
¿Dónde está el negocio? (¿Cómo ganar dinero?) 615
¿Cuánto dinero se necesita para crearlo? 626
¿En cuánto tiempo se llegará a su punto de equilibrio (empezar a generar ganancias)? y ¿Qué resultados económicos se obtendrán? 626
¿Qué equipo lo lleva a cabo? 626
¿Por qué cree que tendrá éxito? 637
GLOSARIO 67
BIBLIOGRAFÍA 69

Tabla de figuras

Figura 1. Porcentaje de empresas en Ibagué según su tamaño. fuente propia 145

Figura 2. mapa de las comunas de Ibagué. tomado del Blogger de Edward Arias 146

Figura 3. población en las comunas de Ibagué. Fuente: propia 156

Figura 4. Distribución de las empresas de Ibagué. fuente: propia 17

Figura 5. sectorización de la economía de Ibagué. fuente: propia 18

Figura 6. mercado objetivo de Ibagué. fuente: propia 19

Figura 7. Gráfica de resultado desde la primera hasta la novena pregunta. fuente: propia 213

Figura 8. gráfica porcentual de resultado desde la primera hasta la novena pregunta. fuente: propia 224

Figura 9. gráfica porcentual y de resultado de la décima pregunta. fuente: propia 246

Figura 10. Ubicación de la oficina en el centro de Ibagué. fuente: propia 39

Figura 11. Formas estandarizadas para los diagramas de flujo. fuente: propia 40

Figura 12. Proceso de ventas. fuente: propia 381

Figura 13. Diagrama de flujo de la prestación de servicios. fuente: propia 42

Figura 14. Organigrama interno de la organización. fuente: propia 47

Figura 15. Gráfica de proyección. fuente: propia 49

Tablas

Tabla 1. Tabla de resultados. fuente: propia 20

Tabla 2. tarifas establecidas para servicios de auditorías y consultorías. fuente: propia 26

Tabla 3. Inversiones iniciales previstas. fuente: propia 29

Tabla 4. Tabla de Costos de producción. fuente: propia 35

Tabla 5. Tabla de equipos. fuente: propia 39

Tabla 6. Tabla de muebles y enseres. fuente: propia 40

Tabla 7. Tabla de proyección. fuente: propia 45

Tabla 8. Egresos de la organización. Fuente: Propia. 47

Tabla 9. Detalles de la financiación. Fuente: Bancolombia Microcréditos. 48

Tabla 10. Tabla de amortización del crédito. Fuente: Propia. 49

Tabla 11. previsto de gastos y costos de operación. fuente: propia 51

Tabla 12. Estado de resultados. Fuente: formato de estados financieros 53

Dedicatoria:

A Dios, que día a día ilumina mi camino para tomar las mejores decisiones. A mis padres que dieron lo mejor de ellos para que su hijo fuese primero un excelente ser humano lleno de valores y principios antes que un óptimo profesional; gracias a las bases sólidas y estructuradas que ellos construyeron en mi ser, hoy en día les presento a ellos el inicio de la vida de un profesional íntegro y eternamente agradecido.

A mi esposa e hijo, a quienes amo con toda mi alma, son mi mayor motivación y estímulo para emprender día tras día nuevos retos en procura de un futuro próspero y productivo para ellos. Por ellos y para ellos que me ayudan a crecer como ser humano en todos los aspectos de la vida, gracias infinitas.

Agradecimientos**:**

Al ingeniero Gustavo Enrique Tabares Tabares Parra por el acompañamiento, paciencia, motivación y comprensión al desarrollo del proyecto, a las múltiples empresas de la región del Tolima que me ayudaron sin ánimo de lucro con la recopilación de la información necesaria para la terminación del proyecto.

A los ingenieros Yefferzon Perea y Diana Possos, que siempre han sido mis mentores, guías, fuentes de información y conocimiento en este camino tan lindo que ha sido el de convertirme en ingeniero de sistemas.

A todos los que indirectamente o directamente fueron partícipes en este trabajo con su conocimiento, comentarios, apreciaciones, y aclaraciones.

Por último, a la universidad de Área Andina que me instruyó, formó y preparó como profesional íntegro, maestros y todo el personal que me acompañó a lo largo de mi carrera que hoy como finalización me permite desarrollar mi espíritu de emprendedor para cumplir todas mis metas.

A todos, ¡Gracias Totales!

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones hoy en día, se apoyan en gran medida de los servicios informáticos actuales, en algunos casos las empresas no tienen una planeación definida que les permita implementar un sistema de información que cumpla con unos controles de calidad, es importante definir planes de implementación apropiados que permitan mejorar los procesos dentro de las organizaciones. Es por esto que se hace necesario intensificar los controles en materia de ciberseguridad dentro de las compañías mediante los múltiples mecanismos y herramientas; Informática Security es una empresa creada para llevar a cabo esta importante labor dentro de su compañía. Es una empresa enfocada principalmente a apoyar los departamentos de sistemas en la seguridad de la información dentro de las MiPymes inicialmente. Esto con el fin de certificar las labores que pueda ejecutar un empleado de manera eficiente y confiable. Las pequeñas compañías enfrentan a diario múltiples inconvenientes en sus activos ya sean físicos o lógicos tales como vulnerabilidades de seguridad en sus sistemas de información, fallos o bugs en sus plataformas, equipos obsoletos, etc. Mediante guías asertivas, consultorías seguras, confiables y concretas, auditorías externas certeras que detecten falencias y/o problemas que puedan tener las organizaciones tanto físicamente como en el software que emplee o en la manipulación de estos servicios por parte del personal humano y así evitar la afectación sistemática y económica de las compañías.

1. CONCEPTO DE NEGOCIO

1.1. DEFINICIÓN DE IDEA DE NEGOCIO

Para empezar, Informática Security se enfocará en el campo empresarial de las MiPymes regionales, ofreciendo soluciones a sus sistemas de información, medianamente auditorías internas y demás herramientas que determinen el estado de los sistemas internos de la empresa. Adicionalmente, ofrecer soporte técnico 7/24, consultorías en múltiples campos desde instructivos y cursos sobre la importancia de la seguridad informática en las compañías, como comportarse ante situaciones de riesgo, suministro, mantenimiento y reparación de activos.

Como empresa, nuestra intención es abarcar y ser la solución a los inconvenientes en el campo sistemático dentro de las compañías.

1.2. FACTOR DE INNOVACIÓN (DIFERENCIAL O PROPUESTA DE VALOR)

- Siempre nos esforzamos por dar ese valor agregado de nuestros productos hacia los clientes para una mayor fidelización.
- Ante cualquier situación frente a nuestros clientes debemos mostrar una actitud positiva, exponiendo disposición para solucionar inconvenientes y/o interrogantes.
- vocación de servicio que permitirá adaptación ante las necesidades de cada uno de nuestros clientes.

1.3. ESTRATEGIAS PARA LA VALORIZACIÓN.

- Brindar herramientas y soluciones informáticas ideales para contribuir al crecimiento personal y de las organizaciones.
- Potencializar la productividad de los empleados relacionados con la organización.

- Fomentar el correcto uso de los sistemas de información en las organizaciones.
- Brindar servicios de consultoría apoyando a las organizaciones en la optimización de procesos.

1.4. ANÁLISIS DE TENDENCIAS Y ESTRATEGIAS DE REVITALIZACIÓN EN EL TIEMPO.

Es muy importante tener en cuenta que el servicio que vamos a prestar es un servicio que naturalmente tiende a evolucionar constantemente debido al rápido avance tecnológico del que diariamente somos testigos. Por lo tanto, la revitalización será constante en el momento de aprender y aplicar nuevas estrategias de operación del trabajo a realizar y el marketing publicitario de nuestros servicios. Esto teniendo en cuenta las tendencias del mercado y la evolución de las redes informáticas.
Con base a lo anterior, establecemos las siguientes estrategias:

- Aprendizaje continuo para estar al tanto de las actualizaciones informáticas.
- Ofertas y planes novedosos para dar a conocer nuestros servicios y así incorporar clientes nuevos.
- Descuentos proporcionales para nuestros clientes fieles teniendo en cuenta la antigüedad y los contratos que se hayan celebrado.
- Buscar alianzas con otras empresas para un mutuo beneficio.

2. MERCADO.

2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1.1. ANÁLISIS DEL SECTOR

Entre los sectores de la economía colombiana, como lo menciona nuestro proyecto, hace parte del sector terciario o de servicios. independientemente del desarrollo progresivo que este sector ha venido desarrollando en los últimos años. En nuestro país es de suma importancia diferenciar y establecer el sector específico en el cual nos vamos a enfocar y en donde vamos a desarrollar nuestros servicios. El sector de

las tecnologías de la información y las comunicaciones en Colombia avanza a pasos agigantados y diariamente es imposible tratar de realizar alguna labor sin que los sistemas de información estén involucrados de alguna manera.

La cámara colombiana de informática y telecomunicaciones (CCIT) en su artículo publicado el 14 de enero del 2020 cita una investigación realizada por el diario occidente con bases de la CCIT divulgada el 27 de noviembre del 2019 (Colombia, el país con más secuestros de datos, 2019) en la cual se afirma que Colombia es el país con más secuestro de datos en Latinoamérica, esto basado en las más de 20 mil denuncias reportadas por delitos informáticos en la fiscalía general de nación durante el año 2018. donde los ataques más recurrentes son los códigos maliciosos o malware, la suplantación de identidad y de sitios web con el fin de adquirir información financiera, en donde las MiPymes suelen ser las empresas más afectadas ya sea por su poco conocimiento acerca de la relevancia de la seguridad informática o por el poco presupuesto destinado a este fin.

Es por esto que el proceso de la protección de la información debe crecer constantemente mediante la ayuda de las auditorías, así como el desarrollo de nuevas habilidades y herramientas para detectar las diversas formas de ataques, implementando novedosos modelos de detección y respuesta dentro de las organizaciones.

2.1.2. MERCADO POTENCIAL

Según cifras de la Cámara de Comercio de Ibagué (Ortiz, 2020), para el año 2019 había cerca de 28 mil MiPymes registradas en la ciudad las cuales equivalen casi al 97.09% de las empresas totales de la ciudad, las cuales serán nuestro mercado potencial para el proyecto.

Figura 1. Porcentaje de empresas en Ibagué según su tamaño. fuente propia

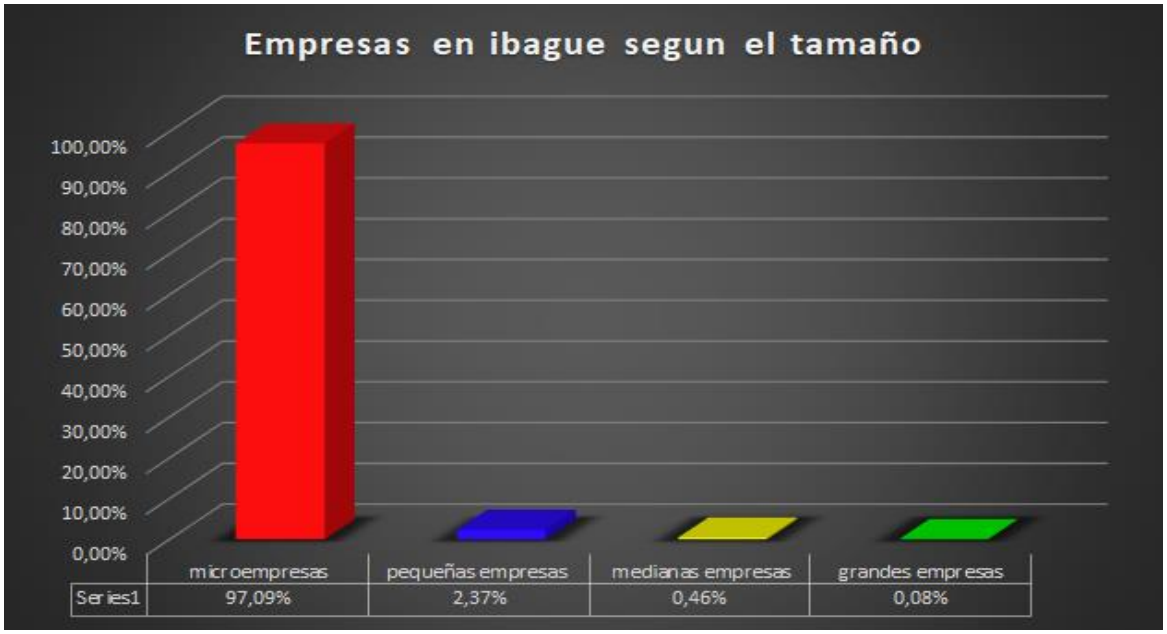
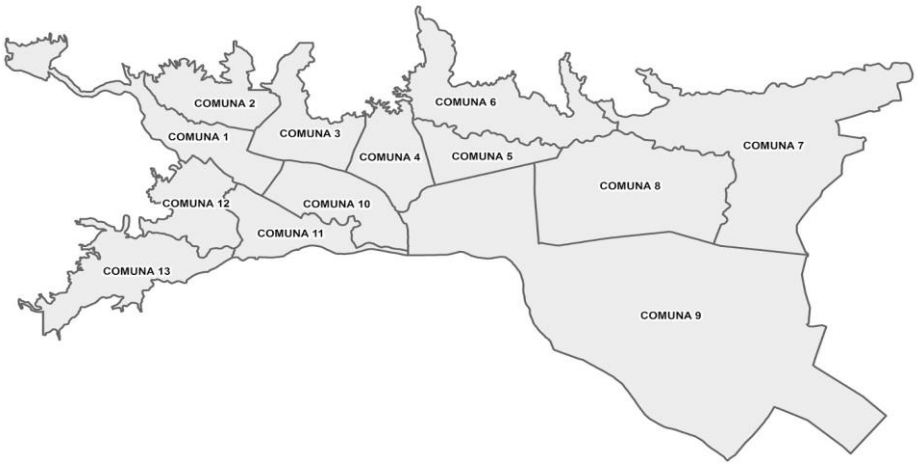
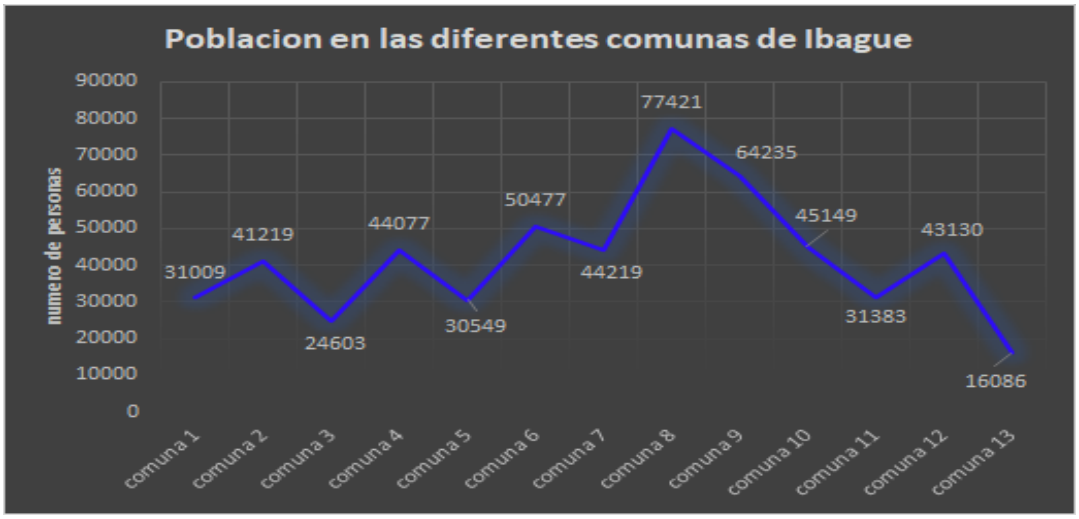


Figura 2. mapa de las comunas de Ibagué. tomado del Blogger de Edward Arias



Según la demografía de la ciudad (Ibagué, 2020) mostrada figura 3, podemos afirmar que las comunas con mayor cantidad de pequeño comercio y de mayor cantidad de población son la comuna 4,6,7,8,9, y la 10, en las cuales encontramos diversidad de pequeñas empresas de los diferentes sectores productivos. en estas nos enfocaremos sin dejar a un lado el resto de comunas.

Figura 3. población en las comunas de Ibagué. Fuente: propia



2.1.3. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según el tejido empresarial de la ciudad de Ibagué (Arana, 2016) figura 4, hay 167 empresas medianas, 787 empresas pequeñas y 25.215 microempresas, de las cuales el 83.27% se dedican al sector terciario de la economía, el 15.16% a la transformación de la materia prima (secundario) y el 1,46% a la agricultura o labores afines como muestra la figura 4 y 5. Del total de las empresas el 50% están distribuidas entre las 5 principales comunas de la ciudad (comuna 4,6,8,9 y 10).

Figura 4. Distribución de las empresas de Ibagué. fuente: propia

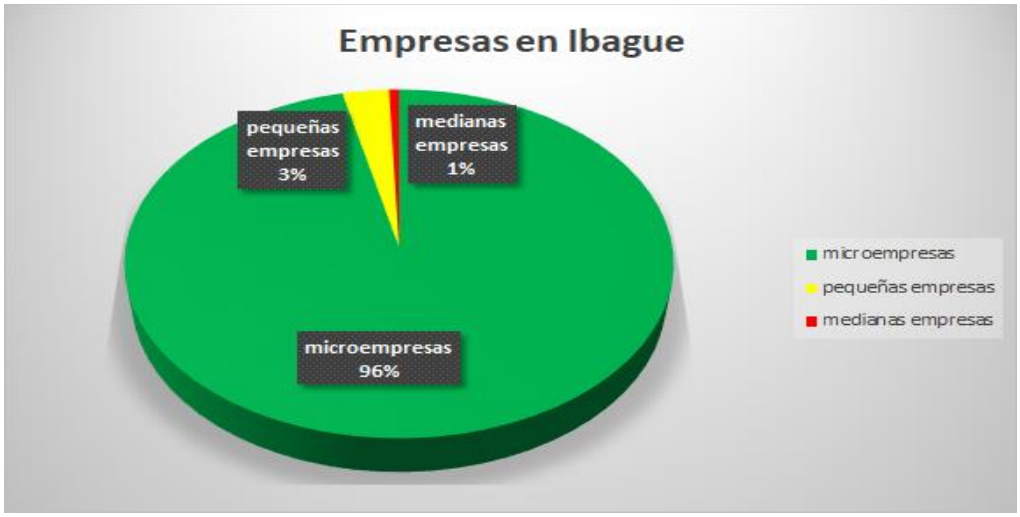
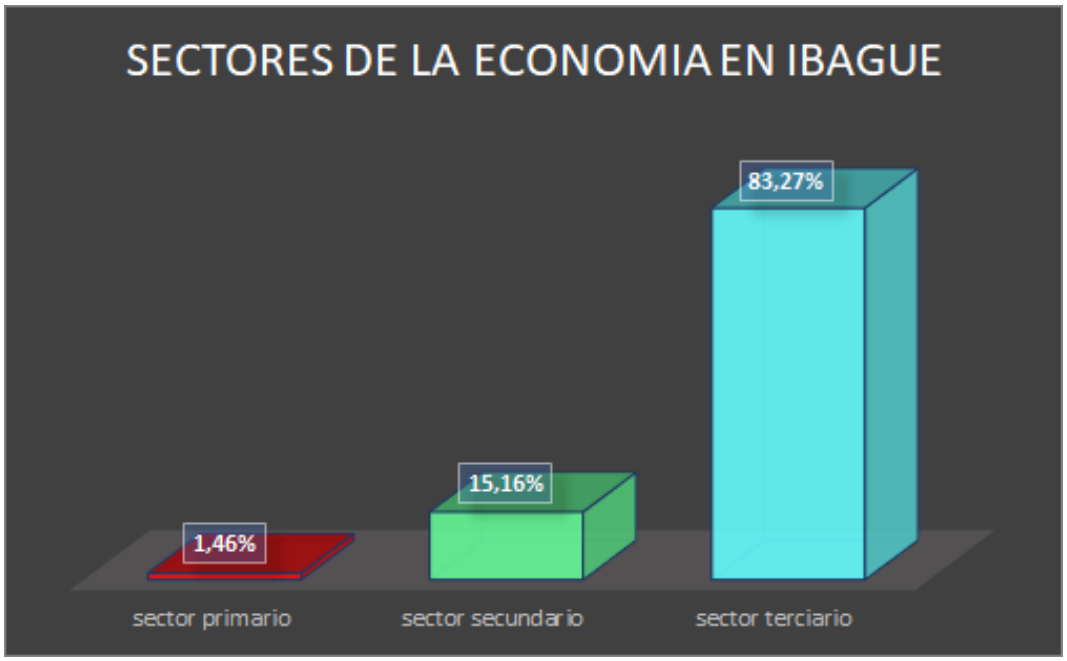


Figura 5. sectorización de la economía de Ibagué. fuente: propia

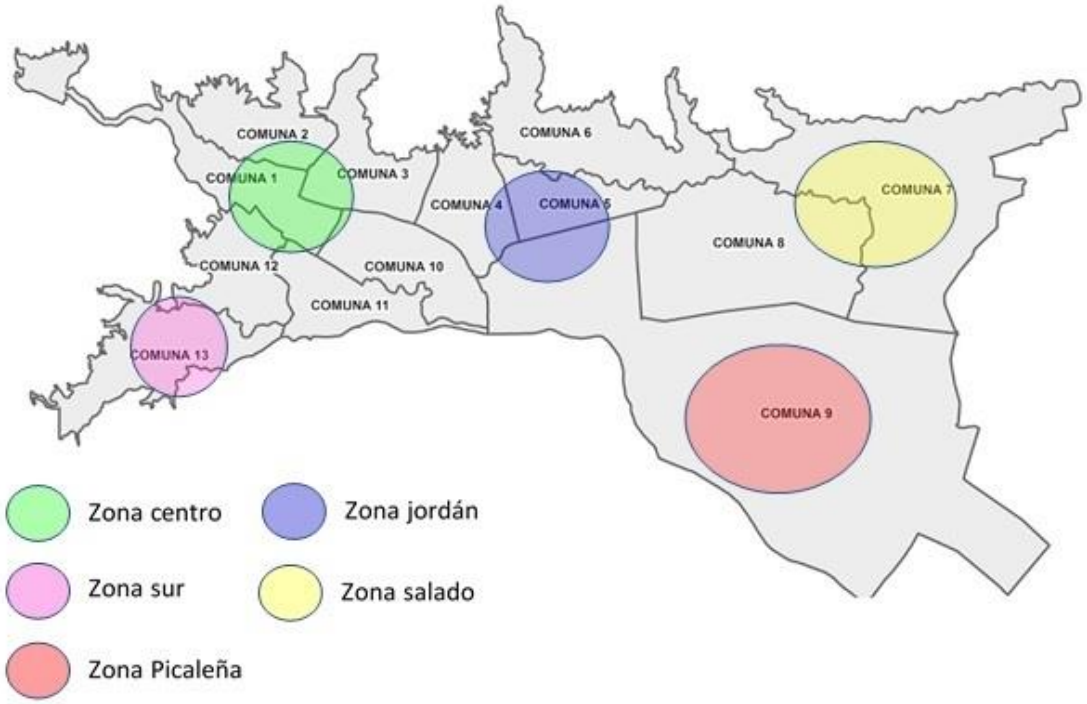


2.1.4. MERCADO OBJETIVO

En la figura 6 muestra el mercado objetivo de este proyecto que serán las MiPymes ubicadas en 5 puntos o sectores estratégicos de Ibagué que son la zona centro, sector el salado, sector Picaleña, sector del Jordán y la zona del sur. teniendo en cuenta que son sectores donde la densidad poblacional es mayor.

En el sector del centro de Ibagué, encontraremos diversidad de negocios dedicados a actividades económicas como el comercio de múltiples productos y servicios. En la zona del Jordán encontramos empresas dedicadas al entretenimiento familiar y restaurantes de diferentes tipos y gustos. El sector del salado se caracteriza por ser la zona con mayor cantidad de microempresas de diferentes sectores económicos. En cuanto a la zona sur encontraremos en su mayoría empresas dedicadas al sector de los textiles y las confecciones. Por último, la zona de Picaleña se caracteriza por abarcar a gran escala el sector primario o agrícola de Ibagué además de los grandes centros logísticos o bodegas.

Figura 6. mercado objetivo de Ibagué. fuente: propia



2.1.5. NICHO DE MERCADO

Se realizó la segmentación del mercado de la ciudad de Ibagué de acuerdo a datos tomados de la web el economista (Empresite) donde se establece el 30% de las pequeñas empresas de las que se tienen registro en la ciudad, hasta llegar a establecer un mercado objetivo de 430 empresas de las cuales se hace necesario establecer un mercado más preciso de acuerdo a la capacidad operativa y los servicios que requiera cada una de las organizaciones definiendo una muestra para realizar el estudio.

Por ende, el nicho de mercado se tomará aquellas empresas que cuenten con un sistema de información, o algún tipo de software que conserve información relevante para la empresa y requiera de nuestros servicios de auditorías para mejorar la seguridad informática.

2.1.6. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para establecer el tamaño correcto de la muestra se utilizará una fórmula que es comúnmente utilizada para la determinación de las muestras:

Ecuación 1. fórmula para determinar las muestras. fuente: propia

$$n = \frac{N * Z^2 * P * (1 - P)}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * P * (1 - P)}$$

Donde: n = Cantidad real de elementos a encuestar

Z = Valor estándar de confiabilidad

P = Estimación de proporción

e = Margen de error

N = Número total de elementos que conforman la población

Entonces:

Ecuación 2. número de empresas a encuestar. fuente: propia

$$n = \frac{430 * 1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5}{(430 - 1) * 0{,}06^2 + 1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5} = \quad 165$$

Dentro de la población de 430 empresas según la muestra, estableciendo un nivel de confianza del 95% (1,96), adoptando un margen de error del 6% (0,06) y una estimación de proporción del 50% (0,5); nos arroja como resultado la muestra representativa de 165 empresas para la posterior realización de encuestas.

2.1.7. INSTRUMENTO

El instrumento empleado para la recolección de la información fue una encuesta creada para obtener los datos para la realización del proyecto, fue realizada sistemáticamente y está enfocada y dirigida hacia los departamentos de TI de las compañías, o en su defecto al director encargado de la misma, esto con el fin de reducir el margen de error y recolectar información concluyente y certera para el éxito en el resultado.

Las preguntas cerradas fueron elaboradas con el fin de llegar a conclusiones claras y precisas para cada organización con el fin de determinar el nivel sistemático de cada compañía, las preguntas de la 1 a la 9 son preguntas cerradas (sí o no), la pregunta 10 es una escala de 1 a 5 en donde 1 es deficiente, 2 es poco deficiente, 3 es regular, 4 bueno y 5 es excelente.

1- Cuenta su empresa con departamento de TI

2- ¿Tiene conocimiento acerca de los ataques informáticos?

3- ¿Conoce los peligros y las consecuencias de los ataques cibernéticos?

4- ¿La empresa destina presupuesto a la ciberseguridad?

5- ¿Tiene control sobre los usuarios y datos empresariales?

6- ¿Realiza periódicamente copias de seguridad de la información?

7- ¿La empresa cuenta con mantenimientos informáticos periódicos sobre los dispositivos tecnológicos de la compañía?

8 -¿Cuenta con un plan de prevención de riesgos informáticos?

9- ¿Los empleados de su empresa tienen la formación que necesitan para prevenir errores de seguridad informática?

10- Califique de 1 a 5 cómo cree que es la seguridad de la información en su compañía

Asimismo, antes de las preguntas anteriores, cada una de las empresas deberá suministrar unos datos de contacto: nombre y teléfono. esto con el objetivo de establecer la base de datos de la organización.

2.1.8. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Se realizó la encuesta a la muestra de manera física y virtual (mediante correo electrónico) obteniendo los siguientes resultados (ver anexo 6):

Tabla 1. Tabla de resultados. fuente: propia

	SI	NO	SI	NO	TOTAL	
pregunta 1	110	55	67%	33%	165	
pregunta 2	68	97	41%	59%	165	
pregunta 3	51	114	31%	69%	165	
pregunta 4	82	83	50%	50%	165	
pregunta 5	135	30	82%	18%	165	
pregunta 6	35	130	21%	79%	165	
pregunta 7	25	140	15%	85%	165	
pregunta 8	61	104	37%	63%	165	

pregunta 9	75	90	45%	55%	165	
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**TOTAL**
pregunta 10	10	32	80	28	15	165
	6%	19%	48%	17%	9%	

Figura 7. Gráfica de resultado desde la primera hasta la novena pregunta. fuente: propia

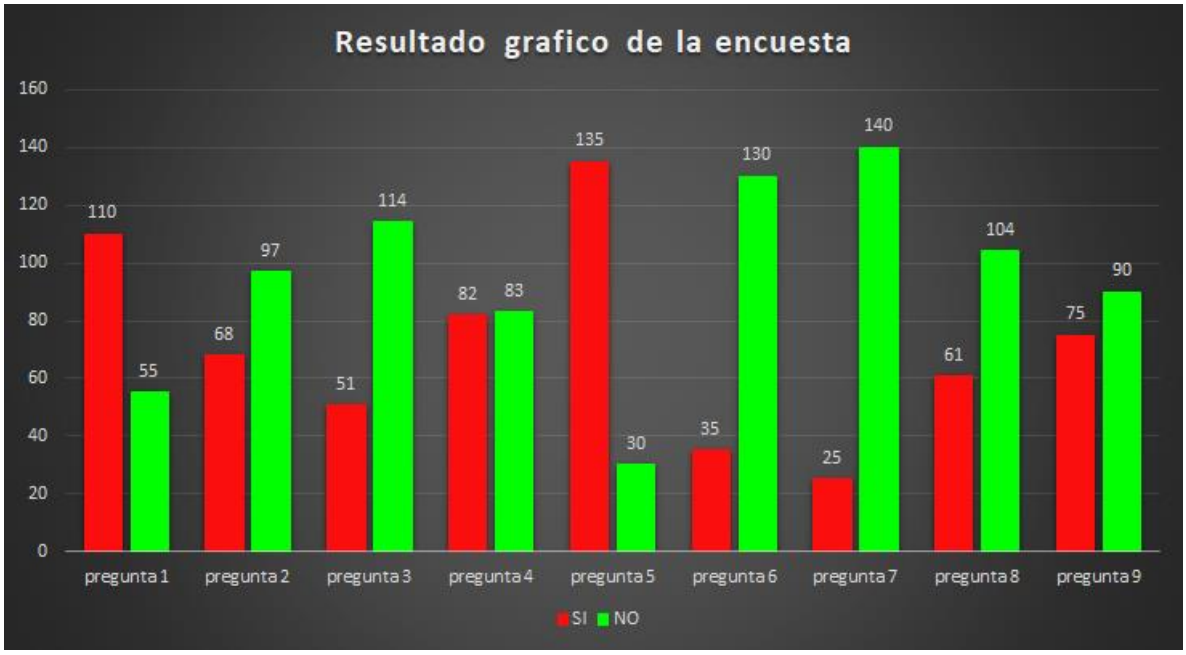
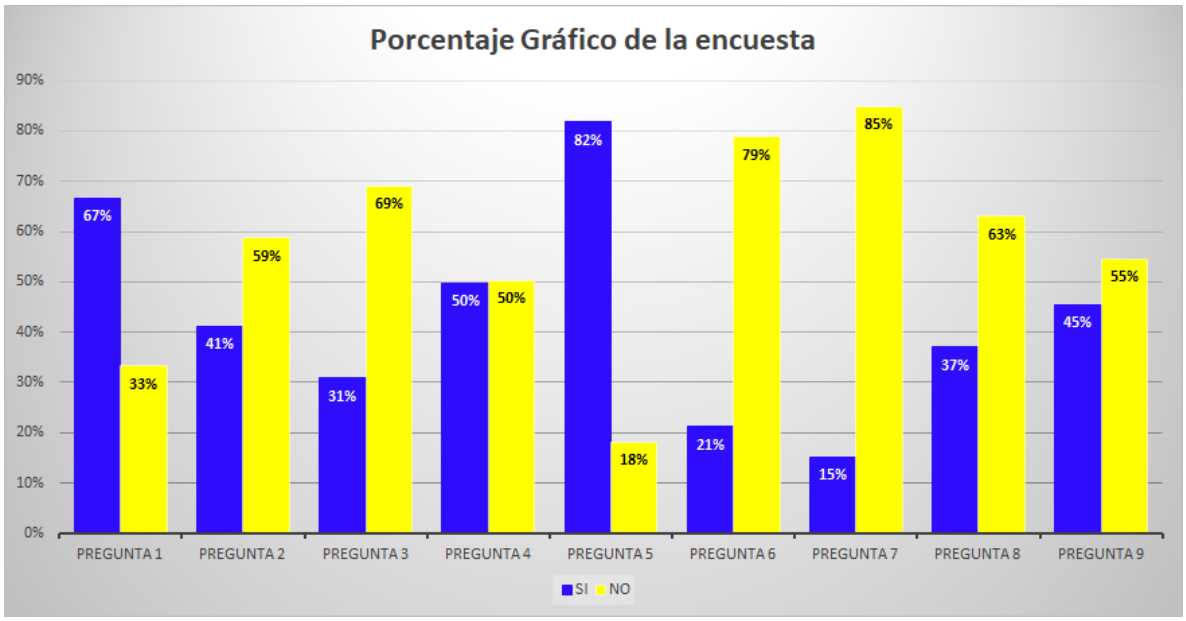


Figura 8. gráfica porcentual de resultado desde la primera hasta la novena pregunta. fuente: propia



En los resultados de la primera pregunta podemos observar que el 67% de las empresas encuestadas cuenta con un departamento de TI, es decir que probablemente puedan tener algunas bases para un correcto manejo de la información.

La segunda pregunta nos informa que solo el 41% de los encuestados tiene conocimiento alguno sobre los ataques informáticos, es decir son organizaciones que en el momento de un ciberataque no sabrán qué pasó, cómo pasó o porque sucedió.

La tercera pregunta viene de la mano con la pregunta anterior y nos confirma que la mayoría de los encuestados no conoce a ciencia cierta los ataques informáticos ni sus alcances, ni el peligro que generan dentro de las compañías, esto por factores como falta de información, información muy técnica para ellos, costos muy elevados para implementar en sus empresas.

Los resultados de la cuarta pregunta nos indican un claro equilibrio entre las compañías que destinan presupuesto para la ciberseguridad y las que no lo hacen. esto nos lleva a concluir de la mano con los resultados de las demás preguntas, que las que no destinan presupuesto están más propensas a ciberataques por la misma

falta de conocimientos y de asesorías, y tal vez algunas de las organizaciones que si destinan dineros para esta razón lo están invirtiendo de forma equivocada.

La quinta pregunta nos ilustra un control en la mayoría de las empresas sobre el o los usuarios que manejan las organizaciones. Recordemos que una de las principales falencias dentro de las empresas es la poca o nula seguridad en el control de los usuarios. estas fallas solo quedan al descubierto en el momento de realizar una completa y exhaustiva auditoría.

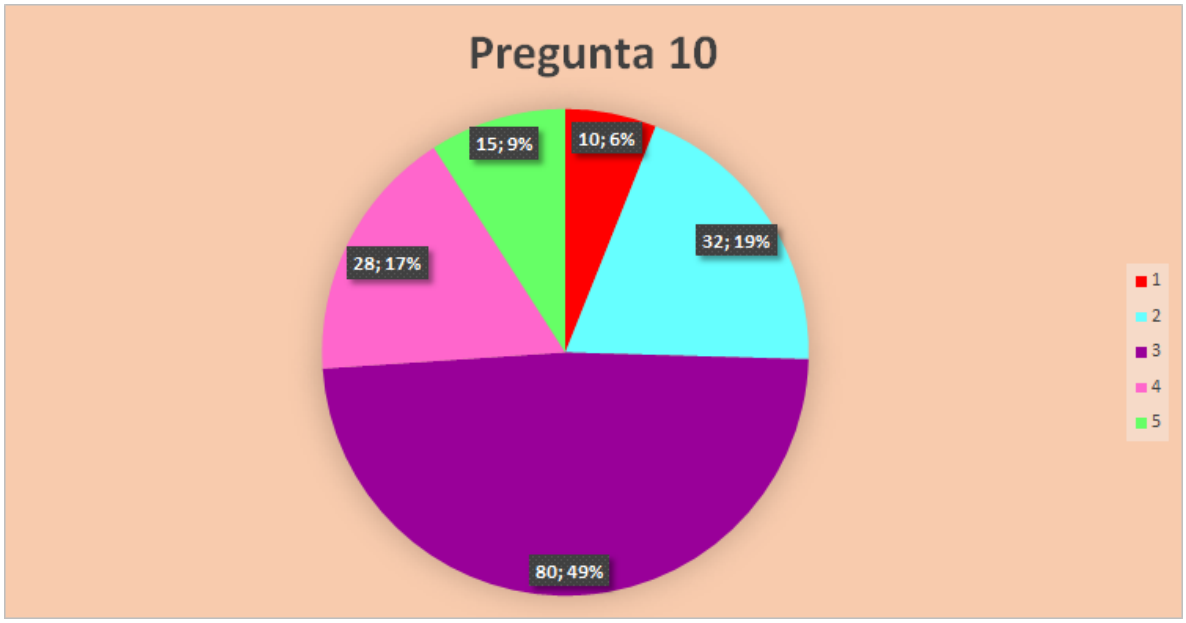
En los resultados de la sexta pregunta, claramente podemos observar que la mayoría de las organizaciones (el 79% de los encuestados) no protege la información mediante copias de seguridad. esto porque no tienen conocimiento de cómo se realizan ni la importancia de las mismas.

Los resultados de la séptima pregunta nos dan una clara imagen de la importancia y la relevancia que se les da a los activos sistemáticos en las organizaciones. El 85% de los encuestados no cuenta con un programa periódico de mantenimiento, esto conlleva a que las fallas solo pueden ser detectadas en el momento que ocurren.

La octava pregunta nos deja claro que las compañías encuestadas no están preparadas ni tienen las directrices correctas para actuar al momento de ser blanco de un ataque cibernético.

En la novena pregunta podemos observar que el 45% de los encuestados cuentan con empleados capacitados con la suficiente formación e información para prevenir y minimizar errores en pro de la seguridad informática de las organizaciones.

Figura 9. gráfica porcentual y de resultado de la décima pregunta. fuente: propia



En la décima pregunta de la figura 10, podemos concluir que la mitad de los encuestados cree tener una aceptable seguridad de la información en sus compañías. esto en base de los conocimientos que puedan tener sobre el concepto de seguridad en la información.

2.1.9. COMPETENCIA

Existe una serie de competidores que prestan servicios alternativos y similares, entre técnicos profesionales y técnicos laborales operando bajo otra constitución como organización.

El primero competidor directo para este proyecto son los mismos departamentos de TI de las organizaciones o las personas que dentro de estas organizaciones puedan tener el conocimiento para llevar a cabo una correcta auditoría. Esto ocurre principalmente a la necesidad de las organizaciones de suplir esta necesidad sin ampliar los costos operativos, sin tener en cuenta la credibilidad, ejecución y el resultado final de estos procesos que llevan a cabo personal sin conocimiento ni experiencia.

El segundo posible competidor son las empresas del sector tecnológico de la ciudad que prestan diferentes servicios a los expuestos en este proyecto pero que los prestan de forma alternativa o complementaria. Si bien no son especialistas en temas de ciberseguridad porque su énfasis es más en la reparación, mantenimiento y suministro de partes, tratan a su modo de prestar algún tipo de asesorías y demás servicios en este campo a sus clientes.

Por último, tenemos a las personas naturales que por conocimiento empírico sobre el tema de seguridad informática tratan de brindar algún servicio relacionado con este. Esto ocurre sobre todo en las organizaciones pequeñas las cuales no ven el tema de la seguridad de la información con la suficiente importancia que lo implica.

2.2. ESTRATEGIAS DE MERCADO

2.2.1. PRODUCTO (SERVICIO)

Los servicios que se ofrecen a nuestros clientes inicialmente son: Auditorías de seguridad informática y Consultorías técnicas. Estos servicios ofrecen innumerables beneficios a las organizaciones y el objetivo es dar a conocer todos los beneficios positivos sobre la fuerza laboral. Sin embargo, estos suelen variar en su contenido y en la forma que se ofrecen a las diferentes organizaciones.

- **Auditorías de seguridad informática:** Según (Tejada, 2015) dependiendo el estudio previo que se realice sobre la organización (tamaño, recursos, sistemas utilizados) podemos definir el nivel de seguridad de la organización, donde se evalúan políticas, técnicas, hábitos, procesos de seguridad empleados bajo los estándares de calidad y las normas de control como menciona.

- **Consultorías Técnicas:** mediante este servicio, se brindará la orientación adecuada para las organizaciones en el momento de adquirir, reparar, sustituir

activos tecnológicos. Se deberán presentar diversas opciones con las cuentas del mercado y entre los dos agentes se deberá elegir la mejor opción en cuanto hardware, software, redes y comunicaciones que faciliten el mejoramiento y evolución tecnológica. todo esto teniendo en cuenta las necesidades del cliente y su capacidad de adquisición.

2.2.2. PRECIO

La estrategia de precios para cada servicio ha sido establecida teniendo en cuenta el conocimiento previamente adquirido y la experiencia en cuanto la prestación de los mismos. Se debe tener en cuenta que este precio varía entre los distintos clientes dependiendo las características y las necesidades específicas de cada organización, la cantidad de tiempo, recursos, gravedad de los casos. Para este fin, se ha establecido una serie de tarifas que el cliente escoge según sus condiciones, cómo se relaciona en la siguiente tabla de precios.

Tabla 2. tarifas establecidas para servicios de auditorías y consultorías. fuente: propia

Horas	Precio por Horas	Total
4 horas	$ 160.000	$ 640.000
8 horas	$ 150.000	$ 1.200.000
16 horas	$ 140.000	$ 2.240.000
24 horas	$ 130.000	$ 3.120.000
48 horas	$ 120.000	$ 5.760.000

2.2.3. PLAZA

El objetivo principal de la organización es llegar directamente a nuestros clientes, de tal modo está contemplada la opción de un lugar físico donde se opere normalmente, esto con el fin, que nuestros clientes potenciales puedan visitarnos y obtener toda la información o asesoramiento que requieran. Las redes sociales y los espacios en la web son lugares muy concurridos y que hoy en día abarca una gran mayoría de usuarios, por lo tanto, también los utilizaremos para un mayor alcance de nuestros productos. Una gran ventaja es que por los tipos de servicios que presta la organización, son ejecutados directamente en los espacios y con los activos de nuestros clientes.

2.3. PLAN DE MERCADEO.

2.3.1. MARKETING

Se han establecido dos estrategias que permiten atender de manera eficiente al mercado objetivo inicial:
La estrategia de concentración permite que la organización conozca a fondo el segmento del mercado que se ha elegido y adquirir la reputación como experto en el campo en cuestión. No se trata de solo lograr la adquisición de los servicios por parte de los clientes, también se debe crear una relación comercial a largo plazo donde mediante la voz a voz nuestros clientes además de adquirir nuestros servicios también recomienden a sus similares el uso y la adquisición de los mismos. Esto permitirá conocer las necesidades y preferencias que tienen características similares en cuanto a infraestructura u organización lo cual permitirá abordarlas de manera similar eficientemente.

La estrategia de nicho de mercado es utilizada para las organizaciones que requieren servicios muy específicos o especializados, para así satisfacer las necesidades de grupos u organizaciones pequeñas pero homogéneas en cuanto a sus deseos. Es la indicada para la penetración en el mercado específico puesto que las posibilidades

de atender las necesidades de nuestros usuarios son mayores al poder explorar a fondo sus necesidades, y así poder brindar servicios exclusivos.

2.3.2. PROMOCIÓN

Es uno de los aspectos esenciales para el futuro éxito de la organización, gracias a los estudios de mercado que se realizaron, se adoptarán las visitas directas en las organizaciones sin ningún costo como eje central de la promoción y ventas, mediante estas facilitan el contacto directo con los clientes y ayudan a la comprensión e interpretación de los requerimientos y necesidades. De la misma forma y como valor agregado los clientes que tomen nuestros servicios de auditoría y quieran seguir el proceso y acompañamiento con los servicios de la implementación de los cambios y las mejoras propuestas tendrán hasta el 50% de descuento dependiendo los casos y los requerimientos, esto con el fin de deshacerse de las excusas y de las limitaciones por presupuesto o por tecnología necesaria que puedan hacer creer que un plan de mejora es una auténtica utopía inalcanzable.

Por otra parte, esta organización contará con una página web informativa, promocional amigable y dinámica, en donde se obtendrá toda la información sobre los servicios que prestamos, quienes somos, la importancia de nuestros servicios, precios, cotizaciones, ofertas, promociones, descuentos, nuestras formas de contacto (dirección física, teléfonos, redes sociales).

Cuando nuestra organización haya iniciado operaciones y concretemos nuestros primeros clientes, el método voz a voz es el que más vamos a fortalecer mediante una imagen positiva y de disposición a ayudar procurando siempre la satisfacción total de nuestros clientes, pues ellos se encargaran de recomendar nuestros servicios si obtienen una buena experiencia.

2.4. PRESUPUESTO.

Mediante la tabla 3 expondremos las inversiones fijas requeridas para el correcto funcionamiento y desarrollo de la organización. Por ahora no se tienen previstas inversiones posteriores a las iniciales, no al menos en los primeros 2 años de funcionamiento de la organización.

Tabla 3. Inversiones iniciales previstas. fuente: propia

Inversiones Iniciales	
Muebles y enseres	$ 4.000.000
Maquinaria y equipo	$ 6.000.000
Gastos de oficina (insumos, transporte, constitucion, servicios, publicidad, arrendamientos)	$ 5.500.000
Caja menor	$ 600.000
Total	$ 16.100.000

3. LEGAL.

3.1. CONSTITUCIÓN

El tipo de sociedad a crear para este proyecto es una Sociedad de Acciones Simplificadas (SAS) como lo menciona (Villamizar, 2010); Se elige este tipo de sociedad por la simplicidad de los procesos y disminución de los costos en la constitución legal como lo menciona el código de comercio (ver anexo 1). Esta sociedad se podrá constituir mediante documento privado, puesto que no se aportan bienes o derechos como naves o aeronaves. Los accionistas de las S.A.S no tienen responsabilidad solidaria, esto quiere decir que más allá de sus aportes, en las

deudas tributarias de la sociedad. De la misma forma para las obligaciones laborales que posea la sociedad. También a este tipo de sociedad no se les exige poseer todos los órganos de administración, solo basta con el representante legal.

Igualmente, no requiere tener revisor fiscal por el solo hecho de ser sociedad por acción, a excepción de cómo lo estipula el código de comercio, la sociedad y sus activos brutos al 31 de diciembre del año anterior sean o excedan el equivalente de cinco mil salarios mínimos y/o los ingresos brutos en el año anterior superen los tres mil salarios mínimos. Asimismo, los accionistas son anónimos, no aparecen en el registro mercantil y sus acciones están registradas en el libro de acciones.

3.2. NORMATIVIDAD

Colombia como país emergente en este campo, continuamente está actualizando estrategias de implementación de ciberseguridad que ayudan a los retos que conllevan la seguridad en las tecnologías de información como base del desarrollo económico de las compañías.

El gobierno nacional estableció en el 2016 (Sánchez, 2016) la mediante el documento anexo **CONPES 3854** (ver anexo 2) el cual establece lineamientos y directrices de seguridad digital, recomendaciones, buenas prácticas y cuenta con componentes del campo como la regulación, la investigación, la educación, la cooperación, el desarrollo y la innovación.

De la misma forma se conforman tres instituciones para la prevención y la gestión de incidentes cibernéticos: el grupo de respuesta de emergencias cibernéticas de Colombia **(COLCERT),** el centro cibernético policial **(CCP),** y el comando cibernético conjunto **(CCOC).**

Colombia también ha aprobado una legislación (ley 1273 y ley 906) (ver anexo 3 o ver anexo 5) para abordar los delitos cibernéticos y reconoce los tratados con interpol y europol para combatir estas infracciones, además de la ley estatutaria 1581 (ver anexo 4) sobre la protección y manejo de los datos personales.

3.2.1. DURACIÓN Y OBJETO SOCIAL

Según el código de comercio, no es necesario especificar el objeto social al que se dedica la organización, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita. Además, la duración de las S.A.S. puede ser indefinida o definida, para nuestro caso, no se establecerá un tiempo determinado de duración.

3.2.2. PERMISOS Y LICENCIAS

Para la empresa Informática Security de acuerdo a su denominación, no se requiere ningún tipo de licencia especial o permiso para el funcionamiento de la organización.

3.3. ESTATUTOS

Los empleados que trabajen en la organización deben tener amor propio por la organización, deben estar a gusto con las labores y los procesos que lleven a cabo, esto es fundamental para cada persona vinculada con la organización ya que el sentimiento positivo de pertenencia que se genera ayuda a generar un servicio de calidad.

Además de lo anterior expuesto, cada colaborador debe cumplir con un perfil de compromiso y responsabilidad con la organización, actitud positiva e imagen acorde al nivel empresarial. También los empleados deben resaltar los valores corporativos afines con la organización tales como la honestidad, responsabilidad, respeto, lealtad, compromiso.

3.3.1. CAPITAL SOCIAL

Las sociedades de tipo S.A.S pueden constituirse con cualquier monto de capital social y tener cualquier cantidad de empleados. No están condicionadas a

requerimientos mínimos de capital suscrito. Adicionalmente, a los accionistas de las S.A.S. se les da hasta dos años para cancelar el capital suscrito. De tal modo, el capital suscrito para este caso es de ($16.100.000) como lo indica (Villamizar, 2010).

3.3.2. ACCIONISTAS Y ESTRUCTURA DEL CAPITAL

Como las sociedades por acciones simplificadas pueden constituirse con uno o varios accionistas independientemente si son personas naturales o jurídicas, para este caso será una organización unipersonal, y el capital se fraccionó en 100 acciones a nombre de la persona encargada.

3.4. PROPIEDAD INTELECTUAL

La propiedad industrial de la organización, se protegerá como lo establece la ley por medio del registro de la marca y/o patente ante la superintendencia de industria y comercio. de la misma forma y a futuro visualizando una expansión internacional, se deberá proteger en cada uno de los países que donde se vayan a usar, de acuerdo y como lo establezca la legislación de dicho país.

En cuanto a los derechos de autor, se registrarán las obras que se realicen ante la dirección nacional de derechos de autor.

3.5. CONTRATACIÓN

El tipo de contratación para los candidatos laborales será con salario fijo más comisiones por venta y labor por un periodo inicial de prueba de 3 meses. Si este periodo es superado satisfactoriamente, el contrato pasa a término indefinido.

Dependiendo los cumplimientos de las metas proyectadas socialmente y económicamente en la organización, se establecerán unos bonos extras para los empleados.

4. OPERACIÓN.

4.1. OPERACIÓN

4.1.1. TAMAÑO DEL MERCADO

Para determinar el tamaño de mercado, que más adelante nos ayudará a determinar el estimativo de ingresos, se requieren los datos obtenidos en la investigación de mercados (165 empresas) y el promedio con las empresas que destinan presupuesto para su seguridad informática más la cantidad que estarían dispuestos a invertir las empresas que aún no lo hacen, dicho promedio sería de (**$2,330.000).** Por consiguiente, se establece el tamaño del mercado en (**$384,450.000).** ver anexo listado de empresas.

4.1.2. SERVICIOS SUSTITUTOS

Uno de los servicios sustitutos identificados son la manipulación de la información de manera manual, es decir, llevan toda la información relacionada con la organización de forma escrita en archivos físicos. Si bien en la actualidad es una manera poco ortodoxa, poco confiable, muy tediosa, poco segura y múltiples problemas más, para algunas organizaciones sobre todo las de poco presupuesto, es la única forma o la más económica de conservar y tratar su información.

Las empresas que tienen departamento de TI realizan listas de chequeo o de verificación superficial mediante las cuales intentan encontrar alguna anomalía en sus sistemas, ya sea por tiempo o por presupuesto lo realizan con el fin de suplir la necesidad de realizar una verdadera verificación extensa, profunda y exhaustiva de sus sistemas en pro de encontrar errores.

Los proveedores de activos informáticos de las compañías también pueden ser competidores directos pues muchos de sus servicios pueden suplir los ofrecidos por nuestra organización.

4.1.3. USUARIOS

Ya habiendo encontrado un mercado específico y concreto mediante el ejercicio de segmentación de mercado y tomando en cuenta la encuesta realizada a las organizaciones según a la muestra definida, podemos afirmar que los posibles usuarios de los servicios que ofrece nuestra organización son las compañías que se encuentren en la zona geográfica anteriormente expuesta y que cuenten con su información empresarial de manera sistematizada.

Bajo esta premisa, podemos resaltar que la organización direccionará los esfuerzos en llegar a las personas encargadas de dirigir estas compañías como posibles clientes, ya que nuestros servicios son herramientas de detección de anomalías y fallas dentro de los sistemas, y claramente es de interés específico del encargado de salvaguardar dicha información.

4.2. PLAN DE COMPRAS

Para las compras que requiera la organización, se implementará un estricto control el cual solo el director general estará a cargo de las compras. Se establece como límite de presupuesto la suma de $600.000. Proveesistemas es un proveedor de papelería y suministros de Oficina el cual estará encargado del suministro de útiles de oficina, resmas, equipo de oficina, papelería y archivo. Se llevará a cabo mensualmente teniendo en cuenta el inventario de insumos (el stock no deberá estar por debajo de las 10 unidades en cualquier insumo) y analizando las necesidades de la organización.

4.3. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Principalmente nuestra organización se dedica a la prestación de servicios, así que podemos establecer, el conjunto de gastos que involucra la contratación de los trabajadores como el principal costo de producción. También tenemos los servicios consumidos (luz, agua, servicio de internet, arrendamiento), el marketing de la organización. A continuación la tabla de proyección hacia los costos mensuales.

Tabla 4. Tabla de Costos de producción. fuente: propia

Concepto	Valor
Servicio de internet	$ 180.000
Luz	$ 130.000
Agua	$ 90.000
Arrendamiento	$ 700.000
Publicidad y Marketing	$ 400.000
plan de compras	$ 600.000
Total	$ 2.100.000

4.4. INFRAESTRUCTURA

4.4.1. LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

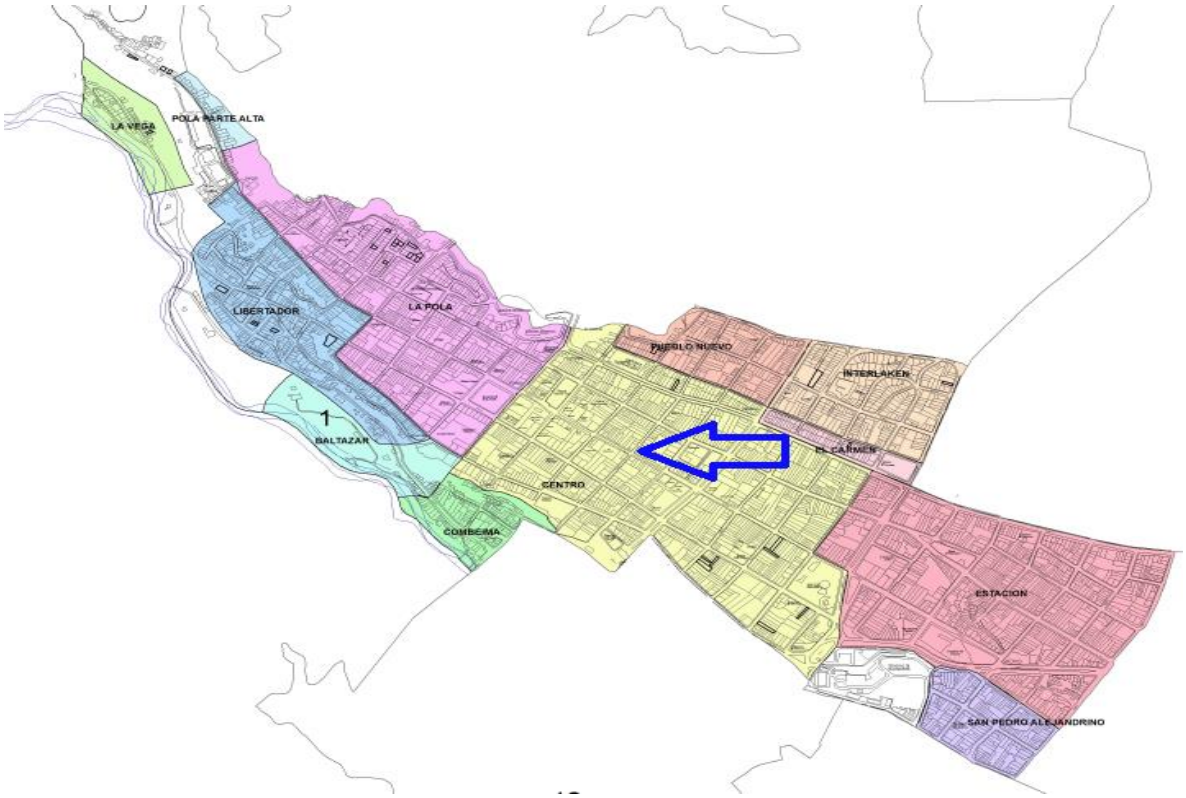
Como nuestra organización es una empresa prestadora de servicios, es importante un lugar donde los clientes puedan obtener un respaldo a dónde acercarse por información acerca de nuestros servicios, atención post venta, asesoría especializada en los asuntos referentes a nuestra actividad económica.

Según las anteriores premisas, el lugar adecuado para el domicilio de la organización es el centro de Ibagué figura 10 en la comuna 1 en la carrera 3 entre las calles 12 y

13, un lugar donde está la mayoría del comercio de la ciudad, además de ser un sitio muy concurrido diariamente, la oficina contará con 30 $M^{2.}$

Adicionalmente se contará con un sitio web de promoción de servicios e información de contacto para la solicitud de servicios que requieran los clientes, el dominio del sitio es: www.InformáticaSecurity.com.co

Figura 10. Ubicación de la oficina en el centro de Ibagué. fuente: propia



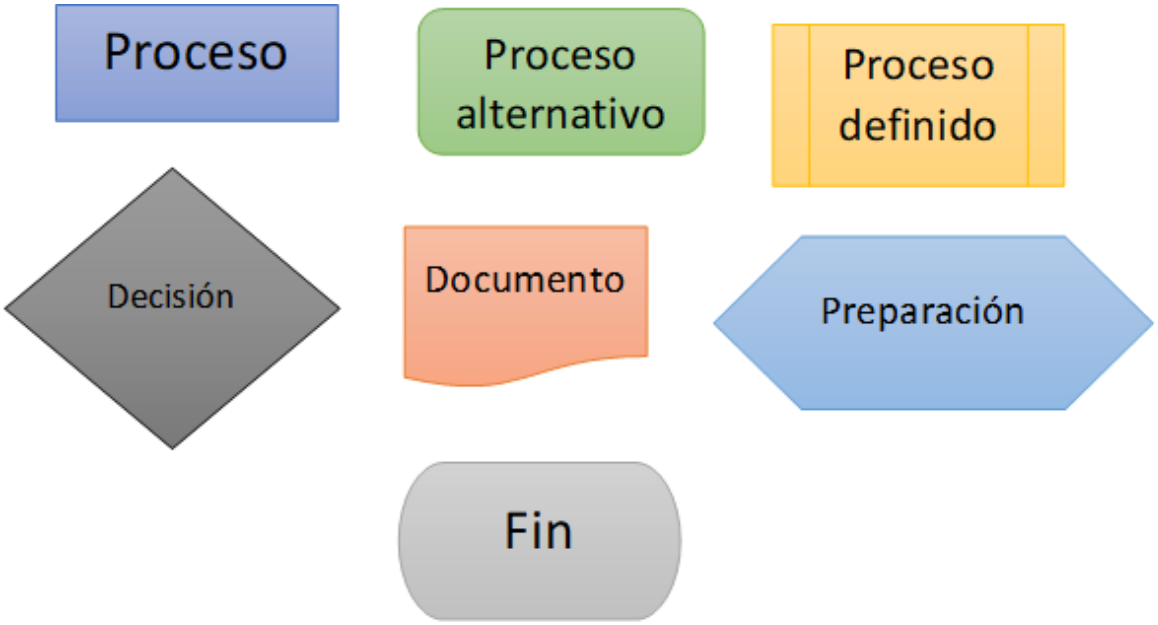
4.5. DIAGRAMA DE PROCESO.

4.5.1. DIAGRAMA DE FLUJO

Los diagramas de flujo ayudan a plasmar de manera gráfica y fácil los procesos que maneja interna y externamente la organización, la prestación de servicios y las ventas. Se deben tener en cuenta lo siguiente:

1. Se manejan las siguientes formas para determinar los procesos (figura 11).

Figura 11. Formas estandarizadas para los diagramas de flujo. fuente: propia

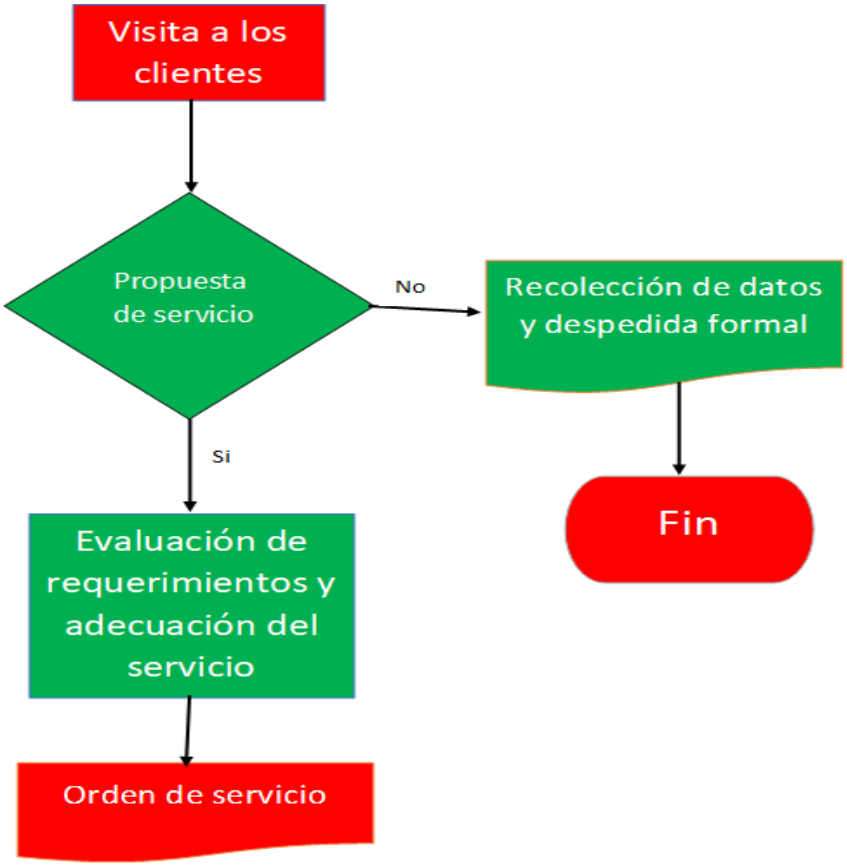


2. Para la creación de los diagramas de flujo tendremos en cuenta los colores para determinar si es un proceso interno de la organización (color azul), si involucra tanto a la organización como al cliente (color verde) o si son actividades de especial atención o críticas (color rojo).

4.5.2. VENTA DE SERVICIOS

Mediante el diagrama de flujo plasmado en la figura 12 observaremos el proceso de venta de nuestros servicios.

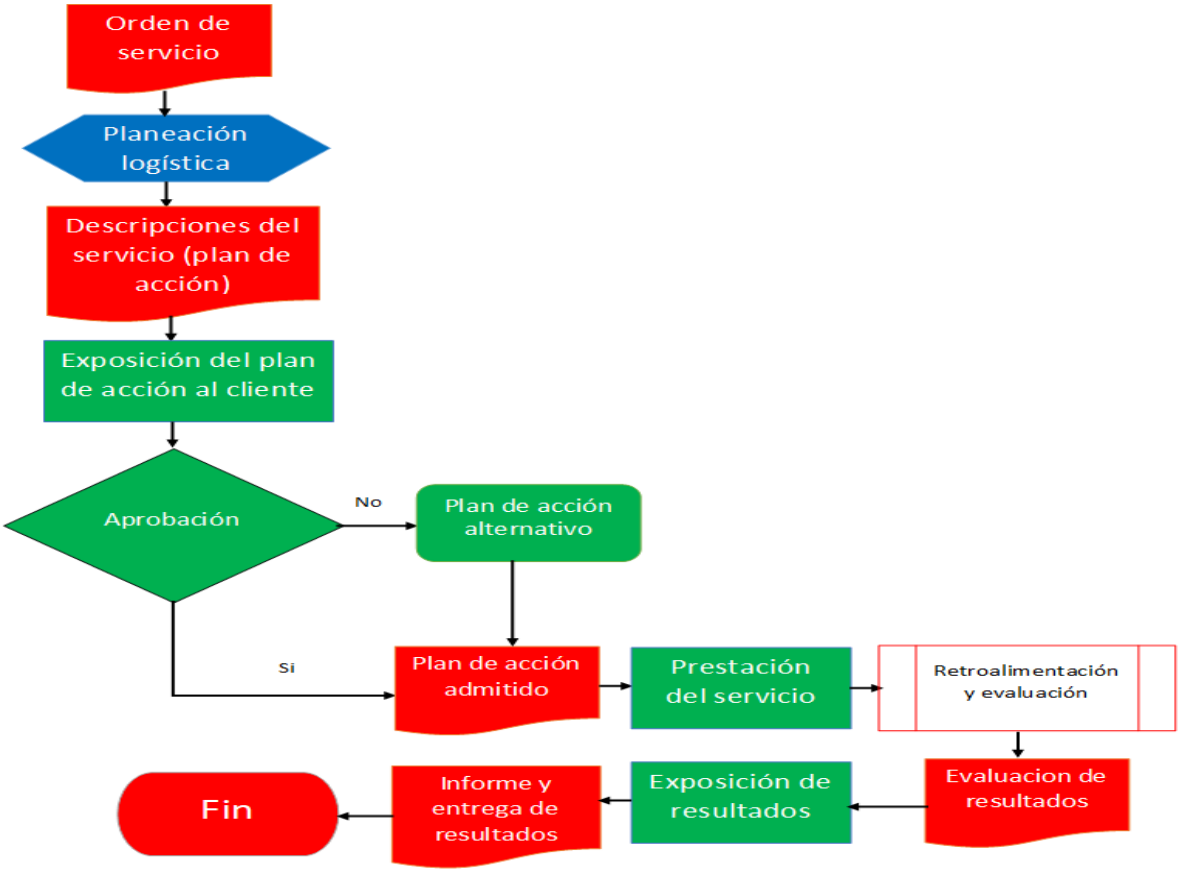
Figura 12. Proceso de ventas. fuente: propia



4.5.3. PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Por medio de la figura 13, observamos el diagrama de flujo del proceso de la prestación de nuestros servicios.

Figura 13. Diagrama de flujo de la prestación de servicios. fuente: propia



4.6. MAQUINARIA, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS.

Se ha establecido un presupuesto inicial de seis millones de pesos ($6.000.000) los cuales se emplearán en la adquisición de equipos de computación, herramientas manuales necesarias para el funcionamiento y la operación de la organización.

Tabla 5. Tabla de equipos. fuente: propia

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Portátil Core i5 10th generación 8 GB RAM y 512 GB de almacenamiento en estado solido	2	$ 1.780.000	$ 3.560.000

Impresora Epson L5190	1	$ 950.000	$ 950.000
Set de Herramientas manuales	2	$ 150.000	$ 300.000
Kit cámaras de seguridad 1 DVR + 4 cámaras 1080p	1	$ 500.000	$ 500.000
Cajón monedero digital	1	$ 180.000	$ 180.000
Teléfono corporativo 4 GB RAM y 64 GB de almacenamiento	1	$ 510.000	$ 510.000
		total	$ 6.000.000

4.7. MUEBLES Y ENSERES.

Se tiene proyectado una inversión inicial de cuatro millones de pesos ($4.000.000) para todo lo relacionado con los muebles necesarios para el correcto funcionamiento de la oficina física. Se incluirán escritorios, mesas de varios tipos, sillas de varios tipos, archivadores y clasificadores, estantes, biombos y separadores, mostradores de recepción.

Tabla 6. Tabla de muebles y enseres. fuente: propia

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Archivador metálico 4 gavetas	2	$ 600.000	$ 1.200.000

Estantería metálica 6 niveles 29x85x2 mts	2	$ 165.000	$ 330.000
Estación de trabajo 73x120x150	2	$ 330.000	$ 660.000
Silla de escritorio azul/negra just home	2	$ 200.000	$ 400.000
Biombo separador wengue RTA	1	$ 380.000	$ 380.000
Silla plástica con brazos	4	$ 30.000	$ 120.000
Mesa plástica cuadrada	1	$ 75.000	$ 75.000
Vitrina en aluminio 3 niveles	1	$ 500.000	$ 500.000
Tablero en acrílico 120 x 160	1	$ 140.000	$ 140.000
Mostrador de recepción en madera	1	$ 195.000	$ 195.000
		total	$ 4.000.000

5. ORGANIZACIÓN.

5.1. MISIÓN.

Ser la empresa líder en la región brindando soluciones y consultorías informáticas al alcance de las organizaciones, fomentando y potenciando la productividad de las mismas generando progreso y oportunidades de crecimiento.

5.2. VISIÓN.

Para el 2025, la organización se proyecta como la empresa predilecta y preferida para brindar herramientas y soluciones sistémicas a las MiPymes a nivel nacional, ampliando mercados y contribuyendo al crecimiento de las organizaciones.

5.3. VALORES INSTITUCIONALES.

Los siguientes valores los deberá poseer todo aquel que pertenezca a la organización. Así mismo, la compañía formará e infundirá dichos valores a todos los agentes asociados a la organización y deberá velar por el correcto cumplimiento de estos.

- Honestidad en torno a nuestra forma de trabajar y en el momento de hablar con nuestros clientes.
- Responsabilidad con nuestros clientes en el cumplimiento de sus requerimientos.
- Respeto como valor fundamental en el trato con nuestros clientes y empleados, así como por sus opiniones y puntos de vista.
- Lealtad por parte de nuestros empleados con la empresa.
- Compromiso de nuestros empleados para brindar un servicio eficaz y de calidad.

5.4. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

Establecemos una serie de estrategias las cuales ayudaran al crecimiento de la organización en múltiples aspectos:

- Fortalecer el sistema de comunicación interna como eje principal para empoderar a la organización y a los colaboradores.
- Establecer promociones sobre las ventas, como incentivo y motivación a los empleados.

- Establecer nuevas estrategias y formas para las campañas comerciales, como forma de dar a conocer el servicio y fortalecer las ventas.
- Formar alianzas estratégicas con distintas empresas para compartir recursos.

5.5. GESTIÓN HUMANA

Director general: Según (Stefanu-Lidorikiotu, 2019). Es la persona encargada del control general de la organización, ejerce las funciones de representante legal, supervisa y orienta en las tareas a los empleados, delega funciones y trabajos, control y ejecución con planes de desarrollo a favor del desarrollo económico y éxito de la organización. Controla, informa y traza el rumbo a seguir para la obtención de objetivos organizacionales previstos, así como el direccionamiento y las directrices estratégicas de la organización.

Administrador: Como dice (Robles Román, 2012). Es la persona encargada de liderar lo relacionado con la ejecución de los planes de acuerdo a los objetivos económicos y organizacionales de la empresa. Además, orienta y controla al personal encargado de la prestación del servicio, inducción y capacitación del mismo. establece estándares de calidad y funcionamiento, gestiona y dirige la logística interna. Es el responsable directo en primera instancia de los resultados entregados a nuestros clientes.

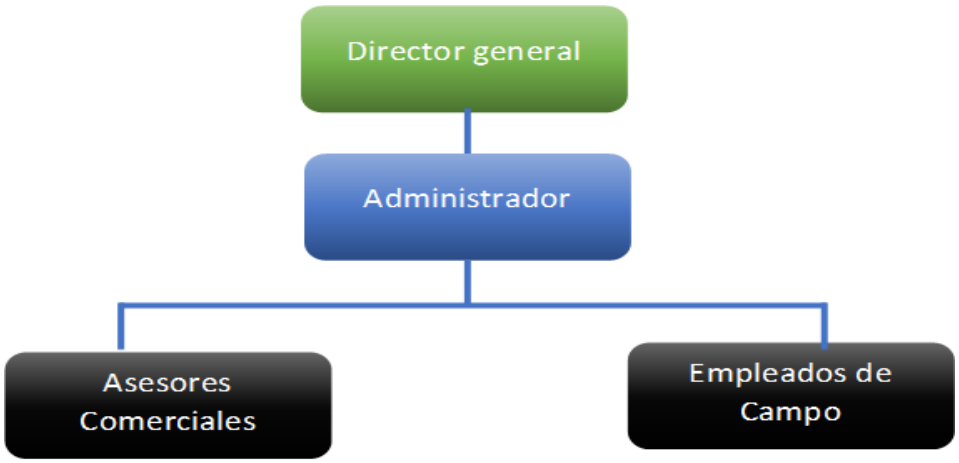
Asesores Comerciales: Así como nos lo aclara (Sisternas, 2019). Son los encargados de la publicidad de la organización, promocionar y vender los servicios que prestamos. Es el primer contacto entre la organización y los potenciales clientes. Brindan información detallada de nuestro portafolio de servicios, tiempos de ejecución, precios, promociones, beneficios, ofertas y demás requerimientos que soliciten los clientes. encargados del trato antes los clientes en la oficina del centro.

Empleados de Campo: Son los encargados de realizar la ejecución de las órdenes de servicio dentro de las instalaciones de nuestros clientes. serán los encargados del

correcto desarrollo de los requerimientos y deberán estar atentos ante cualquier solicitud de los usuarios.

5.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL U ORGANIGRAMA.

Figura 14. Organigrama interno de la organización. fuente: propia



6. FINANZAS.

6.1. INGRESOS

6.1.1. PROYECCIÓN EN VENTAS

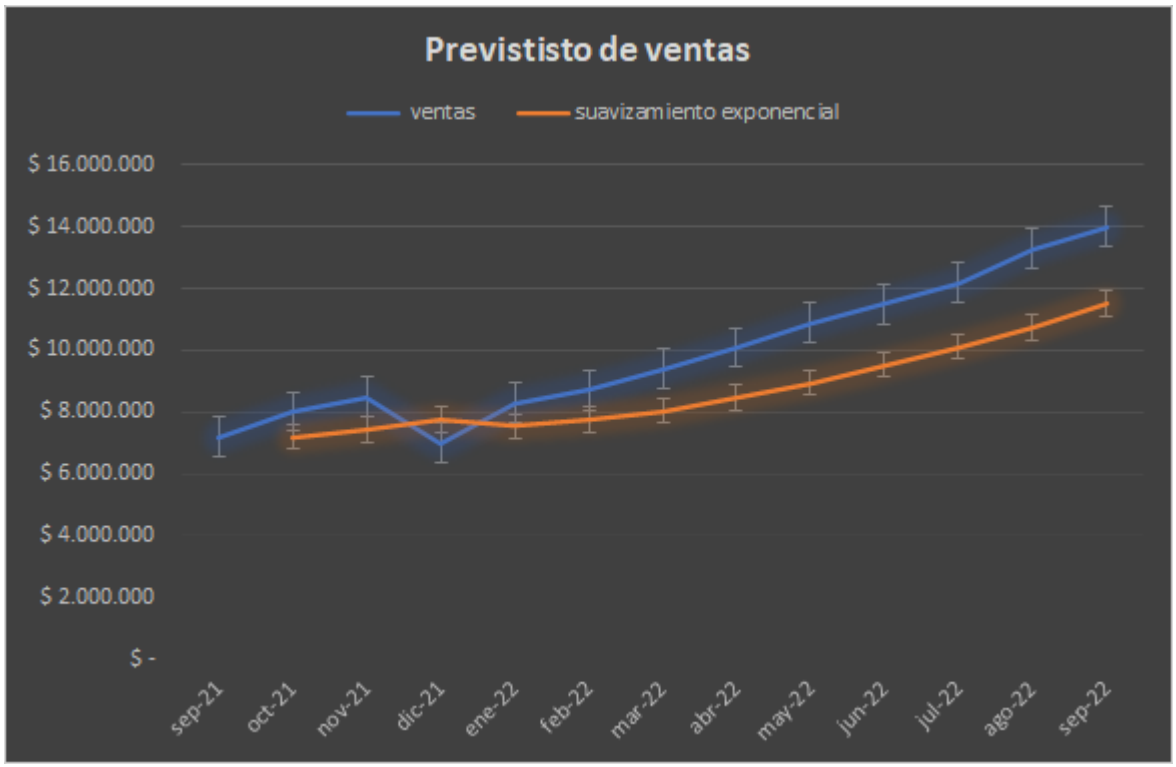
Veremos los servicios que ofrece la organización en una proyección a un año mediante el suavizamiento exponencial plasmado en la tabla 4 y representado gráficamente mediante la figura 15.

Tabla 7. Tabla de proyección. fuente: propia

mes	ventas	suavizamiento exponencial
sep-21	$ 7.200.000	#N/D
oct-21	$ 8.000.000	$ 7.200.000
nov-21	$ 8.500.000	$ 7.440.000
dic-21	$ 7.000.000	$ 7.758.000
ene-22	$ 8.300.000	$ 7.530.600
feb-22	$ 8.700.000	$ 7.761.420
mar-22	$ 9.400.000	$ 8.042.994
abr-22	$ 10.100.000	$ 8.450.096
may-22	$ 10.900.000	$ 8.945.067
jun-22	$ 11.500.000	$ 9.531.547

jul-22	$ 12.200.000	$ 10.122.083
ago-22	$ 13.300.000	$ 10.745.458
sep-22	$ 14.000.000	$ 11.511.821

Figura 15. Gráfica de proyección. fuente: propia



Las cantidades esperadas en ventas de servicios colectivos se obtienen al realizar de 8 a 12 auditorías y/o consultorías en promedio al mes. Según experiencia propia y conocimientos previamente adquiridos, podemos afirmar que los precios y las metas establecidas pueden aumentar exponencialmente teniendo en cuenta el tipo de mercado y la necesidad que estamos tratando de solventar dentro de las organizaciones.

6.2. EGRESOS

Se estimaron unos egresos mensuales aproximados de ($8.100.000) por concepto de salarios, publicidad, arrendamiento, insumos, y varios, los cuales en determinado caso pueden sufrir una variación dependiendo las ventas y las contrataciones que se realicen.

Tabla 8. Egresos de la organización. Fuente: Propia.

Rubro	Valor
Arrendamientos	$ 700.000
Servicios	$ 400.000
Insumos	$ 600.000
Marketing	$ 400.000
Movilidad	$ 200.000
Otros	$ 200.000
Salarios	$ 6.000.000
Total	$ 8.500.000

6.3. NÓMINA

Se establecieron unos posibles costos de nómina que pueda tener la organización en un lapso de tiempo de un mes. Sin embargo hay que aclarar que las cifras establecidas pueden variar a favor o en contra dependiendo la cantidad de clientes que podamos adquirir durante el mes (comisiones); Los salarios con prestaciones

sociales corresponden a los empleados vinculados formalmente con la organización y están relacionados en el siguiente anexo (ver anexo 8)

6.4. CAPITAL DE TRABAJO

6.4.1. DETALLES DE FINANCIACIÓN

Se ha decidido evaluar un caso hipotético que incluya financiación de tipo bancaria con los estándares de financiación actuales que ofrecen las entidades financieras en el mercado, esto como opción ante la imposibilidad de obtener financiación por inversión propia. El objetivo principal es establecer si es viable y vale la pena obtener financiación bancaria para el proyecto.

Se tomó como referencia los datos proporcionados por la entidad bancaria Bancolombia (Bancolombia, 2021) mediante su página de simulador de microcrédito. De este modo, se plantea un escenario en donde el 75% de los recursos son proporcionados por el inversionista y el 25% restantes se adquieren bajo un préstamo con Bancolombia. El plazo pactado para adquirir el crédito son 24 meses y el monto a financiar es de $10,100,000. La tabla 9 nos muestra los detalles de la financiación:

Tabla 9. Detalles de la financiación. Fuente: Bancolombia Microcréditos.

DETALLES DE LA FINANCIACIÓN	
Cuota Mensual	$ 628,925.21
Seguro de vida asociado a la deuda	$ 12,120.00
Cuota mensual más seguro	$ 640,415.21
Tasa utilizada en la simulación	3.49%

En la tabla 10 encontramos los datos relacionados con la amortización del crédito:

Tabla 10. Tabla de amortización del crédito. Fuente: Propia.

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Periodo	**Cuota a capital**	**Intereses**	**Seguro de vida**	**Cuota final**	**Saldo de la obligación**
0					$ 15.369.960
1	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 14.729.545
2	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 14.089.130
3	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 13.448.715
4	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 12.808.300
5	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 12.167.885
6	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 11.527.470
7	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 10.887.055
8	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 10.246.640
9	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 9.606.225
10	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 8.965.810

11	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 8.325.395
12	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 7.684.980
13	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 7.044.565
14	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 6.404.150
15	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 5.763.735
16	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 5.123.320
17	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 4.482.905
18	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 3.842.490
19	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 3.202.075
20	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 2.561.660
21	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 1.921.245
22	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 1.280.830
23	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ 640.415
24	$ 420.834	$ 207.461	$ 12.120	$ 640.415	$ -
Totales	$ 10.100.016	$ 4.979.064	$ 290.880	$ 15.369.960	

6.5. COSTOS Y GASTOS.

Para determinar los gastos totales, se establecieron unos posibles costos de operación que pueda tener la organización en un lapso de tiempo de un mes, que estarán expuestos mediante la tabla 11. Sin embargo hay que aclarar que las cifras establecidas pueden variar a favor o en contra dependiendo la cantidad de clientes que podamos adquirir durante el mes; Los salarios con prestaciones sociales corresponden a los empleados vinculados formalmente con la organización, los gastos de movilidad corresponden al combustible y el mantenimiento preventivo que requiera el vehículo para su normal operación, el arrendamiento de un local en un punto estratégico donde estará ubicado nuestro centro de atención a los clientes, los insumos y servicios conciernen a los gastos en servicios públicos y privados además de los gastos en papelería, herramientas, etc. Los gastos en publicidad están enfocados en la promoción, divulgación y posicionamiento de la organización en el mercado local. Los gastos estipulados como “otros” corresponden a los obsequios con los que pretendemos fidelizar nuestros clientes, además de implementar otro tipo de promociones y/o detalles como rifas, almuerzos ejecutivos, cenas etc.

Tabla 11. previsto de gastos y costos de operación. fuente: propia

Gastos mensuales	
Salarios y prestaciones sociales	$ 6.000.000
Gastos de publicidad	$ 400.000
Arrendamientos	$ 700.000
Insumos y servicios	$ 1.000.000
Transporte y movilidad	$ 200.000

Otros (regalos, detalles, etc.)	$ 200.000
Total	$ 8.500.000

6.6. BALANCE GENERAL

En seguida presentaremos el estudio financiero detallado, en parte basados en (Luna, 2020), con el objetivo de comprobar la viabilidad económica del proyecto. (ver anexo 7)

Las proyecciones del estudio se concibieron al mes ya que no se pueden obtener datos de años anteriores y los datos posteriores a ese lapso de tiempo, no ofrecen seguridad para realizar una proyección responsable. Las cifras y datos contenidos están basados en proyecciones económicas.

Para determinar estas proyecciones, se toma el año en curso como referente del proyecto. Los datos expuestos son la base para las proyecciones futuras referentes a salarios, ingresos, costos y demás datos que se deban tener en cuenta para el estudio financiero. (véase Tabla 3).

6.7. ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados según (Carvalho, 2009) plasma los valores previamente estudiados en cuanto a costos e ingresos. Al concluir el ejercicio, nos arroja una utilidad neta favorable para cada uno de los años, sin embargo, en un futuro analizando los indicadores financieros y evaluando los aspectos determinantes del proyecto, se tendrán más bases para indicar la viabilidad del proyecto. Para este efecto, se cuenta con el formato de estados financieros en la hoja de estados de resultados. (ver anexo 7).

Tabla 12. Estado de resultados. Fuente: formato de estados financieros

ESTADO DE RESULTADOS PERIODO ANUAL	
VENTAS	**$ 84.500.000**
Inventario Inicial	**$ -**
Compras	**$ -**
Mercancía Disp para Venta	**$ -**
Depreciación	**$ 5.200.000**
COSTO DE VENTAS	**$ -**
Utilidad Bruta	**$ 84.500.000**
GASTOS DE OPERACIÓN	**$ 51.300.000**
Utilidad Operación	**$ 33.200.000**
GASTO POR INTERÉS	**$ -**
Utilidad antes de impuesto	**$ 33.200.000**
INGRESO POR INTERÉS	**$ -**

UTILIDAD EN VENTA DE INV. A LARGO PLAZO	**$ -**
IMPUESTOS	**$ 26.195.000**
UTILIDAD NETA	**$ 7.005.000**

6.8. FLUJOS DE EFECTIVO

Mediante estos indicadores, podremos analizar la viabilidad y la ejecución del proyecto en cuestión. Esto mediante el formato de estados financieros (ver anexo 7) en su hoja de estados de flujos, en la cual podemos observar un aumento positivo del efectivo en la organización en un periodo mensual.

7. IMPACTO.

7.1. IMPACTO SOCIAL

Como nos indica (enterprise, 2020) independientemente de los beneficios que la organización brinda a los involucrados en las actividades de la misma, se logra evidenciar el mejoramiento de la calidad de vida de los implicados, porque se logra involucrar a un determinado grupo de personas en torno a la oportunidad de aumentar sus conocimientos sobre la importancia de la tecnología en su diario vivir, la correcta forma de utilizarla, los beneficios y los cuidados que debe tener a la hora de manejarla. Esto repercute directamente en el estado emocional y de superación de las personas.

Si bien es cierto y se ha mencionado antes, la tecnología es un campo el cual permite el desarrollo intelectual de los seres humanos, así como herramienta de progreso y facilitadora de los procesos y tareas que diariamente realizan las personas. el cual por su rápido crecimiento y desarrollo brinda la oportunidad de socializar, interactuar y estrechar vínculos formales de amistad y compañerismo, además de crear un espacio común para los gustos y preferencias pasionales de las comunidades.

Por otra parte, es de suma importancia tener en cuenta que la globalización de la tecnología y su mala aplicación ya se ha convertido en un problema social, puesto que es muy común ver diariamente como su uso indebido ha incrementado en múltiples factores negativos de la sociedad como los delitos cibernéticos: robo de información de toda índole, hurtos bancarios, suplantación de identidad, piratería informática, sabotaje informático, estafas cibernéticas. Siendo afectados en gran parte las empresas que cuentan con muy poca o nada de protección en sus departamentos de TI ante estos ataques que muy comúnmente provienen de personas que van en contra de las políticas de estas organizaciones, o simplemente son ejecutores de instrucciones previamente entregadas por terceras personas.

Es necesario mencionar que esta organización busca ofrecer a sus clientes y usuarios los servicios necesarios para obtener una innumerable cantidad de beneficios que conlleva tener un sistema de información blindado y seguro ante cualquier amenaza que pueda afectar no solo la parte económica de la compañía sino también la parte social y mental de los usuarios informáticos de la misma.

7.2. IMPACTO ECONÓMICO

Según (Herrero, 2000) normalmente el impacto económico en una idea de negocio como esta estaría identificado por la generación de empleo y el beneficio propio de las ganancias que la organización genere, pero desde el comienzo de esta idea hay un superlativo interés de generar impacto económico de igual o en mayor medida en nuestros clientes.

También es cierto que la creación de esta organización surgió de una necesidad general de las empresas locales por encontrar formas y maneras de salvaguardar su información empresarial de forma correcta, precisa y a buen costo, entre otros problemas informáticos que por costos y procesos preferían dejar de utilizar estos recursos. Aumentar la productividad en las organizaciones que adquieren nuestros servicios es el principal objetivo, para que los resultados jueguen un papel importante en la satisfacción de nuestros clientes.

Nuestra organización está comprometida con el desarrollo de las compañías locales, de tal forma que siempre estará a la disposición de nuestros usuarios para atender todas las necesidades y solicitudes que así lo requieran, siempre en pro de brindar soluciones acordes a lo esperado y dentro de los parámetros correctos en relación precio-calidad.

De acuerdo a lo anterior, el impacto económico, no es sólo el evidente a primera vista por el hecho de empezar a pertenecer al sector de los servicios del país, es también el impactar positivamente en el aspecto económico a las demás organizaciones que estén dispuestas a adquirir una alternativa diferente en la gestión de la organización informática al interior de su estructura y compañía.

7.3. IMPACTO AMBIENTAL

Según (García, 2009) el impacto y las políticas ambientales son concisas, es generar el menor impacto posible en cada una de nuestras actividades, y actuar en proporción con la naturaleza y los seres vivos en todos los aspectos.

De la misma manera, crear y generar una cultura de conservación del medio ambiente entre nuestros clientes, usuarios y empleados, recalcando la relevancia de la conservación de los recursos naturales, un ambiente sostenible, sano y saludable para todos los agentes que intervienen en él.

Es de tener en cuenta, que cualquier aporte enfocado a la sensibilización es de suma importancia, un papel menos, un litro de agua ahorrado, todo es importante, todo cuenta y si bien es cierto que una sola organización no es suficiente, el lograr involucrar y concientizar a múltiples agentes pueden marcar la diferencia ambientalmente cuando el resultado sea la suma de todas estas partes.

7.4. IMPACTO POLÍTICO

Podemos afirmar según (Treilhes, 2020), aunque es un poco ambicioso pensar en una idea de negocio cuyos inversionistas son mínimos, que sea capaz de generar un impacto político en toda la zona. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la legislación colombiana en cuanto a delitos informáticos está realizando avances a pasos agigantados y sigue en constantes modificaciones debido al avance tecnológico que estos implican.

También es cierto que las organizaciones son un poco fingidas y celosas con sus bases de datos e información y muchos de los administradores de las mismas desconocen o ignoran las políticas legislativas como medio de resguardarse de los intentos de ataques informáticos.

De la mano de estas normas vigentes, nos enfocaremos en un arduo trabajo de concientización sobre la importancia de la seguridad de la información, de tener un sistema plenamente actualizado, de contar con recursos tecnológicos eficaces que ayuden al progreso de las organizaciones.

8. CONCLUSIONES.

El proyecto es altamente atractivo analizando el principio de la inversión, pues los indicadores financieros demuestran y afirman la viabilidad económica de ejecutarlo, estos sumados a los resultados del estudio de mercados que refleja la alta intención y necesidad de adquirir estos servicios por parte del mercado objetivo claramente establecido y el conocimiento actual que se posee por parte del autor del desarrollo del negocio, establecen una gran oportunidad de emprendimiento bajo las condiciones plasmadas en este plan de negocios.

La necesidad y el requerimiento en el mercado por la clase de servicios que vamos a ofrecer está latente y dispuesto a pagar por ellos. Adicionalmente en la región no se cuenta con un competidor directo que brinde servicios parecidos a los nuestros.

Uno de nuestros principales objetivos a mediano y largo plazo es el de extender nuestro portafolio de servicios, así como nuestro alcance a múltiples regiones del país y lograr abarcar diversos tipos de empresas y organizaciones.

Quedó demostrado mediante este proyecto que la mejor manera de detectar fallas en los diferentes sistemas que manejan las compañías es mediante el método de auditorías de seguridad informática. También podemos afirmar que la mejor manera de manejar todo tipo de información empresarial es de manera sistemática y digital, así reemplazando el arcaico método de manejo manual.

Este plan de negocio está enfocado a resolver la alta demanda y las necesidades de las compañías regionales, por una organización que se preocupe por sus sistemas informáticos y la importancia de salvaguardar su información corporativa.

En la parte operacional, siempre la organización estará a disposición de todas las personas que deseen conocer nuestros servicios y así poderlos convertir en futuros

clientes potenciales, que fortalezcan nuestro buen nombre mediante las buenas experiencias y el voz a voz.

Este plan de negocio establece los factores de éxito para este tipo de organización, desde los parámetros legales hasta los pormenores financieros, y establece un enrutamiento que proyecta el éxito de la organización:

- La mayoría de las empresas creen que es de suma importancia cuidar su información de manera sistemática y segura.
- El proyecto es viable, de acuerdo al resultado de más del 95% de la investigación de mercado de las empresas registradas en la región.
- Los servicios que presta la organización son indispensables para el desarrollo, progreso y la mejora continua de las empresas.
- Son pocos los competidores que presten servicios similares a los de nuestra organización. esto nos permitirá abarcar más cantidad de clientes.
- Los comerciantes de la región están poco familiarizados con las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Es viable en un futuro la posibilidad de ampliar nuestro portafolio de servicios para abarcar más necesidades del mercado.
- Es probable que nuestro mercado objetivo aumente de acuerdo a la cantidad de clientes y sus diferentes sucursales.

9. ANEXOS

- Código del comercio: Anexo 1. codigo-comercio.pdf
- CONPES: Anexo 2. conpes 3854.pdf
- Ley 1273 de 2009: Anexo 3. Ley_1273_2009.pdf
- Ley 1581 de 2012: Anexo 4. LEY_1581_DE_2012.pdf
- Ley 906 del 2004: Anexo 5. Ley_906_2004.pdf
- Resultados de la encuesta: Anexo 6. respuestas encuesta.xlsx
- Formato estados financieros Anexo 7. Formatos Estados financieros.xlsx
- Nomina Anexo 8. Nomina.xlsx

10. RESUMEN EJECUTIVO.

Diseñar el plan de negocios de la empresa Informática Security que permita brindar alternativas, consultorías, múltiples servicios confiables, seguros y certeros a las MiPymes en torno a sus activos sistemáticos potenciando su productividad para garantizar la seguridad y funcionamiento de su sistema de información.

- Determinar el mercado potencial para la idea de negocio
- Establecer los requerimientos técnicos para la ejecución del proyecto
- Analizar el sector económico y la posible competencia
- Proponer auditorías de calidad para así identificar falencias en las prácticas y sistemas informáticos para su posterior corrección o mejora.
- Brindar consultorías en pro de la mejora de los servicios de los sistemas informáticos de las MiPymes.
- Contar con un portafolio de servicios informáticos de calidad el cual nos permitirá fidelizar nuestros clientes.
- Ofrecer un servicio confiable, responsable en beneficio de dejar una buena imagen en los clientes.

10.1. ¿Qué problema se ha detectado?

La creación de Informática Security surge de la necesidad de crear una empresa que esté al alcance de las MiPymes a nivel regional, con la capacidad de identificar fallas dentro de las mismas a nivel sistemático; Además con la capacidad de tratar estas falencias con la calidad y profesionalismo, con la ventaja de ser una empresa externa a la auditada, lo que permite evitar conflictos de intereses.

Las auditorías informáticas dentro de las empresas son de suma relevancia, ya que mediante estas podemos identificar, evaluar y corregir falencias en los procesos internos, encontrar fallos de seguridad, educar y sensibilizar a los usuarios al correcto uso de los sistemas de información de las compañías mediante las buenas prácticas, que tipo de acciones son incorrectas en el campo de los sistemas, permitir hacer las recomendaciones necesarias para el mejoramiento de los proceso internos de la organizaciones, generar informes de auditoría para llevar un seguimiento de los

procesos. Entre los beneficios que conlleva el correcto uso de los medios informáticos de una compañía encontramos la agilidad y la facilidad en el momento de realizar múltiples tareas, la fidelidad de la información al momento de guardarla o consultarla.

10.2. ¿En qué consiste el proyecto? (¿Cómo se va a arreglar el problema?)

Informática Security será una organización enfocada en ofrecer servicios informáticos de auditorías de la seguridad en las organizaciones del sector empresarial, apoyando los departamento de TI de las empresas, para implementar y gestionar de forma apropiada los sistemas de información que sirvan como soporte a la toma de decisiones por parte de la directivas, brindando soluciones y asesorías, con altos grados de calidad en la atención y prestación del servicio que son pilares fundamentales en nuestra organización.

Informática Security iniciará operaciones en la ciudad de Ibagué, con un equipo profesional que tiene amplio conocimiento y experiencia en las diferentes situaciones enfocadas en la seguridad informática, una ventaja competitiva que nos diferencia de las demás organizaciones del sector. La organización buscará inicialmente posicionarse como compañía líder en la seguridad de la información para las organizaciones del sector con miras de ampliar nuestro mercado objetivo a otras regiones. Actualmente en el mercado local, existe la necesidad de una organización capaz de evaluar el nivel de seguridad informática dentro de las compañías, con el objetivo de reducir exponencialmente las fallas de este tipo que son muy frecuentes en las organizaciones, ya sea por desconocimiento o por errores humanos. En este plan de negocios se ha logrado demostrar que es viable por todos los aspectos analizados, que es factible la creación de nuestra empresa.

10.3. ¿Dónde está el negocio? (¿Cómo ganar dinero?)

La estrategia está en abarcar y cubrir las mayores necesidades informáticas posibles que posean las organizaciones en sus departamentos de sistemas. esto con el fin de brindar ese valor agregado que es esencial para la fidelización de los clientes.

10.4. ¿Cuánto dinero se necesita para crearlo?

Según la investigación sobre la inversión inicial, se estableció en $16.100.000 para poder establecer un lugar donde los clientes puedan obtener un respaldo a dónde acercarse por información acerca de nuestros servicios, atención post venta, asesoría especializada en los asuntos referentes a nuestra actividad económica. Además de todos los insumos, maquinaria y elementos necesarios para la operación.

10.5. ¿En cuánto tiempo se llegará a su punto de equilibrio (empezar a generar ganancias)? y ¿Qué resultados económicos se obtendrán?

Según la evaluación financiera realizada, después del primer año de funcionamiento de la organización las ganancias van a ser mayores a comparación con el año anterior. esto teniendo en cuenta el tiempo que conlleva el posicionamiento de la marca, las variaciones en el mercado y el surgimiento de posibles competidores. Sin embargo, sobre la marcha se irán implementando estrategias comerciales y de marketing para que el tiempo estimado sea el menor posible y las ganancias netas que se quieren obtener sean mayores a las planeadas.

10.6. ¿Qué equipo lo lleva a cabo?

Mediante el organigrama interno, se establecieron una serie de agentes iniciales dentro de la organización: un director general, un administrador, dos asesores comerciales y dos empleados de campo. Cada uno con sus respectivas funciones que previamente ya fueron expuestas.

10.7. ¿Por qué cree que tendrá éxito?

El proyecto que se ha planteado es una apuesta a la seguridad informática de las organizaciones de la ciudad, puesto que según la información de mercados que se realizó anteriormente, no se encontraron registros de alguna organización en la ciudad que brinde los servicios que nosotros proponemos; si bien hay algunas que pueden prestar servicios complementarios o similares, no están establecidas para tal fin. así que podemos afirmar que el mercado potencial es elevado y exclusivo.

GLOSARIO

COLCERT: Es el grupo de Respuesta a Emergencias Cibernéticas de Colombia.

CCP: Refiere al Centro Cibernético Policial de Colombia.

CCOC: Comando Conjunto Cibernético, grupo de ciberseguridad y ciberdefensa creado por el Ministerio de Defensa para apoyar todos los aspectos relacionados con seguridad cibernética.

CCIT: Es la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones. Es la entidad gremial que agrupa a las empresas más importantes del Sector de Telecomunicaciones e Informática en Colombia.

VAN: El valor actual neto es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable.

TIR: Es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto. Y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión.

TRM: La Tasa Representativa del Mercado es un indicador económico que expresa el valor promedio diario de la tasa de cambio entre el peso colombiano y el dólar norteamericano.

NICHO DE MERCADO: Es una parte poco o nada atendida de un gran grupo de consumidores.

AMORTIZACIÓN: Es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes.

MALWARE: Igual que software malicioso, es un término que describe cualquier programa o código malicioso que es dañino para los sistemas.

INFLACIÓN: Es un fenómeno que se observa en la economía y está relacionado con el aumento desordenado de los precios de la mayor parte de los bienes y servicios que se comercian en los mercados, por un periodo de tiempo prolongado.

DIAGRAMA DE FLUJO: representa la esquematización gráfica de un algoritmo, el cual muestra gráficamente los pasos o procesos a seguir para alcanzar la solución de un problema.

BIBLIOGRAFÍA

Arana, F. (2016). *Estructura y Dinámica del tejido empresarial.* Ibagué: Cámara de comercio de Ibagué.

Bancolombia. (2021). Obtenido de https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/productos-servicios/creditos/cartera-comercial/microcredito/simulador-mi-negocio/

Carvalho, J. A. (2009). *Estado de resultados.* Medellín: Universidad de Medellín.

Colombia, el país con más secuestros de datos. (27 de noviembre de 2019). *Diario de Occidente*, pág. 13.

Colombia, el país con más secuestros de datos. (2019, 11 27). *Diario Occidente*, 13.

Empresite. (n.d.). *Pequeñas empresas en Ibagué*. elEconomista. https://empresite.eleconomistaamerica.co/TamanoFacturacion/pequenas/localidad/IBAGUE/

Enterprise, S. (2020). *El Impacto Social de las Empresas*. Obtenido de https://socialenterprise.es/el-impacto-social-de-las-empresas/

García, J. (2009). Estrategias de gestión ambiental: una perspectiva de las organizaciones modernas. *Clío América*, 15 - 30.

Herrero, P. p. (2000). Evaluación del impacto de la formación. Barcelona: Educar.

Ibagué, a. d. (18 de mayo de 2020). *Demografía y población.* Obtenido de https://ibaguecomovamos.org/demografia-y-poblacion-2020/

Luna, N. M. (2020). *El estado de resultados proyectado como herramienta para la toma de decisiones empresariales.* Machala.

Ortiz, J. C. (23 de octubre de 2020). *El Cronista.co*. Obtenido de https://www.elcronista.co/desarrollo/futuro-incierto-para-las-mipymes

Robles Román, C. L. (2012). *Fundamentos de administración financiera.* Ciudad De México: RED TERCER MILENIO.

Sánchez, D. L. (2016). *Política de seguridad digital.* Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3854.pdf

Sisternas, P. (22 de octubre de 2019). Obtenido de emprendepyme.net: https://www.emprendepyme.net/funciones-del-asesor-comercial-en-tu-empresa.html

Stefanu-Lidorikiotu, Y. V.-U.-N. (2019). Funciones del director comercial en empresas familiares: estudio en Cataluña y Barranquilla. *Desarrollo Gerencial*, 33-59.

Tejada, E. C. (2015). *Auditoría de seguridad informática. IFCT0109.* IC Editorial.

Treilhes, L. (13 de abril de 2020). *Cómo el riesgo político afecta a las empresas*. Obtenido de https://www.solunion.es/blog/el-riesgo-politico-afecta-a-empresas/

Villamizar, F. R. (2010). *Estudios sobre la sociedad por acciones simplificadas.* Universidad Externado de Colombia.