

**PROYECTO DE CREACIÓN DE EMPRESA
COMEXCO CONSULTORIAS**

Por

CARDOZO SOTO GERALDINE VANESSA

Asesor

Yasmin Alexandra Vásquez Suarez

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Negocios Internacionales

Mercadeo Internacional

Medellín

2023

Reconocimientos

Quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas que me brindaron su apoyo y colaboración durante la realización de este proyecto de grado.

En primer lugar, quiero agradecer a mi asesora por su valiosa orientación, dedicación y apoyo constante a lo largo de todo el proceso de investigación. Gracias por compartir sus conocimientos y experiencia en el campo de estudio, y por guiarme hacia un trabajo de calidad.

También quiero expresar mi agradecimiento a mi esposo, por su amor, paciencia y apoyo incondicional durante todo el tiempo que dediqué a este proyecto y a mi carrera. Gracias por ser mi soporte emocional y por creer en mi capacidad para culminar este proyecto.

A mi madre, quiero agradecerles por su amor, comprensión y por siempre creer en mí, por esas palabras de aliento y de amor que desde la distancia siempre me brindo.

Por último, quiero agradecer a todas las personas que de una u otra forma colaboraron en la realización de este trabajo, especialmente a mis compañeros y amigos que me brindaron su apoyo y motivación.

¡Gracias a todos!

Resumen ejecutivo

El objetivo principal de esta empresa será brindar soluciones integrales y personalizadas a las empresas que deseen hacer negocios internacionales, ayudándolas a aprovechar al máximo las oportunidades que brinda el mercado global. La empresa se enfocará en proporcionar a sus clientes información precisa y actualizada sobre los procedimientos y regulaciones en el comercio exterior, así como sobre los mercados y oportunidades de exportación.

Para alcanzar este objetivo, la empresa necesitara contar con un equipo de expertos en comercio exterior con amplia experiencia en diferentes campos y especialistas en diferentes áreas, como legislación aduanera, logística, comercio exterior, visos buenos y certificaciones y marketing internacional, para poder brindar a los clientes un servicio completo y de alta calidad.

Contaremos con una amplia red de contactos y alianzas estratégicas con empresas y organismos relacionados con el comercio exterior, lo que le permitirá ofrecer un servicio más completo, eficiente y personalizada para las empresas que deseen expandirse en otros mercados internacionales.

Abstract

The main objective of this company will be to provide comprehensive and personalized solutions to companies that wish to do international business, helping them to make the most of the opportunities offered by the global market. The company will focus on providing its clients with accurate and up-to-date information on procedures and regulations in foreign trade, as well as on export markets and opportunities.

To achieve this objective, the company will need to have a team of experts in foreign trade with extensive experience in different fields and specialists in different areas, such as customs legislation, logistics, foreign trade, good visas and certifications, and international marketing, in order to provide clients with a complete and high-quality service.

We will have a wide network of contacts and strategic alliances with companies and organizations related to foreign trade, which will allow us to offer a more complete, efficient, and personalized service to companies that wish to expand into other international markets.

Contenido

Reconocimientos.....	2
Resumen ejecutivo.....	3
Abstrac.....	4
Contenido.....	5
Lista de Figuras.....	8
Lista de Tablas.....	9
Introducción.....	10
1. Información General de la Empresa.....	11
1.1 Nombre de la Empresa y de la Marca Aspectos para tener en cuenta:.....	11
1.1.1 Nombre.....	11
1.1.2 Marca.....	11
1.2 Tipo de Empresa.....	12
1.2.1 Código CIU.....	13
1.3 Descripción de la Empresa.....	13
1.4 Misión y Visión de la Empresa.....	14
1.4.1 Misión.....	14
1.4.2 Visión.....	15
1.5 Relación de Productos y/o Servicios.....	15
1.5.1 Ventajas Competitivas.....	16
1.6 Trámites y Costos.....	17
2 Análisis de Entorno y Sector.....	18
2.1 Entorno.....	18

2.1.1	Colombia.....	18
2.2	Sector o Industria.....	20
2.2.1	Sector al Cual Pertenece:.....	20
2.2.2	Rentabilidad del Sector:	21
2.2.3	Tamaño del Sector (Volumen de Ventas):.....	21
2.2.4	Tendencias de Crecimiento (Últimos Años):.....	21
2.2.5	Proyección de Ventas del Sector:.....	23
2.2.6	Estructura del Sector:.....	23
2.2.7	Factores Claves de Éxito del Negocio:	23
2.2.8	Cadena de Valor de la Industria:	24
2.2.9	Barreras de Ingreso o Salida del Sector:	25
2.2.10	Poder de Negociación de los Clientes y Proveedores	26
3	Análisis del Mercado.....	28
3.1	Objetivos de Mercadeo	28
3.1.1	Objetivo General:	28
3.1.2	Objetivos Específicos	28
3.2	Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios.....	29
3.3	Cuantificación del Cliente Potencial de Bienes y Servicios	30
3.4	Mercado Competidor	31
3.5	Estrategias de promoción, comunicación y ventas.....	32
3.6	Mercado Distribuidor.....	33
3.7	Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación	34
3.7.1	Comunicación	34
3.7.2	Actividades de Promoción y Divulgación	35

3.7.3	Encuesta	35
4	Análisis Administrativo	37
4.1	Estructura Organizacional del negocio.....	37
4.1.1	Organigrama	37
4.1.2	Costo del personal y procesos administrativos tercerizados.....	37
5	Conclusiones	38
6	Recomendaciones	39
7	Referencias Bibliográficas.....	40
8	Anexos.....	41

Lista de Figuras

Figura 1. Verificación de disponibilidad de nombre Rues. Fuente: Rues	11
Figura 2. Código CIIU de la empresa. Fuente: Cámara de comercio	13
Figura 3. Ingresos operacionales por sectores en Antioquia. Fuente: Supersociedades.	22
Figura 4. Clasificación de las empresas de Medellín. Fuente: Registro Público Mercantil, Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.	31
Figura 5. Logo de la empresa. Fuente: el autor	34
Figura 6. Organigrama de la empresa. Fuente: El autor.	37

Lista de Tablas

Tabla 1. Trámites y costos para crear una empresa en Colombia. Fuente: El autor.	17
Tabla 2. Empresas por tamaño de rango Medellin. Fuente: Registro Público Mercantil, Cámara de Comercio de Medellin para Antioquia.	30
Tabla 3. Actividades realizadas por los competidores. Fuente: el autor.....	32
Tabla 4. Costo del personal administrativo. Fuente: El autor.....	37

Introducción

La idea de este proyecto surgió durante el desarrollo de mi trabajo como líder de comercio exterior de una empresa de textiles, la cual comercializaba productos, compraba a proveedores colombianos, para vender en estados unidos. Una de mis principales funciones era realizar la importación termino EXW desde Colombia a USA de estos productos, en el camino me fui dando cuenta que tanto las empresas, como las personas que tenía a cargo en tienen muchas fallas y vacíos en sus procesos de comercio exterior, les hace falta mucha información en temas de exportación, de régimen aduanero, reglas de origen, facturación, términos incoterms y varios temas relacionados con el proceso. Estuve en el proceso de capacitarlos uno a uno y en la búsqueda de una empresa que diera este tipo de capacitaciones de una mejor manera a estas pequeñas y medianas empresas y no fue fácil encontrarlas, en la mayoría de los casos se encontraban agencias de aduana y de transporte de les iban entregando, informando a medida que los proveedores iban preguntando.

Es de aquí que surge la necesidad de crear una empresa que se encargue de capacitar a estas empresas en temas relacionados con comercio exterior, que además de brindar apoyo e información, brinde un excelente servicio al cliente, servicio post venta, agilidad, y rapidez en la respuesta.

1. Información General de la Empresa

1.1 Nombre de la Empresa y de la Marca Aspectos para tener en cuenta:

Esta empresa será una empresa de servicios de consultoría y asesorías de comercio exterior para los empresarios que estén el proceso o que quieran iniciar un proceso de exportación.

El nombre elegido para la empresa es Comexco consultorías SAS – Marca Comexco

1.1.1 Nombre

El nombre de la empresa será Comexco consultorías SAS. Se eligió este nombre haciendo referencia a las primeras palabras de comercio exterior colombiano

1.1.2 Marca

A continuación, se adjuntas las imágenes de consulta debidamente referenciadas de la cámara de comercio consultada

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there are navigation links: 'Consulta Beneficio a Empresarios', 'Guía de Usuario Público', 'Guía de Usuario Registrado', 'Cámaras de Comercio', and '¿Qué es el RUES?'. A red button for 'Acceso privado' is visible in the top right. The main content area features a search form with the text 'Localice comerciantes por su razón social o nombre.' and a search box containing 'comexco consultorias'. Below the search form, a table displays the search results:

Razon Social ó Nombre	Sigla	NIT o Núm Id.	Estado	Cámara de Comercio	Matricula	Organización Jurídica
COMEXCOL CONSULTORIAS			CANCELADA	MEDELLIN PARA ANTIOQUIA	65036102	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO

At the bottom of the table, it indicates 'Mostrando registros del 1 al 1 de un total de 1 registros' and navigation buttons for 'Anterior', '1', and 'Siguiete'.

Figura 1. Verificación de disponibilidad de nombre Rues. Fuente: Rues

1.2 Tipo de Empresa

El tipo de empresa será SAS por acciones simplificada. Una de las ventajas de este tipo de empresa es que son más fácil de acceder a fondos de inversión para capital, debido a que se tienen acciones para entregarle a los inversionistas y unos estatutos para gobernar la sociedad que son o se pueden volver más flexibles.

El emprendedor no se ve obligado a crear la junta directiva, ni tampoco a cumplir ciertos requisitos como la pluralidad de socios; al ser más flexible y no estar tan regulada, permite elegir las normas que más convengan a los intereses del emprendimiento.

Existe libertad para que la sociedad establezca las condiciones y proporciones en que se realice el pago del capital. Si por alguna situación se decide liquidar la empresa, los accionistas solo responderán a sus acreedores por el monto de los aportes.

Si algún accionista no está cumpliendo con lo pactado, existe la posibilidad de pactar en los estatutos de la SAS, la exclusión de accionistas, como una figura de autorregulación donde, en determinadas situaciones, la sociedad pueda forzar la salida de sus accionistas.

Hay posibilidades de hacer un IPO (Oferta pública de venta).

1.2.1 Código CIIU

Sección >>				
Seleccionar	Código CIIU	SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	5229		Otras actividades complementarias al transporte	Ver Nota
Seleccionar	6619		Otras actividades auxiliares de las actividades de servicios financieros n.c.p.	Ver Nota
Seleccionar	6910	!	Actividades jurídicas	Ver Nota
Seleccionar	6920	!	Actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría financiera y asesoría tributaria	Ver Nota
Seleccionar	7020	!	Actividades de consultoría de gestión	Ver Nota
Seleccionar	7310		Publicidad	Ver Nota
Seleccionar	7320	!	Estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública	Ver Nota
Seleccionar	7490	!	Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p.	Ver Nota
Seleccionar	8424		Administración de Justicia	Ver Nota
Seleccionar	8511		Educación de la primera infancia	Ver Nota
Seleccionar	8512		Educación preescolar	Ver Nota
Seleccionar	8560		Actividades de apoyo a la educación	Ver Nota
Seleccionar	8720		Actividades de atención residencial, para el cuidado de pacientes con retardo mental, enfermedad mental y consumo de sustancias psicoactivas	Ver Nota
Seleccionar	8810		Actividades de asistencia social sin alojamiento para personas mayores y discapacitadas	Ver Nota
Seleccionar	8899		Otras actividades de asistencia social sin alojamiento n.c.p.	Ver Nota

Figura 2. Código CIIU de la empresa. Fuente: Cámara de comercio

1.3 Descripción de la Empresa

Comexco será una empresa dedicada a la consultoría y asesoría en trámites de comercio exterior, contaremos con un grupo de profesionales especializados y expertos en diferentes áreas y sectores, que brindaran soluciones rápidas y eficaces para el desarrollo de las operaciones de las empresas.

Estaremos ubicados en medellin y tendremos un total de 10 a 12 empleados para abarcar todo el territorio nacional.

Código CIIU de la actividad económica 7020 – actividades de consultoría de gestión, que incluye:

La prestación de asesoría, orientación y asistencia operacional a empresas y otras organizaciones sobre cuestiones de gestión, como la planificación estratégica y organizacional,

la gestión estratégica de productos y servicios de diseño, y la gestión de innovación; temas de decisión de carácter financiero; objetivos y políticas de comercialización; planificación de la producción y de los controles; políticas, prácticas y planificación de recursos humanos.

• Los servicios que se prestan pueden abarcar asesoramiento, orientación y asistencia operativa a las empresas y a la administración pública en materia de:

- Las relaciones públicas y comunicaciones.
- Las actividades de lobby.
- El diseño de métodos o procedimientos contables, programas de contabilidad de costos, procedimientos de control presupuestario.

-La prestación de asesoramiento y ayuda a las empresas y las entidades públicas en materia de planificación, organización, dirección y control, información administrativa, etcétera.

• Las zonas francas, es decir, las unidades económicas que se dedican a la promoción, creación, desarrollo y administración del proceso de industrialización de bienes y la prestación de servicios destinados prioritariamente a los mercados externos.

1.4 Misión y Visión de la Empresa

1.4.1 Misión

Misión

Ayudar a las empresas a aprovechar las oportunidades del mercado global ofreciendo soluciones personalizadas y estratégicas para mejorar sus operaciones de comercio exterior y su internacionalización.

1.4.2 Visión

Visión:

Ser líderes en el mercado nacional brindando soluciones para cada empresa basadas en su perfil de negocio, convirtiéndonos en un socio confiable y estratégico para aprovechar las oportunidades de negocio en el extranjero y que los clientes puedan expandirse en mercados globales de manera exitosa.

1.5 Relación de Productos y/o Servicios

Servicios: Abarcar 5 servicios como mínimo.

Asesorar e implementar el plan vallejo en las empresas pequeñas y medianas de la región antioqueña

- Acompañamiento desde que se forma el programa de plan vallejo a través de la entidad Dian.
- Realizar todo el proceso de registro para la implantación del plan vallejo.
- Dar seguimiento de todos los estudios que la compañía deba presentar para el registro.

Asesoría en proceso de exportaciones e importaciones:

- Acompañar y capacitar al personal de las áreas de comercio exterior sobre las dudas sobre el proceso de exportaciones e importaciones, desde la orden de compra, hasta la entrega del producto al cliente en el otro país.
- Clasificar los productos en el arancel de aduanas para una correcta exportación e importación y realizar las descripciones mínimas.
- Actualizar al cliente sobre las actualizaciones del estatuto aduanero, regulaciones, decretos que establezca el gobierno nacional.

- Asesorar al cliente sobre cual es el mejor termino para exportar e importar un producto, y también de acuerdo con su necesidad.

Tratados de libre comercio

- Capacitar y actualizar a los clientes para que puedan entender un TLC, los países con los cuales se tienen acuerdos.
- Revisar las reglas y normas de origen de cada TLC y de acuerdo con ello, se le informara al cliente para que país cumple sus productos dependiendo de su materia prima y son exentos de pago de tarifa arancelaria.

Crear y Asesorar declaraciones juramentadas y certificados de origen

- Capacitar al personal de comercio exterior de los clientes para realizar el proceso adecuado de realizar las declaraciones juramentadas de origen. Se realizarán las declaraciones juramentadas de origen con poder.
- Capacitar al cliente sobre el proceso de cómo realizar cada certificado de origen dependiendo al país donde se va a exportar el producto.
- Realizar y crear el certificado de origen para las empresas por medio de un poder.

Auditorias para áreas de comercio exterior:

- Auditar y asesorar a las empresas para que lleven un control en las aéreas de comercio exterior.
- Acompañar a las empresas en la implementación de las mejoras de los procesos del área

1.5.1 Ventajas Competitivas

Realizar acompañamiento permanente de todo el proceso que deba realizar la compañía en comercio exterior, en lo práctico y en lo teórico.

Capacitar al personal de las áreas de comercio exterior donde se encuentren falencias, para que sus funciones y procesos sean más eficientes y los encargados queden con el conocimiento y lo pongan en práctica.

Por medio de las asesorías, ayudar a que las empresas tengan la menor margen de error en temas de multas, fallas, errores.

1.6 Trámites y Costos

Trámites para crear la empresa Comexco: asesoría jurídica, asesoría contable, cámara de comercio, RUT, registro de nombre.

Tabla 1. Trámites y costos para crear una empresa en Colombia. Fuente: El autor.

Tramite	Costo	Observacion
RUT	\$ -	Única vez
Rues	\$ 7.200,00	Única vez
Cámara de comercio	\$ 53.000,00	Única vez
Solicitud de libros	\$ 18.000,00	Única vez
Certificado de matrícula mercantil	\$ 3.600,00	Única vez
Certificado de existencia y representación legal	\$ 7.200,00	Única vez
Asesoría Jurídica	\$ 450.000,00	Única vez
Asesoría contable	\$ 45.000,00	Única vez

2 Análisis de Entorno y Sector

2.1 Entorno

2.1.1 Colombia

Colombia es un país con un ambiente empresarial dinámico y en crecimiento, lo que lo convierte en un buen lugar para crear una empresa, ha experimentado un crecimiento económico significativo en los últimos años, y esto ha generado un ambiente empresarial más estable y favorable. Las reformas estructurales y la mejora en las condiciones para hacer negocios han sido clave para atraer la inversión y fomentar el emprendimiento (Informe Doing Business del Banco Mundial, 2021)

El gobierno colombiano ha implementado políticas para incentivar la inversión, como la reducción de impuestos y la simplificación de trámites para la creación de empresas. Además, existen programas de financiamiento y asesoría para emprendedores y empresarios que quieran iniciar o expandir sus negocios.

Según el informe Doing Business del Banco Mundial, Colombia se encuentra en la posición número 67 de 190 países evaluados, lo que significa una mejora significativa respecto a años anteriores.

2.1.1.1 Tecnológico:

El entorno tecnológico en Colombia está en constante evolución y cambios, cada vez aumentan de manera significativa la adopción de tecnologías y software en las empresas, universidades y colegios. En todos los sectores se han desarrollados programas de inteligencia artificial que han ayudado a las empresas a la productividad y eficiencia. El ecosistema de startup tecnológicas que está creciendo rápidamente, con muchísimas empresas emergentes que ofrecen soluciones en áreas como el transporte, la educación, energía renovable. Es un

nicho que toma cada vez más relevancia y demuestra el potencial de Colombia para convertirse en el centro de innovación tecnológica de América Latina. (Mintic, 2008)

2.1.1.2 Económico:

El entorno Económico en Colombia ha experimentado altibajo en los últimos 4 – 5 años, pero en general se ha mantenido en tendencia de crecimiento estable y moderado. El país ha experimentado un crecimiento económico moderado en los últimos años. Según el Banco Mundial, se proyecta que el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en 2021 sea del 4.5% (estimación a septiembre de 2021). Colombia, es considerado una de las tres economías más importantes de América Latina después de Brasil y México, tiene un alto potencial de inversión y un sector empresarial amplio y diverso, gana tres posiciones en el Índice Global de Competitividad (IGC) del Foro Económico Mundial, al pasar del puesto 60 en 2018, entre 140 economías, al 57 en 2019, entre 141 países. En el contexto regional, Colombia avanza del quinto lugar a ser la cuarta economía más competitiva de América Latina, después de Chile (33), México (48) y Uruguay (54), superando así a Costa Rica (62). En el entorno global, Singapur obtiene el primer lugar, seguido por Estados Unidos y Hong Kong. Su capital bogota es muy atractiva para reuniones de negocios y preferida para grandes inversionistas (Mincit,2019).

Actualmente Colombia cuenta con diferentes acuerdos comerciales con numerosos países, lo que ha permitido una mayor apertura comercial y mejor oportunidades de negocios. No obstante, la economía también enfrenta muchos desafíos, como la pobreza y la desigualdad social, el desempleo y la corrupción que después de la pandemia han aumentado considerablemente. El gobierno junto con diferentes organizaciones está implementando medidas para enfrentar estos desafíos y fortalecer aún más el entorno económico del país.

2.1.1.3 *Político y Legal:*

Colombia tiene una democracia representativa con un marco legal bien establecido y una separación de poderes entre la rama ejecutiva, legislativa y judicial. No obstante, el país en los últimos años en ha luchado para mejorar la estabilidad y la transparencia del sistema político y legal, ha tomado esfuerzos para frenar la corrupción creando entidades especializadas para investigar y procesar a los funcionarios públicos acusados, ha trabajado en la inseguridad y la violencia en ciertas regiones que han generado preocupaciones sobre el respeto y la aplicación de las leyes.

Colombia tiene un historial de gestión macroeconómica y fiscal prudente, anclado en un régimen de inflación objetivo, un tipo de cambio flexible y un marco fiscal basado en una regla fiscal moderna, que proveen una buena base para asegurar la estabilidad macroeconómica, un ingrediente clave para la reducción de la pobreza. (Banco mundial, 2022)

2.2 Sector o Industria

2.2.1 *Sector al Cual Pertenece:*

La empresa pertenece al Sector de servicios, este sector hace referencia a los negocios que proporcionales servicios intangibles a sus clientes en lugar de productos físicos. Este sector es importante porque suele ser impulsor clave de las economías modernas, especialmente en los países del sur global. Algunas tendencias claves de este sector incluyen la tecnología digital, la personalización y el marketing. Para Colombia este ha demostrado ser resistente y estable, y el gobierno ha implementado políticas para promover el crecimiento y la competitividad en el sector. (economipedia)

2.2.2 Rentabilidad del Sector:

Según datos de ministerio de industria y comercio “El sector terciario representó el 68% del PIB con importancia de los servicios, en especial, de la dinámica del turismo.” La rentabilidad de este sector puede variar dependiendo el servicio que se ofrezca y la eficiencia empresarial, es importante tener en cuenta que los servicios tienden a tener márgenes de ganancias más altos que los productos físicos, porque no tienen costos de producción o fabricación. No obstante, se puede destacar que la rentabilidad también esta influenciada por variables como la competencia, el comportamiento del mercado, la demanda del consumidor, entre otros.

2.2.3 Tamaño del Sector (Volumen de Ventas):

El sector de servicios en Colombia es un impulsor clave de la economía del país. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el sector de servicios contribuyó con el 62,9% del PIB colombiano en 2020. Dentro del sector de servicios, los subsectores más importantes son el comercio al por mayor y al por menor, el hotelería y el turismo, los servicios financieros, la educación, la salud y los servicios profesionales. En el sector de tecnología y la información también está en crecimiento en Colombia, con empresas de software, outsourcing y servicios en la nube que están ganando terreno (DANE, 2020).

2.2.4 Tendencias de Crecimiento (Últimos Años):

En algunos estudios realizados por expertos económicos y de la industria se han observado varias tendencias de crecimiento en el sector de servicios en los últimos años 3 años (ver tabla 3). Se logra observar como este sector ha ido creciendo después de la pandemia por el COVID 19 en el año 2020. (supersociedades)



Figura 3. Ingresos operacionales por sectores en Antioquia. Fuente: Supersociedades.

Según SuperSociedades, el sector servicios está en segundo lugar en la variable de ingresos operacionales después de comercio. Las empresas más grandes dedicadas a este rubro lograron ingresos por \$254,5 billones, cifra que representa un crecimiento de 18,6% del año 2020 a 2021. Durante el año de la pandemia, los empresarios dedicados a los servicios lograron \$214,6 en ingresos, una reducción de 2,9% si se compara con los \$221 billones alcanzados para el año 2019.

2.2.5 Proyección de Ventas del Sector:

Las proyecciones de ventas en este sector dependen de varios factores, como la economía global, la competencia en el mercado, los cambios en la demanda del consumidor y las tendencias tecnológicas. El sector de servicios es un sector muy amplio y diverso por lo que las proyecciones de ventas varían por el subsector en cuestión. No obstante, se espera que la demanda de los servicios se multiplique y siga creciendo junto con el desarrollo económico y global.

2.2.6 Estructura del Sector:

Este sector se refiere a una amplia variedad de actividades económicas que proporcionan servicios a las personas, empresas u organizaciones. Incluye subsectores como la logística, el turismo, el transporte, las tecnologías de la información y comunicación (TIC), la educación, la salud, la consultoría, entre otros. La estructura del sector varía según el subsector, pero generalmente incluye proveedores de servicios, intermediarios y consumidores finales. Los proveedores de servicios son empresas o personas que ofrecen servicios a los consumidores finales, mientras que los intermediarios facilitan la conexión entre los proveedores de servicios y los consumidores finales. Los consumidores finales son individuos o entidades que reciben los servicios ofrecidos. (economipedia)

2.2.7 Factores Claves de Éxito del Negocio:

Los factores claves del éxito de Comexco para el éxito del negocio son:

- Poder identificar la necesidad en el mercado y ofrecer los servicios que la satisfagan.
- Contar con un equipo de trabajo capacitado y competente, para garantizar la calidad del servicio ofrecido y así el buen funcionamiento de la operación.

- Brindar servicios completos, en especial los servicios post venta.

2.2.8 Cadena de Valor de la Industria:

La cadena de valor de la industria de servicios se refiere a actividades que se llevan a cabo para crear, diseñar, entregar y mantener un servicio. Incluye diferentes etapas principales que son:

- La investigación y desarrollo: En esta etapa se revisa a profundidad una investigación y el desarrollo del nuevo servicio que se va a ofrecer, así como este puede mejorar los ya existentes.
- Diseño del servicio: Se define de cómo se van a entregar los servicios al cliente, aquí en esta etapa se incluyen los procesos, los recursos y el personal que se necesita para proporcionar el servicio.
- Entrega del servicio: En esta etapa se entregan los servicios al cliente final, siguiendo el diseño previamente establecido.
- Soporte y mantenimiento: En esta etapa se involucra el mantenimiento y el soporte del servicio para garantizar la satisfacción del cliente después de haber sido entregado el servicio.
- Mejora continua: Esta última etapa se usa para evaluar el desempeño del servicio y hacer mejoras para lograr mayor eficiencia y satisfacción del cliente.

Cada una de las anteriores etapas en la cadena de valor hay oportunidades para mejorar la calidad de servicio y reducir costos, Las empresas de servicios deben analizar muy frecuentemente su cadena de valor y buscar formas de innovar y mejorar en cada una de ellas.

2.2.9 Barreras de Ingreso o Salida del Sector:

En el sector de servicios existes diferentes barreras de ingreso y salida, algunas de las más conocidas son:

Barreras de ingreso:

- Capital inicial alto: para iniciar en algunos subsectores se requerir una gran cantidad de capital inicial para establecer la empresa y adquirir los recursos necesarios.
- Costos de publicidad: Para establecerse en el mercado y adquirir clientes, los proveedores de servicios deben invertir en publicidad y marketing, lo que puede ser costoso.
- Economías de Escala: Las empresas que ya están establecidas pueden aprovechar las economías de escala, lo que les permite reducir los costos y ofrecer precios más competitivos que los nuevos entrantes.
- Barreras regulatorias: Algunos subsectores de servicios, están altamente regulados y requieren permisos y licencias especiales antes de poder operar.

Barreras de salida:

- Costos de liquidación: Cerrar una empresa de servicios puede ser costoso debido a los costos de liquidación, incluyendo la venta de activos y la liquidación de pasivos
- Pérdida de reputación: Si una empresa de servicios se retira del mercado, puede perder su reputación y esto puede afectar negativamente cualquier empresa futura en la misma industria.
- Reestructuración de personal: La reestructuración o despido de empleados en una empresa de servicios puede ser difícil debido al impacto en el personal y la calidad de servicio.

2.2.9.1 Colombia:

Los competidores que tenemos en Colombia:

Directos:

Deminimis: empresa dedicada a la asesoría y consultoría de comercio exterior, comercio internacional, ofrecen un sinnúmero de asesorías, están ubicados en la ciudad de medellin, y sus clientes en la gran mayoría están ubicadas en Antioquia.

Proimpo: empresa de asesoria em comercio exterior, ofrece servicios de apoyo a las empresas que requieran hacer operaciones de comercio exterior. Ubicada en Medellin.

Indirectos:

Agencias de aduana: Están ubicadas en todo el territorio nacional, su actividad principal es el agenciamiento aduanero, pero pueden brindar asesorías y ayuda a sus clientes en algunos procesos de exportación e importación e incluso comercio internacional.

2.2.10 Poder de Negociación de los Clientes y Proveedores

Los clientes tienen poder de negociación cuando tienen muchas alternativas de proveedores información clara sobre el mercado y los precios, y los servicios que se ofrecen no son críticos para su negocio. algunos factores que pueden aumentar el aumento de negociación de los clientes incluyen:

- Volumen de compra: los clientes que compran grandes volúmenes de servicios pueden obtener descuentos o tarifas preferenciales.
- Sensibilidad al precio: los clientes que son sensibles al precio pueden presionar a los proveedores para tener precios más bajos o mejores condiciones de pago.

- Reputación de los proveedores: los clientes pueden influir en la reputación de un proveedor a través de reseñas recomendaciones y referencias, lo que puede afectar de forma positiva o negativa la imagen de la marca.
- Servicios sustituibles: si existen muchos proveedores en el mercado que ofrecen servicios sustituibles los clientes tendrán más poder de negociación para obtener mejores precios y condiciones.

Los proveedores tienen poder de negociación cuando controlan recursos claves o servicios únicos, tienen una base reducida de proveedores, o si los costos de cambiar de proveedores son altos. algunos factores que pueden aumentar el poder de negociación de los proveedores son:

- Recursos limitados: si los recursos necesarios para la prestación del servicio son limitados, los proveedores pueden exigir precios más altos o condiciones favorables.
- Diferenciación del servicio: si los proveedores ofrecen servicios únicos que son difíciles de imitar, pueden tener mayor poder de negociación e incluso el precio del producto puede ser más alto.
- Concentración del mercado: si existe un número reducido de proveedores en el mercado los proveedores tienen poder para establecer precios y sus condiciones de venta.

2.2.10.1 Clientes:

Nuestros clientes son pequeñas, medianas y grandes empresas que quieran exportar sus productos, importar materias primas o tengan dudas con temas relacionados al comercio exterior.

3 Análisis del Mercado

3.1 Objetivos de Mercadeo

3.1.1 *Objetivo General:*

Ser líderes en el mercado de los servicios de consultoría de comercio exterior, ofreciendo servicios de alta calidad y fortaleciendo a las empresas para que lleven sus productos a mercados internacionales.

3.1.1.1 *Corto Plazo:*

Ampliar la cartera de clientes mediante el marketing y el networking

3.1.1.2 *Mediano Plazo:*

Fortalecer el equipo de consultores y tener un plan de formación continua

3.1.1.3 *Largo Plazo:*

Ser reconocidos como una empresa líder en el mercado de consultoría en comercio exterior

3.1.2 *Objetivos Específicos*

- Establecer alianzas estratégicas con otras empresas del sector para mejorar la competitividad y brindar un servicio integral.
- Implementar herramientas tecnológicas para mejorar la eficiencia en la gestión de proyectos.
- Diversificar la oferta de servicios en áreas relacionadas al comercio internacional

3.2 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

El mercado seleccionado son todas aquellas pequeñas, medianas y grandes empresas que buscan expandir sus operaciones en el extranjero, a través de la exportación de sus productos y servicios, creación de nuevas alianzas y relaciones comerciales.

Dentro de estas empresas se encuentran aquellas que ya tienen experiencia en comercio exterior pero que buscan ampliar sus operaciones, aumentar su presencia en otros mercados y apoyo especializado para enriquecer su conocimiento.

La ubicación de estas empresas será en el departamento de Antioquia porque la economía de Antioquia representa el 15% del producto interno bruto del país, el 15% de las importaciones, y el 25% de las exportaciones no tradicionales. (Cámara de Medellín)

En Medellín, según un estudio de Medellín digital “hay una concentración en microempresas las cuales representan un 86,8% del total a 2018; en orden de contribución a la consolidada ciudad siguen las PYMES con 12,4% y las grandes con menos de 1%” lo que quiere decir, que la capital antioqueña tiene un gran mercado potencial para exportaciones e importaciones. (Cámara de Medellín)

3.3 Mercado Meta de los Bienes y Servicios Tener en cuenta

Para el primer año, la empresa aspira haber ampliado su cartera de clientes con el 1.5% de las empresas dedicadas a la industria manufacturera de Medellín.

Se espera que para el 2026 ya se haya llegado al 10% del mercado meta y estar posicionados en las pequeñas y medianas empresas siendo su proveedor número uno en consultorías para el comercio exterior, teniendo claro que, este mercado está creciendo constantemente y cada año el número del mercado se amplía por las nuevas empresas que se crean en la ciudad de Medellín.

3.4 Cuantificación del Cliente Potencial de Bienes y Servicios

El total de empresas en Medellín para el 2018 entre pequeñas, medianas y grandes empresas fue de 102.575 mil (*ver cuadro 1*), esta cifra ha venido creciendo en los últimos años, en el 2020, según la cámara de comercio de Medellín el número había aumentado a 200 mil.

Tabla 2. Empresas por tamaño de rango Medellín. Fuente: Registro Público Mercantil, Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.

Rangos establecidos según Ley 905 de 2004, en SMLV	Subdivisión	Rango de activos (Millones de pesos*)	Empresas 2015	Empresas 2018	Var. %	Dif. Part % 2018/2015
Micro (0-500)	Micro1	0-100	72.399	82.095	13,4%	-1,2%
	Micro2	100-250	3.997	4.669	16,8%	0,1%
	Micro3	250-390	1.194	2.240	87,6%	0,8%
Pequeña (501-5.000)	Pequeña1	390-1.000	5.028	5.022	-0,1%	-0,7%
	Pequeña2	1.000-2.500	2.896	3.752	29,6%	0,4%
	Pequeña3	2.500-3.906	651	1.291	98,3%	0,5%
Mediana (5.001-30.000)	Mediana1	3.906-8.000	1.500	1.440	-4,0%	-0,3%
	Mediana2	8.000-23.437	774	1.240	60,2%	0,3%
Grande (>30.000)	Grandes	>23.437	722	820	13,6%	0,0%

El 13,6% (13.950) (*ver gráfico 2*) de la base local de empresas en Medellín se clasifica dentro de las industrias manufactureras entre las que destacan los subsectores de elaboración de productos alimenticios y confección de prendas de vestir, este mercado sería nuestro mercado meta por su facilidad de poder abrirse a mercados internacionales. (Medellín Digital)

De las 13.950 industrias manufactureras que para el 2018 existían en Medellín, el 10% serían nuestros posibles clientes, llegando a 1395 empresas, de las cuales esperamos que el 70% de estas utilicen por mínimo dos de nuestros servicios.

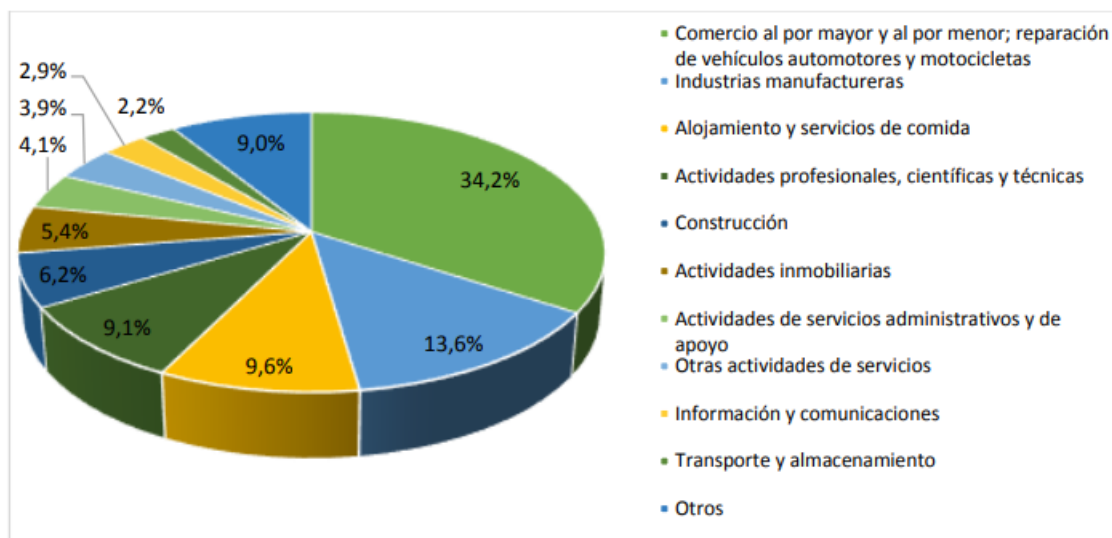


Figura 4. Clasificación de las empresas de Medellín. Fuente: Registro Público Mercantil, Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.

3.5 Mercado Competidor

Competidor 1:

- Razón social: Deminimis S.A.S
- Página web: www.deminimis.com.co
- Productos o servicios y si compiten con el proyecto: consultoría y asesoría en comercio exterior y comercio internacional.

Competidor 2:

- Razón social: Agencia de aduanas ML S.A.S
- Página web: <https://www.magnum.com.co/>
- Productos o servicios y si compiten con el proyecto: Asesorías en comercio exterior y aduanas

Competidor 3:

Relacione los competidores del negocio, indicando:

- Razón social: Manuela Rojas Rios
- Página web: www.manuelarojasrios.com

- Productos o servicios y si compiten con el proyecto: Asesoría Aduanera, comercio exterior y contratos internacionales.

Para verificar las actividades y que realiza cada competidor y su diferenciador de comexco y lo que aporta valor ver tabla 3

Tabla 3. Actividades realizadas por los competidores. Fuente: el autor.

Competidor	Actividades	Diferenciador
Deminimis SAS	Consultoría y asesoría en comercio exterior y comercio internacional.	Su experiencia es basada en el conocimiento de los tratados de libre comercio, sin embargo, no maneja a profundidad algunos temas relacionados con la exportación o importación, con comercio internacional y tienen baja calidad en asesorías postventa para el cliente.
Agencia de aduanas ML	Asesorías en comercio exterior y aduanas	Son expertos en temas de aduanas y normas de exportaciones, pero su conocimiento relacionado en temas de origen de productos, normas, certificaciones, plan vallejo y tratados de libre comercio exterior no es profundo.
Manuela Rojas Ríos	Asesoría Aduanera, comercio exterior y contratos internacionales.	Están más enfocados en la contratación internacional, sobre todo en contratos mercantiles. Su experiencia con comercio exterior no es muy profunda, aunque manejan algunos temas de exportación, como origen, declaraciones juradas de origen y entre otros, les falta conocimiento sobre el tema.

3.6 Estrategias de promoción, comunicación y ventas

- Canales de distribución utilizados

Participar en eventos: asistir a eventos relacionados con el comercio exterior, ferias, exposiciones, conferencias, que pueden ayudar a establecer contactos, crear redes y exponer la empresa a potenciales clientes.

Esta estrategia es una oportunidad perfecta para interactuar descubrir clientes y generar nuevos contactos, sirven como una herramienta de marketing especializada, es

diseñada para acelerar la creación de relaciones y ventas al vincular a los compradores a un contacto personal directo que es la clave para generar confianza y poder cerrar una venta.

Este tipo de estrategias es el método más accesible para conectarse con nuevos mercados porque tienden a mostrar mayores tasas de retorno que las obtenidas en general a través del marketing directo y la publicidad en redes sociales.

Publicaciones especializadas: Generar contenido especializado en revistas, periódicos, blogs, páginas web y otros medios del sector puede ayudar a establecer la autoridad de la empresa como experto en comercio exterior.

Ofrecer webinar o charlas informativas: Un webinar es un seminario virtual que permite la participación e interactividad en directo de los asistentes durante la sesión informativa ya sea compartiendo opiniones formulando preguntas, realizando ejercicios y simulacros en tiempo real. Los webinar ayudarán a hoy a la empresa hacer descubiertos por numerosos usuarios que se encuentran buscando el servicio que se ofrece. estas conferencias suelen expandirse rápidamente por las redes sociales, por lo que es muy fácil captar personas que quieran verlos, de esta forma será fácil conseguir nuevos clientes.

3.7 Mercado Distribuidor

La distribución de la empresa será directa, a través de la página web y visita de los consultores en las empresas que buscan asesoramiento y ayuda en la importación y exportación de productos y servicios en el mercado internacional quienes serian nuestros clientes, presentado el producto directamente al cliente final.

Buscaremos dirigimos a diferentes tipos de empresas como:

- Empresas que buscan expandir su negocio a nivel internacional y necesitan asesoramiento en términos de normativas y regulaciones de comercio exterior, así como en la identificación de nuevos mercados.

- Empresas que ya tienen presencia en el mercado internacional y necesitan ayuda en la gestión de la cadena de suministro, el transporte y la logística.

- Empresas que buscan reducir costos en el comercio internacional, mediante la identificación de proveedores más económicos, el estudio de tratados de libre comercio para aprovechar sus beneficios o la optimización de los procesos aduaneros.

- Empresas que necesitan resolver conflictos en el comercio internacional, tales como disputas contractuales, aranceles o barreras comerciales.

3.8 Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación

3.8.1 Comunicación

- Defina el logo de la empresa: El logo de la empresa llevara los colores azules porque representan la inteligencia, la comunicación y confianza.



Figura 5. Logo de la empresa. Fuente: el autor

- Defina el slogan de la empresa: Expanding fronteras
- Defina nombre comercial de los productos: Consultoría en comercio exterior y aduanas.

3.8.2 Actividades de Promoción y Divulgación

Asistir a eventos empresariales que realizan las cámaras de comercios, gremios de empresarios y exportadores

Realizar Webinars y charlas online.

Asistir a ferias internacionales y nacionales que realicen en plaza mayor.

Realizar publicidad por redes Sociales (Google - Instagram – TikTok – Twitter – LinkedIn).

Realizar publicidad por medio de programas de referidos y voz a voz.

Pagina Web.

3.8.3 Encuesta

- Razón social de la empresa
- Nit
- Nombre de contacto
- Teléfono
- Actividad principal de la empresa
- Exporta o importa productos? Si ___ No ___
- Si la respuesta anterior es si, ¿Que producto exporta o importa? _____
- Si la respuesta anterior es no, ¿qué producto le gustaría exportar o importar? _
- Hace cuanto exporta o importa?
 - Menos de dos años ___
 - Entre 2 y 5 años _____
 - Entre 5 y 8 años ___
 - Mas de 8 años _____

¿A con que continente hace o le gustaría realizar operaciones de comercio exterior y abrir sus mercados? África ___ Asia ___ América ___ Europa ___ Oceanía ___

- Conoce su empresa toda la normativa en comercio exterior (impor y expo) Si ____
No ____
- Se encuentra su empresa todo el tiempo actualizado sobre los cambios de las aduanas y del comercio exterior en Colombia y en el mundo? Si ____ No ____
- Su empresa conoce y entiende los TLC de Colombia y los procesos para realizar los certificados y criterios de origen? Si ____ No ____
- Le gustaría recibir información, capacitaciones, asesoría constante y estar actualizado con el comercio exterior y las aduanas en el mundo? Si__ No ____
- Que es lo más difícil que ha encontrado para expandirse a otros mercados?

4 Análisis Administrativo

4.1 Estructura Organizacional del negocio

4.1.1 Organigrama

En la imagen 4, se muestra el organigrama que tendrá la empresa, compuesta por un gerente general, dos directores, 1 contador, 4 auxiliares y 3 consultores de comercio exterior.

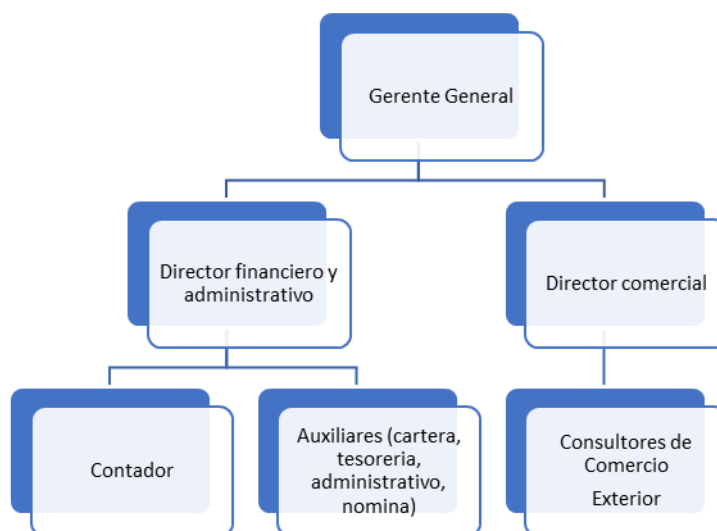


Figura 6. Organigrama de la empresa. Fuente: El autor.

4.1.2 Costo del personal y procesos administrativos tercerizados

Costo del personal:

El costo del personal que se relaciona en el gráfico 3 muestra el costo por mes del personal administrativo, que sería de \$ 45.620.654,06.

Tabla 4. Costo del personal administrativo. Fuente: El autor.

Nombre de los empleados	Salario Mensual	Auxilio de transporte	TOTAL DEV AUX	SALUD	PENSION	ARL	PARAFISCALES	TOTAL APORTES	CESANTIAS	PRIMA	INTERESES	VACACIONES	TOTAL G PP	TOTAL COSTO
			0%	12%	0,52%	4%	8,33%	\$ 0,08	\$ 0,01		4%			
Gerente general	\$ 8.000.000,00	0	\$ 8.000.000,00	0	\$ 960.000,00	\$ 41.760,00	\$ 320.000,00	\$ 1.321.760,00	\$ 666.400,00	\$ 666.400,00	\$ 80.000,00	\$ 337.600,00	\$ 1.750.400,00	\$ 11.072.160,00
Director Comercial	\$ 4.000.000,00	0	\$ 4.000.000,00	0	\$ 480.000,00	\$ 20.880,00	\$ 160.000,00	\$ 660.880,00	\$ 333.200,00	\$ 333.200,00	\$ 40.000,00	\$ 168.800,00	\$ 875.200,00	\$ 5.536.080,00
Director Financiero y Administrativo	\$ 5.000.000,00	0	\$ 5.000.000,00	0	\$ 600.000,00	\$ 26.100,00	\$ 200.000,00	\$ 826.100,00	\$ 416.500,00	\$ 416.500,00	\$ 50.000,00	\$ 211.000,00	\$ 1.094.000,00	\$ 6.920.100,00
Consultor de comercio exterior Senior	\$ 3.000.000,00	0	\$ 3.000.000,00	0	\$ 360.000,00	\$ 15.660,00	\$ 120.000,00	\$ 495.660,00	\$ 249.900,00	\$ 249.900,00	\$ 30.000,00	\$ 126.600,00	\$ 656.400,00	\$ 4.152.060,00
Consultor de comercio exterior Junior	\$ 2.000.000,00	0	\$ 2.000.000,00	0	\$ 240.000,00	\$ 10.440,00	\$ 80.000,00	\$ 330.440,00	\$ 166.600,00	\$ 166.600,00	\$ 20.000,00	\$ 84.400,00	\$ 437.600,00	\$ 2.768.040,00
Contador	\$ 4.000.000,00	0	\$ 4.000.000,00	0	\$ 480.000,00	\$ 20.880,00	\$ 160.000,00	\$ 660.880,00	\$ 333.200,00	\$ 333.200,00	\$ 40.000,00	\$ 168.800,00	\$ 875.200,00	\$ 5.536.080,00
Auxiliar administrativo	\$ 1.600.000,00	\$ 140.606,00	\$ 1.740.606,00	0	\$ 208.872,72	\$ 9.085,96	\$ 69.624,24	\$ 287.582,92	\$ 144.992,48	\$ 144.992,48	\$ 17.406,06	\$ 73.453,57	\$ 380.844,59	\$ 2.409.033,52
Auxiliar cartera y facturación	\$ 1.600.000,00	\$ 140.606,00	\$ 1.740.606,00	0	\$ 208.872,72	\$ 9.085,96	\$ 69.624,24	\$ 287.582,92	\$ 144.992,48	\$ 144.992,48	\$ 17.406,06	\$ 73.453,57	\$ 380.844,59	\$ 2.409.033,52
Auxiliar nomina	\$ 1.600.000,00	\$ 140.606,00	\$ 1.740.606,00	0	\$ 208.872,72	\$ 9.085,96	\$ 69.624,24	\$ 287.582,92	\$ 144.992,48	\$ 144.992,48	\$ 17.406,06	\$ 73.453,57	\$ 380.844,59	\$ 2.409.033,52
Auxiliar tesorería	\$ 1.600.000,00	\$ 140.606,00	\$ 1.740.606,00	0	\$ 208.872,72	\$ 9.085,96	\$ 69.624,24	\$ 287.582,92	\$ 144.992,48	\$ 144.992,48	\$ 17.406,06	\$ 73.453,57	\$ 380.844,59	\$ 2.409.033,52
														\$ 45.620.654,06

5 Conclusiones

El proyecto de creación de esta empresa dedicada a brindar soluciones integrales y personalizadas para las empresas que deseen hacer negocios internacionales y comercio exterior es altamente prometedor. El objetivo principal de la empresa es ayudar a sus clientes a aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el mercado global, los tratados de libre comercio, entre otros, proporcionándoles información precisa y actualizada sobre los procedimientos y regulaciones en el comercio exterior, así como sobre los mercados y oportunidades de exportación.

La clave del éxito de esta empresa radicará en contar con un equipo de expertos en comercio exterior con amplia experiencia en diferentes áreas. Estos especialistas estarán capacitados en legislación aduanera, logística, comercio exterior, visos buenos y certificaciones y marketing internacional, lo que les permitirá brindar un servicio completo y de alta calidad a los clientes.

El proyecto de Comexco tiene un gran potencial para satisfacer las necesidades de las empresas que buscan crecer a nivel internacional. Con un enfoque en soluciones integrales y personalizadas, un equipo experto y una amplia red de contactos, la empresa estará bien posicionada para tener un impacto significativo en el éxito de sus clientes en los negocios internacionales.

6 Recomendaciones

7 Referencias Bibliográficas

- Phylo. (2021). Cómo crear una SAS: Guía paso a paso.
- RUES. (s.f.). Registro Único Empresarial y Social.
- Economipedia. (s.f.). Sector terciario o sector de servicios.
- Observatorio de Desarrollo Económico. (2022, enero 28). Sector servicios inicia el 2022 con incremento del personal ocupado en 16 actividades.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). Colombia.
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/colombia-4-pais-mas-competitivo-de-america-latina>
- <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>
- <https://economipedia.com/definiciones/sector-terciario-servicios.html>
- La República. (2022, febrero 4). Comercio y servicios fueron los dos sectores con más ventas durante el año pasado.
- Shopify. (s.f.). La cadena de valor de una empresa: Cómo funciona y cómo aplicarla.
- Crear mi empresa. (s.f.). Barreras de entrada y de salida: qué son y tipos.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2019, diciembre 12). Índice de Internacionalización Empresarial de Antioquia.
- Beedigital. (s.f.). El webinar: una estrategia de video para captar clientes.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2021, enero 29). Creación de empresas en Antioquia creció 18,4%.
- Alcaldía de Medellín. (2019). Estructura Empresarial Medellín 200

8 Anexos