

**CONSULTORIO Y TRAMITOLOGÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y  
COMERCIO EXTERIOR**

**TRAMIMTEX**

**ANGÉLICA RODRÍGUEZ ARGEL**

**TRAMIMTEX®**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y**

**CONTABLE**

**TRABAJO DE GRADO**

**TUTOR YASMIN ALEXANDRA VÁSQUEZ SÚAREZ**

**NOVIEMBRE 2021**

## Resumen

En el presente trabajo, está el desarrollo de una idea de negocio competitiva e innovadora para el sector en que está direccionado, ésta consiste en un consultorio que presta servicio de tramitología y asesoría en negocios internacionales y comercio exterior, toda esta exposición luego de una ardua investigación y contextualización con la economía Colombiana, y más específico en la región del Urabá Antioqueño, en donde nos encontramos un territorio con una gran biodiversidad y altas alternativas de crecimiento económico, pues es una tierra fértil para las cosechas y demandante de productos y servicios diversos, en esta medida los servicios prestados, son direccionados a fomentar el progreso en el lugar, por medio de acompañamiento empresarial, en donde la empresa evalúa la situación de las organizaciones y conforme las tendencias del mercado crea estrategias de mejora, así mismo, para los nuevos emprendedores, se da una contextualización al cliente sobre las dinámicas del entorno, acompañado de alternativas de inversión, igualmente como entidad, desarrollar planes de exportación o comercialización local para que gremios agricultores, comerciantes e inversionistas encuentren oportunidades de desarrollo empresarial, entre tanto, esta idea de negocio busca ofrecer alternativas de crecimiento económico en la región, destacando además, un enfoque en el cliente, siendo que, los usuarios son la base principal de dicho proyecto, es por ello, que se pretende crear una conexión con el cliente basado en sus necesidades y ambiente cotidiano, para de tal manera, orientar y educar la población acerca de las oportunidades que habitan en su entorno, y abrir un panorama de reconocimiento ante aquellos factores con que cuentan, para que sean aprovechados como alternativa de inversión; por otro lado, es una iniciativa rentable, pues su fundamento se centra en el servicio, lo que hace una financiación en costos relativamente baja, sin desmeritar que requiere de inversión en términos de tiempo, pero es bien descompensado en comparación con la

acogida de los servicios en el mercado, en últimas, esta idea de negocio muestra ser altamente rentable y demandante en el mercado.

### **Abstract**

In the present work, there is the development of a competitive and innovative business idea for the sector in which it is directed. This consists of a practice that provides paperwork and advisory services in international business and foreign trade, all this exposure after an arduous investigation and contextualization with the Colombian economy, and more specifically in the Urabá Antioqueño region, where we find a territory with great biodiversity and high alternatives for economic growth, as it is a fertile land for crops and demanding of various products and services. In this measure, the services provided are directed to promote progress in the place, through business support, where the company evaluates the situation of the organizations and, according to the market trends, creates improvement strategies. Likewise, for new entrepreneurs, the client is given contextualization on the dynamics of the environment, accompanied by investment alternatives. Likewise, as an entity, develop local export or marketing plans so that farmers' unions, merchants and investors find business development opportunities. Meanwhile, this business idea seeks to offer alternatives for economic growth also in the region, highlighting a focus on the client, since users are the main base of said project, which is why it is intended to create a connection with the client based on their needs and daily environment, in order to guide and educate the population about the opportunities that inhabit their environment, and open a panorama of recognition of those factors that they have, so that they are used as an alternative investment. On the other hand, it is a profitable initiative, since its foundation is focused on the service, which makes financing in relatively low costs, without detracting from the fact that it requires investment in terms of time, but it is well unbalanced compared to the reception of the

services in the market. Ultimately, this business sample idea is highly profitable and demanding in the market.

### **Palabras Claves**

Negocios Internacionales, Servicio, Crecimiento Económico, Comercio Exterior.

### **Introducción**

La construcción de este trabajo se centra en una empresa de servicios en comercio exterior, y negocios internacionales, en donde se presta asesoría profesional al público y se elaboran tramitologías relacionados con el campo del comercio exterior a pequeñas empresas y personas naturales que desarrollan proyectos de exportación e importación, de la misma manera, ofrece oportunidades de comercialización para aquel publico cuyas bases carecen de conocimiento profesional, principalmente para las Mypimes ubicadas en la zona de Urabá, pues esta es una región altamente demandante de los servicios aquí ofrecidos, en esta instancia, evidencia un elevado nivel en la necesidad de un consultorio de esta índole, para mostrar alternativas de crecimiento, desarrollo y expansión empresarial, siendo que, Urabá es una población con un alto potencial de expansión económica.

## **Capítulo 1. Información General de la Empresa**

### **1.1 Nombre de la Empresa y de la Marca**

#### **1.1.1 Nombre:**

Consultorio y Tramitología en Negocios Internacionales y Comercio Exterior

#### **1.1.2 Marca:**

TRAMIMTEX

#### **1.1.3 Demostración de Elegibilidad del Nombre:**

El nombre “**Consultorio y Tramitología en Negocios Internacionales y Comercio Exterior**” tiene como fin evidenciar al público el servicio que se presta, que es ofrecer a los usuarios la oportunidad de llevar acabo sus trámites en materia de comercio exterior, así como brindar asesoría internacional.

### **1.2 Tipo de Empresa**

El tipo de persona jurídica constituido por la empresa será; Sociedades por Acciones Simplificadas –S.A.S- puesto que es un tipo practico para la creación de empresa e inicio en el mundo mercantil; además las S.A.S no exige un número mínimo ni máximo de accionistas, lo que permite constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, responsabilizándose conforme el monto de sus aportes; así mismo, los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad (Cámara de Comercio de Bogotá , 2021) de ésta manera se presta para constituirse de un solo

accionista si así se desea; factor que si es limitado por sociedades como: las Sociedades Colectivas, Sociedades Anónimas (S.A), Sociedades Limitadas (LTDA), entre otras. Todo ello sin dejar de lado las responsabilidades tributarias y mercantiles que una empresa Colombiana constituida legalmente requiere.

### **1.2.1 Código CIU**

#### **7020 – ACTIVIDADES DE CONSULTORIA DE GESTIÓN**

Conforme la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquía, el Código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme –CIU- para la actividad económica a desempeñar en la empresa TRAMIMTEX es; 7020 – ACTIVIDADES DE CONSULTORIA DE GESTIÓN; puesto este código respalda la dinámica de la empresa, que está constituida o centrada en prestar al público asesoría, orientación y asistencia operacional a empresas y otras entidades sobre asuntos de gestión (Camara de Comercio de Medellín para Antioquía , 2021).

### **1.3 Descripción de la Empresa**

TRAMIMTEX se constituirá inicialmente como una micro empresa, ubicada en la zona de Urabá, con establecimiento físico en Necoclí-Antioquia; que tiene como propósito, ofrecer servicios entorno al comercio exterior y asesorías frente a la actualidad de los mercados; por ello, en un corto plazo o etapa inicial de la empresa, se ofrecerán propuestas de ésta índole (comercio exterior) a los emprendedores de la zona, para de tal manera ir abriendo reconocimiento en el mercado y poder consolidar confianza en el entorno; con el fin, de expandir dichas propuestas y con ella la cobertura empresarial.

Conforme a ello, la empresa se consolidará bajo el código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme –CIU- 7020 – ACTIVIDADES DE CONSULTORIA DE GESTIÓN; este fue seleccionado de acuerdo a la actividad económica de la empresa.

“Esta clase 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.” (Camara de Comercio de Medellín para Antioquía , 2021).

## 1.4 Misión y Visión de la Empresa


### 1.4.1 Misión

Ofrecer alternativas de crecimiento a las microempresas y emprendedores por medio del comercio exterior y asesoría internacional.

### 1.4.2 Visión

Lograr en nuestros clientes un desarrollo y expansión de sus actividades, permitiendo así un fortalecimiento empresarial en el mercado.

## 1.5 Relación de Productos y/o Servicios

FICHA TECNICA	
TRAMIMTEX S.A.S.	
	
<b>NOMBRE COMERCIAL</b>	TRAMIMTEX
<b>DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO</b>	Servicios de asesoría en el entorno nacional e internacional y acompañamiento de trámites en comercio exterior en la zona de Urabá, además se ofrece creación de

	planes estratégicos de exportación e importación y outsourcing.
<b>SERVICIO SOCIAL</b>	TRAMIMTEX siendo consciente de las necesidades de los habitantes, pretende ofrecer proyectos de exportación e importación a la comunidad, para de tal manera darles a conocer mayores alternativas de comercialización como resultado conjunto; conforme lo anterior, pretende conectar con gremios de un mismo interés, ya sea agricultores de maracuyá, mango, guayaba etc, y plantearles proyectos de exportación que unidos pueden dar mayor competitividad en el mercado; así mismo entorno la importación, estudiar el mercado y crear ofertas de importación, que beneficien al gremio de comerciantes en la región y de tal manera la población en general.
<b>NECESIDADES QUE SATISFACE</b>	La zona de Urabá es un territorio privilegiado por su ubicación geográfica y su alta oportunidad de producción, así mismo cuenta con una población enriquecida por las tierras que habita, sin embargo es común evidenciar en el entorno el poco aprovechamiento de tales oportunidades; esto a raíz del desconocimiento del mercado y poca capacitación en el campo, es decir, los habitantes no cuentan con conocimientos sólidos que permita el desarrollo de proyectos en el comercio

	<p>exterior, por esta razón, TRAMIMTEX ofrece ejecutar tramites y proyectos de índole internacional, para de esta manera dar solución a ésta necesidad y apostar al crecimiento económico desde el apoyo a comunidades que carecen de conocimiento profesional.</p>
<b>BENEFICIOS</b>	<p>Aprovechar las riquezas innatas de la región, en la medida que se ofrece la oportunidad de desarrollar de manera profesional proyectos de agroindustria.</p> <p>Expansión del mercado local.</p> <p>Creación y desarrollo de nuevos proyectos comerciales.</p> <p>Mayor acercamiento con el mercado internacional.</p> <p>Obtención de nuevos productos y servicios en la región.</p>
<b>VENTAJAS</b>	<p>Desarrollo de actividades del comercio exterior y simplificación de su tramitología.</p> <p>Guía y apoyo profesional en el campo internacional.</p> <p>Apoyo social a la comunidad.</p>
<b>SERVICIO</b>	<p>Acompañamiento profesional.</p> <p>Desarrollo en tramitología de comercio exterior.</p> <p>Asesoría profesional.</p> <p>Creación de planes estratégicos de exportación.</p> <p>Creación de proyectos en el comercio exterior.</p>

	Outsourcing.
<b>DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO</b>	Campaña publicitaria, académica y de reconocimiento ante la necesidad y ventajas de la obtención del servicio.
<b>POST-VENTA</b>	Seguimiento continuo de las actividades desarrolladas. Encuesta de satisfacción por parte del cliente. Autoevaluación del servicio y los resultados obtenidos.
<b>GARANTÍA</b>	TRAMIMTEX asegura un servicio confiable y responsable, el cual pasará por filtros que evalúen el seguimiento de los resultados y confirmen normalidad en el desarrollo de los proyectos.

## **1.6 Ventajas Competitivas**

### **1.6.1 Ventajas Competitivas**

#### **Enfoque en el cliente**

El servicio de prestación en TRAMIMTEX, se centra en una conexión con el cliente, las necesidades de éste y su ambiente, por tal, se orienta y educa acerca de las oportunidades que habitan en su entorno, es decir, se muestra un panorama de reconocimiento de aquellos factores con que cuenta la población, y pueden ser aprovechados para recibir un beneficio económico, para de tal manera escalar en un desarrollo empresarial.

### **Capacitación del entorno comercial**

Más allá de prestar un servicio de tramitología y asesoría, se capacita también aquellas poblaciones que cuentan con oportunidades de comercialización y exportación, de la misma manera ofrecer a los interesados, datos actualizados de la realidad del mercado y coyunturas comerciales.

### **Portafolio de inversión**

Se ofrece un portafolio de inversión, contextualizado con el entorno agricultor y comercial de la zona, en donde los capitalistas pueden confiar su dinero a cambio de una productividad, dada como resultado del intercambio en el comercio exterior.

#### **1.6.2 Distinciones Competitivas**

##### **Distribución del servicio**

TRAMIMTEX basado en su objeto social, enfoca sus distinciones competitivas en la distribución del servicio, puesto que, la manera de llegar al público es estudiando primero sus necesidad y ofreciendo de ante mano la solución a ellas, es decir, más allá de brindar un servicio en comercio exterior y dar atención a los clientes que requieren del apoyo profesional, es ubicar y mostrar a aquellas comunidades o personas, nuevas alternativas de desarrollo y crecimiento económico.

## Planes de exportación e importación

Dentro de las ofertas que presenta la empresa, está proveer proyectos de exportación e importación, en la medida que aquellos emprendedores interesados en expandir sus horizontes, encuentren nuevas alternativas de inversión.

### 1.7 Trámites y Costos

El primer paso para constituir la empresa legalmente, es verificar si su nombre es apto para establecerse en el mercado Colombiano, por ello, se hizo la búsqueda de comprobación en la página: <https://www.rues.org.co/>; la cual fue exitosa, es decir, no hay similitud de este en el entorno comercial, por tanto, el nombre es válido para ser utilizado en el mercado.



*Ilustración 1 Evidencia verificación nombre empresarial. TRAMIMTEX*

Seguido a ello, elegir una estructura legal adecuada para la empresa, posteriormente redactar los estatutos de la compañía, para dar paso al registro en la cámara de comercio, donde se revisará la documentación exigida por tal entidad, conforme los cumplimientos legales y políticos en la creación de empresa Colombiana; así mismo se deberá desarrollar la obtención del

RUT, el cual es solicitado en la Dirección Nacional de Impuestos y Aduanas, DIAN, entidad responsable de asignar un número de identificación fiscal o “NIT” a su empresa.

## **Capítulo 2. Análisis de entorno y sector**

### **2.1 Entorno**

#### **2.1.1 Colombia**

**Nombre Oficial:** República de Colombia

**Superficie:** 1.141.748 km<sup>2</sup>

**Límites:** Al norte con el mar de las Antillas, al este con Venezuela y Brasil, al oeste con el océano Pacífico, al noroeste con Panamá y al sur con Perú y Ecuador.

**Población:** 51.050.000 hab. (Estimaciones 2021)

**Capital:** Bogotá (7.834.000 hab.)

**Otras ciudades:**

**Medellín:** 2,6 millones habitantes

**Cali:** 2,3 millones habitantes

**Barranquilla:** 1,3 millones habitantes

**Cartagena de Indias:** 1.044.000 habitantes

**Cúcuta:** 787.891 habitantes

**Bucaramanga:** 614.269 habitantes

**Villavicencio:** 549.922 habitantes

**Santa Marta:** 546.979 habitantes

**Idioma:** Español (oficial) y numerosas lenguas indígenas, cooficiales en sus respectivos territorios.

**Moneda:** Peso colombiano

**Religión:** Las principales religiones en Colombia son el catolicismo (87,3%), el protestantismo o Evangélico (11,5%).

**Forma de Estado:** República presidencialista; con una división administrativa conformada por: 32 departamentos y 1 distrito capital; 1122 entidades administrativas locales (1.103 municipios, 18 áreas no municipalizadas y la isla de San Andrés (diplomática, 2021).

#### 2.1.1.1 Tecnológico

El entorno tecnológico en Colombia, ha ido acoplándose a las necesidades de la actualidad e innovando conforme la demanda en el mercado, así mismo, el fenómeno de la pandemia ha permeado la aceleración en el uso de la tecnología, sin embargo, los analistas del sector, sostienen que serán por lo menos siete los grandes frentes de acción, que son: Inteligencia artificial, internet de las cosas evolucionado, Big Data, realidad virtual y aumentada, video streaming, el 5G y robótica; siendo cada una de ellas necesaria y cada vez más indispensable en las operaciones empresariales (País, 2021).

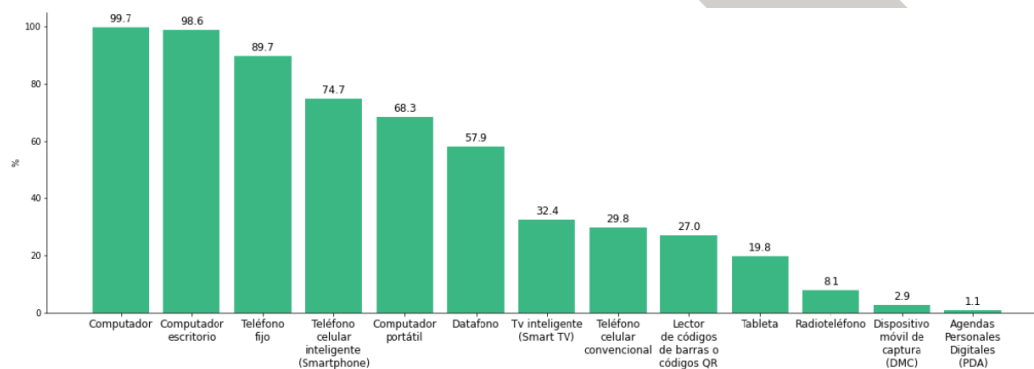
Igualmente, la tecnología se convierte en un factor cada vez más indispensable en el día a día tanto de los ciudadanos y el desarrollo de sus labores, así también como para las empresas en la búsqueda de sus recursos, visto desde una necesidad básica, como los computadores con sus programaciones, hasta elementos tecnológicos más innovadores, enfocados en las áreas de biotecnología, nanotecnología, tecnología de materiales y de la información, por ello el gobierno

al pasar los años, le ha dado mayor importancia a la investigación y desarrollo tecnológico en el país, aunque son un conjunto de entidades que aportan al sostenimiento de tales, para el 2005 las entidades públicas aportaron un mayor porcentaje de capital como inversión, siendo este el 30,5% luego las empresas privadas y públicas proporcionaron un 19% acompañadas de las instituciones de educación superior, que tuvieron una participación del 19% también; de esta manera se ha ido tomando determinación por el progreso tecnológico Colombiano (Universidad Nacional de Colombia, 2020).

Referente a un informe publicado en el DANE, suministrado por ENTIC Empresas, investigó un total de 22.577 organizaciones de los subsectores del comercio, las empresas que utilizaron Inteligencia Artificial para el desarrollo y solución de sus actividades en 2019, conforme a la actividad económica, muestra una mayor utilización de tal recurso por la actividad económica de desarrollos de sistemas informáticos, seguido del administrativo y apoyo de oficina, de la mano con educación superior privada, así mismo se evaluó el nivel de suministro de bienes TIC, que las empresas dan al personal de trabajo, lo cual arroja que el 99,7% de las empresas, proveen computador a sus empleados, siendo esto un 98,6% computador de escritorio, 68,3% computador portátil y tableta 19,8%; seguido a ello, el bien TIC de comunicación directa más suministrado en el 2019, fue el teléfono fijo con una utilización del 89,7% superior a los teléfonos celular inteligente, que fueron dotados en las empresas en un 74,7%; por último el bien con menos relevancia dentro de esta encuesta, son las agendas personales digitales, que ocupa un 11%, ahora bien, en el sector industria, respecto al software y forma de obtención, las empresas que tuvieron aplicaciones o programas informáticos, el 74,5% fueron comprados para uso exclusivo de la empresa, es decir, aquellos programas que de acuerdo a las necesidades y los

procesos operativos, fueron definitivos obtener, por parte de otras entidades, seguido a ello el 56,8% de las empresas pagaron por un servicio periódico, en este caso, no son programas definitivos o con utilización ilimitadas, sino que requieren de una cuota pactada, para poder aprovechar sus beneficios, sin embargo un poco más de la mitad (53%) de estas organizaciones, también acuden a descargas libres o de acceso gratuito, por otro lado, tan solo el 27,7% de tales entidades, mandan hacer por terceros programas o aplicaciones específica a sus necesidades, y solamente el 12,6% desarrolla o crea por un área interna en la empresa, dichos programas o aplicaciones, así pues, las empresas que descargaron gratuitamente aplicaciones o programas informativos, de acuerdo al tipo, se evidenció que el 96,3% fueron navegadores de internet, seguido sistema informativo con un 43,3% y antivirus con un 35,1%, por último, están los software para administración de la operación, los cuales son descargados gratuitamente por el 7,5% de las empresas (DANE, 2021).

**Gráfico: Porcentaje de empresas que suministraron bienes TIC a su personal según tipo de terminal Sector comercio 2019pr**



Fuente: DANE, ENTIC EMPRESAS.

Por otro lado, respecto al uso de internet y conectividad, 71,2% de las empresas en 2019 usaron computador para su trabajo, en tanto, solo el 67,7% de ellos usaron internet para su trabajo, en otras palabras, hay aún un número significativo de empresas Colombianas en el comercio, que no utilizan internet en sus operaciones, de esta manera, aquellas entidades que si se apoyan del internet para la realización de las actividades laborales, el 99,5% lo usan dentro de sus instalaciones y el 54,1% lo usan fuera de sus instalaciones, cabe resaltar, hay empresas que usan ambas modalidades, por tal motivo los porcentajes publicados en este texto, no están centrados en llegar a un 100%, ahora bien, basándonos en aquellas empresas que usaron internet en sus instalaciones, el 72,7% recurrieron a modem de cable, fibra óptica, canal de dicado y un 16,6% acudieron a internet inalámbrico, wifi, wimax, finalmente, solo el 0.9% acogieron internet satelital, además el ancho de banda mayor utilizado de internet, estuvo entre 10 Mbps (Megabit por segundo) y menos de 30 Mbps, encima, el 50,3% de las empresas, tomaron planes de internet con un costo en pesos Colombianos entre \$100.000 y menos de \$500.000 (EMPRESAS, 2021, pág. 19), el 0,8% pagan menos de \$50.000 y en extremo, un mismo porcentaje de 0,8% pagan entre \$9.000.000 y menos de \$11.000.000, así como el 2,7% pagan más de \$11.000.000 al mes para el servicio de internet.

Luego de tener un contexto general de la utilización de la tecnología y elementos digitales, así como también el aprovechamiento de estos en las empresas en forma operativa, es pertinente conocer también el apoyo de los recursos tecnológicos para las empresas en el área de publicidad y comunicación con el cliente, en esta misma encuesta realizada el 2019, el 59,9% de las herramientas tecnológicas en que se basaba el sector comercio, era correo electrónico con dominio propio, el 56,3% se apoyaban de las redes sociales, siendo Facebook la más utilizada

seguido de Instagram y posteriormente Whatsapp, y el 52,7% contaban con página web propia, las cuales en su mayoría estaban documentadas acerca de la descripción de productos o lista de precios, en últimas el 10,2% desarrollaban blogs como alternativa de información para el cliente (DANE, 2021).

### **2.1.1.2 Económico**

Colombia cuenta con una gran diversidad climática y geográfica; tiene llanuras, selvas, montañas, desiertos, paramos, entre otros, así mismo, tiene riqueza hídrica y recursos no renovables, como petróleo y carbón, esto hace de Colombia un país con altos recursos naturales y una fortuna especial; por ello, sobresalen en las actividades primarias, la extracción de petróleo, carbón, oro, esmeraldas, plata y platino; de la misma manera en el sector agropecuario, se destaca la producción de café, caña de azúcar, flores, banano, papa, plátano, leche, carne de cerdo y res, aguacate, huevo, etc. En otro orden de ideas, están las actividades secundarias o industriales, en estas se destaca la industria azucarera, la producción de textiles, alimentos y bebidas, lácteos, productos de molinería y panadería, automóviles, químicos, cauchos, derivados de petróleo, las industrias de metalurgia y de cemento; entre tanto, las actividades que cada vez se destacan más en Colombia son actividades terciarias o de servicios, en las cuales predominan la banca, este es uno de los sectores con mayor crecimiento, fortalecido gracias a las políticas del gobierno y un mayor acceso de los Colombianos al sistema financiero, seguido a ello, la tercerización de procesos, comunicaciones, servicios de salud, educación, hotelería y turismo, transporte, seguridad y entretenimiento; el sector cuaternario tampoco se queda atrás, aunque en su mayoría no son iniciativas propias de colombianos, empresas extranjeras como Facebook, Google, Uber, se demandan dentro de la nación, del mismo modo empresas basadas en la

economía del conocimiento, como las actividades realizadas por Ruta N, así como los programas de desarrollo e investigación de la industria fintech Bancolombia, BBVA, Banco de Bogotá, Davivienda y aplicaciones o soluciones financieras de emprendedores locales. Con todo ello, las exportaciones de Colombia son en su mayoría materias primas, siendo los principales, petróleo, carbón, café, alimentos y bebidas, flores y tabaco, mientras que sus principales importaciones, son derivados del petróleo, automóviles, maquinaria, computadores y medicamentos, ahora, respecto a los destinos de las exportaciones, los principales lugares son, Estados Unidos, China, Panamá, España e India, mientras que los principales orígenes de las importaciones son de Estados Unidos, China, México y Alemania (Actividades Económicas , 2018).

Ahora bien, conforme la actividad económica, la estructura del producto interno bruto por sector de actividad, evidencia un mayor número de porcentaje en el sector terciario, siendo este el 69,5% seguido del sector secundario que participó del 17,6% representando el sector industrial, por los textiles, productos químicos, metalurgia, cemento, envases de cartón, resinas plásticas y bebidas, por último el sector primario representó el 12,9% del PIB en 2020, donde se presentan como principales productos: café, banano, flores, caña de azúcar, ganado y arroz; de esta manera, Colombia generó un PIB corriente de US\$271,5 miles de millones en 2020, ubicándose como la cuarta economía en América Latina detrás de Brasil, México y Argentina (Mincomercio , 2021).

Conforme al artículo “Colombia: Panorama General” emitido por el banco mundial, Colombia tiene una trayectoria de manejo fiscal y macroeconómica controlada, acompañado a normativas puntuales, frente indicadores como inflación, tipo de cambio flexible y una dirección

fiscal centrada en su reglamentación, lo cual ha permitido un crecimiento constante en la economía desde 2000, así como también, Colombia ha logrado reducir el índice de pobreza a la mitad, en los últimos diez años; sin embargo, entorno a la productividad se ha tenido un crecimiento bajo, pues un alto porcentaje de la actividad económica y exportadora, se basa de materias primas no renovables, lo que aumenta la exposición de la economía a los choques de precio, y como resultado colateral, abre brechas de infraestructura, baja productividad laboral e integración comercial y barreras a la competencia doméstica; pese a ello, la economía Colombia se las ha ingeniado para conseguir un crecimiento, después de acelerarse el 3,3% en 2019, el crecimiento económico estaba en vísperas de acelerarse aún más, pero la llegada de la pandemia COVID-19, golpeó significativamente los resultados, causando así, una recesión en la economía, no obstante, el gobierno ha dado una respuesta rápida a la crisis y tomado medidas decisivas para proteger vidas y asegurar medios de subsistencia, para apoyar la economía, de manera que estas medidas mitiguen el impacto de la pandemia en la economía, así mismo, se estima un repunte de crecimiento para el periodo 2021-2022 (Banco Mundial, 2021).

De acuerdo al informe de política monetaria en julio 2021, en el segundo trimestre del presente año, la economía enfrentó varios golpes, siendo predominante choques de oferta y de costos, los cuales en su mayoría no fueron anticipados y como si fuera poco, se mantuvieron más persistentes de lo esperado, afectando así, la recuperación de la actividad económica obtenida a inicio de año y elevando el nivel de inflación, incluso a un nivel superior de la meta. A principios de abril se rebotó una tercera ola de pandemia, con un mayor costo de vidas humanas, posteriormente, para mayo y mediados de junio, los problemas de orden público como los bloqueos de las carreteras, arrastraron un fuerte impacto negativo a la actividad económica y la

inflación, estimando así, una caída en el nivel del pib para el primer trimestre del año; no obstante el crecimiento económico esperado para la primera mitad del año, fue significativamente mayor que la proyectada en el informe de abril, lo cual, simboliza una economía dinámica de pronta recuperación (Banco de la República, 2021).

En lo que resta del año, el mayor nivel de IPC de alimentos persistirá, y tendrá como efecto una inflación por encima de la meta, esto como consecuencia también del aumento en los precios internacionales de los fletes y de los bienes agrícolas, así mismo, las exportaciones de carne y el ciclo ganadero han ejercido presiones al alza, principalmente sobre los alimentos procesados, sin embargo, para finales del próximo año 2022, la inflación total y básica se espera retornar a tasas cercanas del 3%, gracias a un entorno de desaceleración del IPC de alimentos y de menores excesos de capacidad productiva, de igual forma, las cifras de actividad económica, muestran una demanda externa más dinámica de la esperada, pues, conforme las proyecciones emitidas para el 2021 y 2022, muestran un aumento del 5,2% al 6% y del 3,4% al 3,5% respectivamente (Banco de la República, 2021).

Entorno a la actividad económica internacional, en agosto de 2021, las cifras de las exportaciones colombianas presentaron un aumento de 28,4% en relación con agosto del año anterior, dicho resultado se alude principalmente, al crecimiento de 26,6% en las ventas externas de combustible; además en este mismo mes, las exportaciones de combustibles y productos de las industrias extractivas, participaron con 43% del valor FOB total de las exportaciones, del mismo modo, manufacturas con 26,3% agropecuarios, alimentos y bebidas 24,5% y otros sectores con 6,3%, hay que mencionar además, el petróleo crudo que a pesar de representar una

caída de 34,3% frente agosto de 2020, para el mismo mes de 2021 se exportaron 11,2 millones de barriles; más aún en el octavo mes de 2019, las exportaciones colombianas ascendieron a US\$3.264,3 millones FOB, comparado con 2021, que se dieron US\$3.318,1 registrando un aumento de 1,6% reflejado fundamentalmente ante el aumento del 24,7% en las ventas externas de las manufacturas y de 26,2% en el grupo de agropecuario (DANE, 2021).

En cuanto a la economía naranja, las artes escénicas, y en general la cultura, representan un sector económico relevante en el desarrollo de un país. La generación de empleo y los aportes al PIB así lo demuestran; la participación del sector cultural en la economía fue del 0,91% del PIB en el año 2001 y de 2,08% en el año 2002, siendo la participación de las artes escénicas, igual al 1,54% dentro del sector cultural para el año 2002, realizando transacciones anuales por valor de uno punto cinco (1,5) billones de pesos, para el año 2004, el aporte de la cultura al PIB fue de 1,77%, lo cual muestra una capacidad significativa de este sector para contribuir en el crecimiento del país (Nacional, 2017).

### **2.1.1.3 Político y Legal**

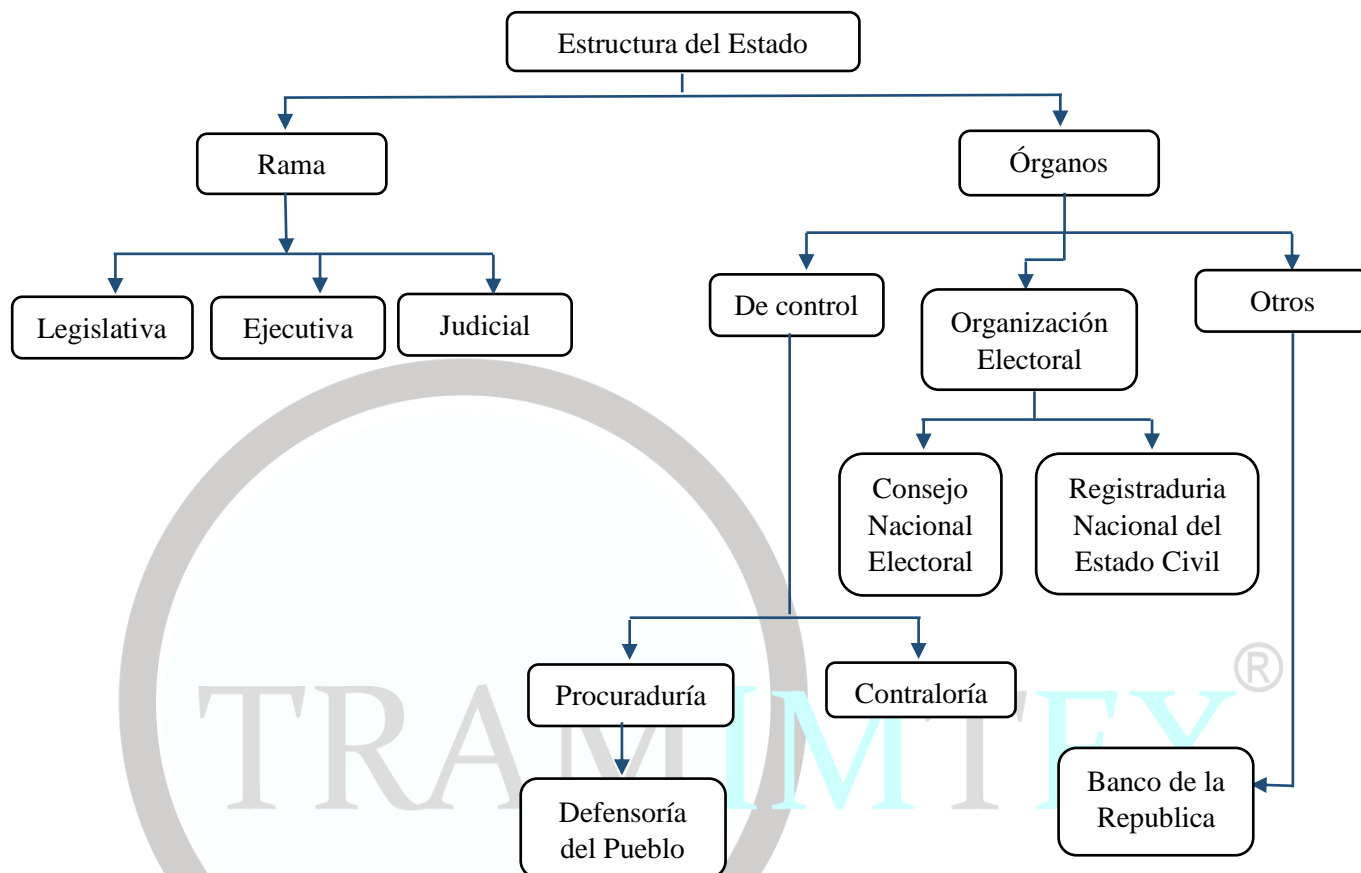
Conforme al curso de gobernación en Colombia y los procesos electorales, se evidencia las últimas elecciones presidenciales en junio de 2018; siendo ganador el candidato de Centro Democrático, Iván Duque, con el 53,98% de los votos, una posición superior al candidato de Colombia Humana Gustavo Petro, que obtuvo el 41,81%; seguido a esto el 7 de agosto del 2018, Iván Duque Márquez, tomó posesión como presidente de Colombia; articulando su plan de gobernación en torno a tres ejes: legalidad, emprendimiento y equidad, basándose además, en la sostenibilidad ambiental y la innovación como elementos transversales (diplomática, 2021); sin

embargo su periodo de gobierno se cumple para el año 2022, luego de cuatro años, con el fin de dar paso a nuevas elecciones.

Así mismo, la Republica de Colombia se fundamenta, en la constitución política vigente de 4 de julio de 1991, la cual demarca al país como un Estado Social de Derecho, constituido como Republica Unitaria descentralizada, con separación de poderes, autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, siendo el presidente de la republica el jefe de estado, jefe de gobierno y comandante en jefe de la fuerzas armadas (diplomática, 2021). De tal manera, basa el sistema político en la democracia, donde los cargos de los gobernadores, alcaldes, congresistas, diputados y concejales, son elegidos a través del voto popular y facultado para ejercer su labor, conforme el cargo a desempeñar y campo de poder, ya sea ejecutivo, legislativo o judicial.

En esta misma línea, la estructura de estado está dividida en tres ramas de poderes, que son: poder ejecutivo que está encabezado por el presidente seguido del vicepresidente, elegidos previamente por sufragio universal, a tales les corresponde en forma coordinada, todas las actividades administrativas que están al servicio de los intereses generales de la comunidad y estructuración, para el cumplimiento de los fines esenciales del estado, por ello, este poder o rama está distribuida en tres órdenes, que son: nacional, departamental y municipal, todos con la finalidad de dirigir y administrar la población en que esté a cargo; seguido esta la rama o poder legislativo, compuesta por el senado de la república y la cámara de representantes, el primero constituido por 102 senadores, de los cuales 100 de ellos es elegido por circunscripción nacional y 2 por circunscripción especial de indígenas, por otro lado, la cámara de representantes, está

conformada por 166 representantes elegidos por circunscripción departamental , por un periodo de 4 años y con la posibilidad de ser reelectos, por último, está la rama o poder judicial, formada por cuatro altas cortes, siendo éstas: la corte suprema de justicia, que actúa como máximo tribunal de la jurisdicción ordinaria, procede como tribunal de casación, juzga al presidente y sentencia e investiga a los miembros del congreso, la corte constitucional, este es un tribunal permanente autónomo, cuya labor es la defensa del orden constitucional, en tanto, hace estudios previos de constitucionalidad acerca de leyes y fallas sobre demandas de inconstitucionalidad, también está el consejo superior de la judicatura, abarca dos funciones principales, la primera de ella es la jurisdiccional disciplinaria, que se encarga de investigar la conducta de los funcionarios judiciales y de resolver los conflictos de competencia, la segunda es la administrativa, ocupada de atender las necesidades organizativas y de gestión en la rama judicial, por último el consejo de estado, este es el cuerpo supremo de la jurisdicción, además, opera como órgano consultivo del gobierno en asuntos de la administración, de esta manera el sistema judicial Colombiano está compuesto por la corte suprema de justicia, siendo así, el máximo tribunal de justicia colombiana, la fiscalía general de la nación, la corte constitucional, el consejo de estado, y el consejo superior de judicatura (fmontero, 2010).



Entorno a los preceptos, en el siguiente marco legal de normatividad, se enuncian las leyes pilares para la ejecución y realidad de la estructura legítima en el mundo comercial y de derecho.

LEYES	DESCRIPCION
<b><u>Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020</u></b>	"Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia".
<b><u>Ley 1955 del 25 de mayo de 2019</u></b>	"Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. "Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad".

LEYES	DESCRIPCION
Ley 1819 de 29 de diciembre 2016	"Por medio de la cual se adopta una Reforma Tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones"
Ley 1793 del 7 de julio de 2016	"Por medio de la cual se dictan normas en materia de costos de los servicios financieros y se dictan otras disposiciones."
Ley 1780 del 2 de mayo de 2016	"Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones."
Ley 1753 del 9 d junio de 2015	"Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 "Todos por un nuevo país"."
Ley 1735 del 21 de octubre de 2014	"Por la cual se dictan medidas tendientes a promover el acceso a los servicios financieros transaccionales y se dictan otras disposiciones."
Ley 1676 del 20 de agosto de 2013_	"Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias."
Ley 1429 de 29 de diciembre de 2010_	"Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo"
Ley1314 del 13 de julio de 2009	"Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en

LEYES	DESCRIPCION
	Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento".
<b>Ley 905 del 2 de agosto de 2004</b>	"Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones."
<b>Ley 590 del 10 de julio de 2000</b>	"Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa".
<b>Ley 67 del 26 de Diciembre de 1979</b>	"Por el cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el Presidente de la República para fomentar las exportaciones a través de las sociedades de comercialización internacional y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior."

(MiPymes, 2021)

### 2.1.2 Perfil País Internacional Seleccionado

El sector servicio, figura una porción importante en la economía Colombiana, en las cuales, se destacan las consultorías empresariales, en respuesta de necesidades específicas de las organizaciones y frente a temas puntuales especializados, de esta manera, la demanda en el servicio de consultoría aumenta, siendo cada vez más empleado la delimitación de las actividades y especialización en las mismas, a su vez, en la variación de ingresos operacionales, según subsector de servicios para el 2019 respecto al 2018 se evidencia, que las actividades administrativas y de apoyo a oficina y otras actividades de apoyo a las empresas, tuvieron un

aumento del 7%, estando este superior al subsector de publicidad, que representó una variación tan solo del 2,2% y actividades de programación y transmisión de televisión (4,3%), así mismo, el número de empresas investigadas según subsector en 2019, arroja que en el subsector de actividades administrativas y de apoyo a oficina y otras actividades excepto call center, el número de empresas pertenecientes a tal es 103, las cuales sus ingresos operacionales abarcan 1,9 billones de pesos, misma cantidad en producción bruta y con un valor agregado de 1,2 billones de pesos, del mismo modo en agosto del 2021, respecto al mismo mes del 2020, este subsector tuvo una variación del 17% conforme los resultados denotados de julio del presente año respecto al anterior, en la variación anual de los ingresos nominales, según el subsector de servicio en Bogotá, presenta una alteración positiva del 24,6% en actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, también en Bogotá, este mismo subsector registró en el año 2019, los mayores niveles de ingresos y personal ocupado total, con una participación de 4,3 billones de pesos y en Antioquia 1,6 billones de pesos, encima, al pasar del 2018 al 2019 presenta el mayor crecimiento en los ingresos a nivel nacional, habiendo obtenido las variaciones más altas a nivel departamental, Santander con 24,2% Atlántico con 21,8% Antioquia con 20,5% y Bogotá con 17,6% como lo muestra la tabla 1, es decir, esta rama del servicio ha venido mostrando resultados de crecimiento y generando mayor interés en el mercado empresarial, no se puede negar además que la delimitación del trabajo continuamente se vuelve más práctica, pues incluso los expertos recomiendan acudir a entes especializados, para agilizar los procesos operacionales e incluso disminuir costos (DANE EAS, 2020).

Todo lo mencionado hasta ahora no son resultados repentinos, pues basado en una noticia publicada por la revista semana, en el año 2014, la demanda por los servicios de consultoría ya

se mostraba en aumento en el país, como indicio de las necesidades de crecimiento y mejora de las empresas, para entonces ya era un verdadero auge la práctica de la consultoría en el país, un sector que venía en crecimiento de la mano con el buen momento económico, esto como resultado del interés de empresas del exterior por entrar al mercado Colombiano, así como también de empresas locales por ampliar sus fronteras, para todo esto, las empresas dedicadas a la consultoría se vuelven indispensables (Semana, 2014).

**Tabla 1. Variaciones porcentuales de ingresos**

**Total por departamento**

**2019/2018**

Seccion	Descripción actividad económica	Antioquia	Atlántico	Bogotá D.C.	Bolívar	Cundinamarca	Santander	Valle del Cauca	Otros*	Total nacional
		Porcentaje (%)								
H1-H2	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte, correo y servicios de mensajería	11,6	4,7	9,4	9,5	5,4	7,9	12,7	6,4	9,2
I1	Alojamiento	11,2	3,4	5,3	11,5	-1,4	8,8	9,7	7,2	7,7
I2	Restaurantes, catering y bares	14,0	-2,3	4,5	2,9	16,9	9,5	4,8	-4,6	5,4
J1-J2	Producción, distribución y exhibición de películas cinematográficas, actividades de programación y transmisión de televisión	19,4	11,7	4,7	17,1	8,8	10,2	11,4	15,6	7,7
J3	Telecomunicaciones	11,2	6,8	4,5	19,8	17,0	6,7	17,9	11,3	8,5
J4	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	3,9	17,0	13,5	93,0	-66,8	11,1	28,2	21,1	12,2
LN1	Actividades inmobiliarias y alquileres sin operario	12,2	1,9	7,6	-17,9	-0,8	20,1	-4,0	0,5	5,9
M1-M2	Actividades profesionales, científicas y técnicas, y publicidad	14,7	4,0	2,9	-32,4	24,1	13,6	0,7	16,6	5,0
N2	Agencias de viaje	9,9	-4,6	5,2	19,0	18,9	9,7	24,6	4,8	7,6
N3	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	7,9	2,9	2,7	8,5	9,1	10,9	6,3	2,2	4,3
N4-N5	Actividades administrativas, apoyo a oficina y otras de apoyo a empresas	20,5	21,8	17,6	10,1	11,4	24,2	16,5	8,3	17,7
P	Educación superior privada	3,7	5,8	2,1	2,8	5,1	-0,5	4,1	6,2	3,4
Q	Salud humana	6,7	2,8	6,7	6,5	14,7	-1,8	3,1	5,1	5,3
R-S	Juegos de azar, actividades deportivas, recreativas y esparcimiento, otras act de servicios	11,3	-5,8	7,1	-0,4	0,9	6,5	6,0	12,1	8,1

Fuente: DANE, Encuesta Anual de Servicios - EAS.

Los TLC y los emprendimientos innovadores, son parte del ambiente de negocios Colombianos, lo cual atrae oportunidades para la consultoría puesto que las empresas se enfrentan a la necesidad de contar con un respaldo de mayor conocimiento, para conquistar nuevos mercados, establecer nuevas líneas de negocio y ser receptivos a los cambios; esto se ve reflejado en todo tipo de consultorías, desde el análisis de coyuntura, el mercado internacional, hasta el cambio completo de la imagen corporativa; a su vez, el sector se ve impulsado por la necesidad de las empresas en mejorar su posición interna y el interés por entrar al mercado local, desde las perspectivas de organizaciones internacionales, además, Colombia es uno de los mercados más atractivos de Latinoamérica, lo que permite que la mayoría de firmas especializadas como los grandes proveedores de software y hardware, quieren entrar al país, es aquí donde se hace necesario de consultorías y apoyo profesional del mercado, puesto que en muchas ocasiones se desarrollan planes exportadores y de inmersión en el mercado, pero no dan un resultado idóneo a causa del desconocimiento del mercado y falta de delimitación en los procesos operativos, ahora bien, la consultoría en Colombia, tiene una buena imagen en el mercado Latinoamericano, para el periodo de 2009 al 2013 generó un crecimiento en más del 20%, cifra que al corrido de los años, ha sostenido una variación en aumento, con todo ello, hay retos en este campo del servicio, el sector consultor es consciente por ejemplo, de afrontar un mercado pequeño, pero que cuenta con un amplio potencial, lo cual hace que persista un crecimiento de manera continua e incluso a la misma o mayor velocidad que las empresas y sectores dinámicos de la economía, además, día a día las empresas se fijan más en las oportunidades de exportación, dicho interés, hace que en el mercado se necesite aún mayor apoyo de expertos, para ejecutar de una manera correcta los procesos de internacionalización (Semana, 2014).

### 2.1.2.1 Sociocultural

Conforme a la historia colonial, la cultura Colombiana tiene similitudes a otros países Latinoamericanos, la costumbre antigua de los españoles abarca todo el país, en el mismo camino, los pueblos indígenas se han distanciado de sus raíces precolombinas, aunque aún hay etnias indígenas sólidas, se puede observar una gran mayoría de ellas adentrándose a la civilización, hoy día, la cultura Colombiana es una mezcla de costumbres y tradiciones que se ven reflejadas en la música, siendo la cumbia y el vallenato el más representativo en la nación, que además, ha sido representado en el mercado internacional, por artistas como Shakira y Juanes, el arte, representado por Fernando Botero y su internacional reconocido estilo abstracto, la literatura, figurada por Gabriel García Márquez y la relación típica nacional con la naturaleza (donquijote, 2020).

Colombia es privilegiada por una actitud alegre e interesada en el bienestar personal y para con el otro, así como también una conciencia abierta, acerca de la búsqueda de la felicidad y formas de diversión; una encuesta de consumo cultural (ECC) realizada a personas mayores de 12 años, publicada por el DANE, acerca de las asistencias a eventos, presentaciones y espectáculos culturales, arrojó, que los espacios con mayor asistencia fueron los conciertos, recitales, eventos, presentaciones o espectáculos de música en vivo en espacios abiertos o cerrados, siendo este un porcentaje de participación del 20,6% seguido por las asistencia a ferias o exposiciones culturales (17%), teatro, opera o danza (11,8%) y por ultimo exposiciones, ferias o muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura o artes gráficas (7,1%), asimismo, evidencia que un 22,2% de estas personas, habitantes de cabeceras municipales en 2020, visitó

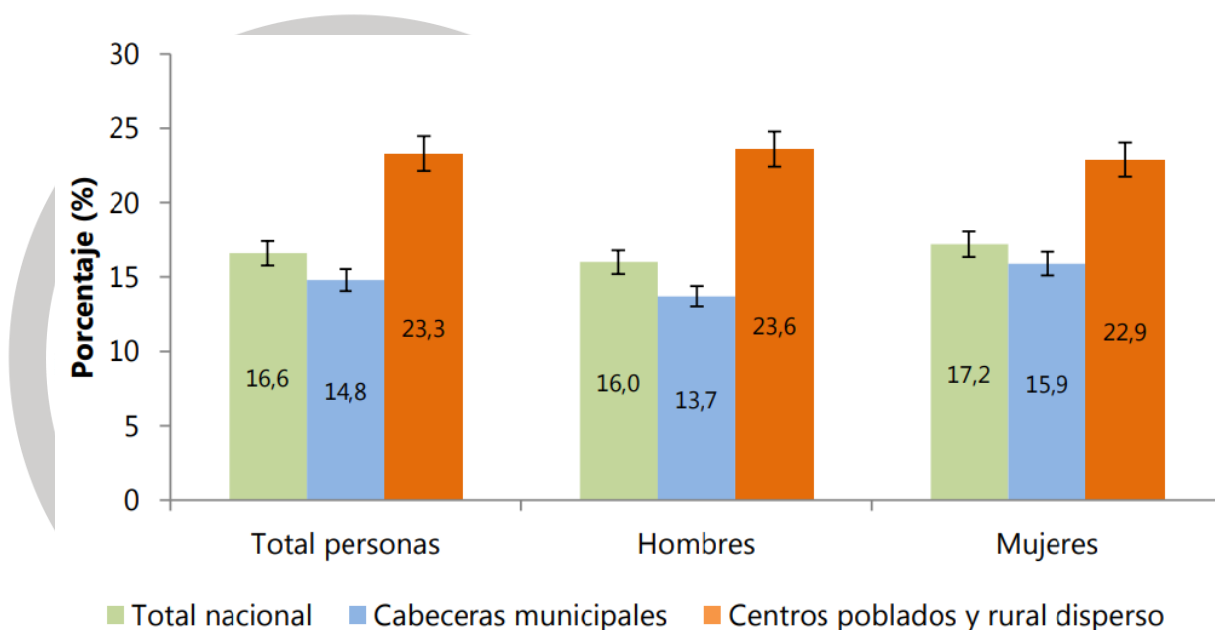
parques, reservas naturales y zoológico, seguido de fiestas municipales o departamentales (17,7%), parques temáticos o de diversiones (14,1%) y carnavales, fiestas o eventos nacionales (21,1%), por otro lado, en una instancia menor, están las ferias de diseño (moda, textil, joyas, gráfico, accesorios, de productos) con tal, solo el 1,8% de participación, respecto a los espacios audio visuales, el 33% de las personas de 12 años y más asistieron a cine el 2020, siendo Bogotá el mayor participante (45,7), seguido de la región central (34%). Ahora, en cuanto a la lectura de libros y revistas, el 50,2% de las personas encuestadas, leyeron libros en el periodo de 12 meses de 2020, de las cuales el 46% pertenece a la población masculina y el 54% pertenece al sexo femenino, estando además el 65% de las personas en un rango de 12 a 25 años de edad; en cuanto a la lectura de revistas, el 36% de los lectores pertenece a la población femenina, ahora bien, desde un enfoque digital, el total de personas de 12 años y más, que afirmaron saber leer y escribir, el 77,6% leyó redes sociales, el 59,0% leyó correos electrónicos, el 45,6% leyó blogs, foros o páginas Web y el 37,9% materiales de estudio o trabajo (Encuesta de consumo cultural DANE, 2020).

Conforme la cultura política en los habitantes Colombianos, se muestra la participación de personas en distintos tipos de grupos y organizaciones, siendo en 2019 el 16,6% de la población de 18 años y más, pertenecientes por lo menos a una organización, grupo o instancia; así mismo en los centros poblados y áreas rurales dispersas, el porcentaje de personas que pertenecían en dicho año a una organización fue mayor a 23,3% y menor para la población residente en las cabeceras municipales con el 14,8%.

**Porcentaje de personas de 18 años y más, que pertenecen a un grupo, organización o instancia, por sexo**

**Total nacional, cabeceras municipales, centros poblados y rural disperso**

**2019**



*Fuente: DANE, ECP-2019. Nota. Población de referencia: total de personas de 18 años y más, total nacional 34.056 (en miles), cabeceras municipales 26.936 (en miles), centros poblados y rural disperso 7.120 (en miles).*

Al estudiar los grupos, organizaciones o instancias que expresaron pertenecer las personas de 18 años y más, sobresalen las juntas de acción comunal y los grupos u organizaciones religiosas, en donde las juntas de acción comunal pertenecían en 2019 al 10,9% de las personas en centros poblados y rural disperso, en cuanto al sexo, el 12,1% de los hombres y el 9,6% de las mujeres en centros poblados y rural disperso, pertenecían a una junta de acción comunal, siendo estas las mayores prevalencias dentro de las 15 clases de grupos, por los que se investigó, a nivel nacional, la pertenencia a juntas de acción comunal alcanzó el 4%, porcentaje

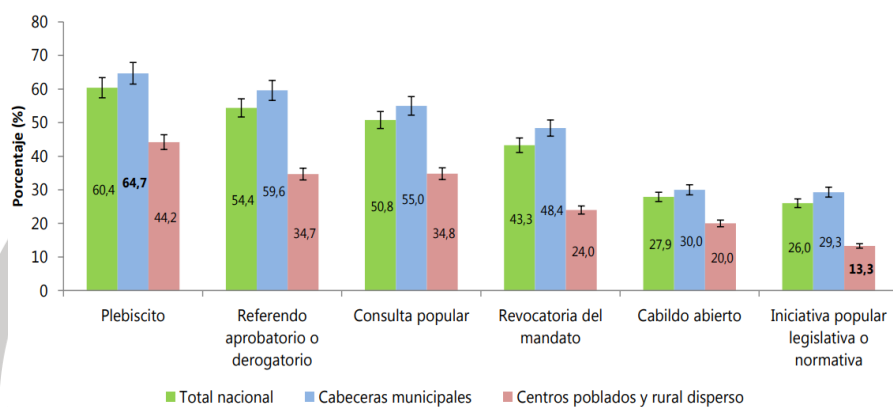
que fue superado por los grupos u organizaciones religiosas a los cuales manifestó pertenecer el 6,7% de las personas de 18 años y más, además, se evidenció que las mujeres superaron a los hombres en la preferencia por pertenecer a grupos religiosos con un porcentaje del 8,5% frente al 4,9% de los hombres en el total nacional, en 2019, la participación en grupos u organizaciones religiosas fue mayor para las cabeceras municipales (7%) en relación con los centros poblados y rural disperso (5,8%) (DANE ECP, 2019).

Sobre los mecanismos de participación, también se consultó a las personas si conocen o han oído hablar de ellos, por tanto, el mecanismo de participación ciudadana que más conocen o han oído hablar las personas de 18 años y más en 2019 para el total nacional, fue el plebiscito, con un porcentaje de 60,4%, en segundo lugar el referendo aprobatorio o derogatorio (54,4%), seguido por la consulta popular (50,8%) y la revocatoria de mandato (43,3%), para el total nacional, cabeceras municipales, centros poblados y rural disperso, el mecanismo de Iniciativa popular legislativa o normativa, fue el de menor conocimiento por parte de la población con el 26,0%, 29,3% y 13,3%, respectivamente (DANE ECP, 2019).

## Porcentaje de personas de 18 años y más que conocen o han oído hablar de los mecanismos de participación ciudadana

### Total nacional, cabeceras municipales, centros poblados y rural disperso

2019



Fuente: DANE, ECP-2019.

Nota. Población de referencia: total de personas de 18 años y más, total nacional 34.056 (en miles), cabeceras municipales 26.936 (en miles), centros poblados y rural disperso 7.120 (en miles).

### 2.1.2.3 Política Comercial y Tributaria

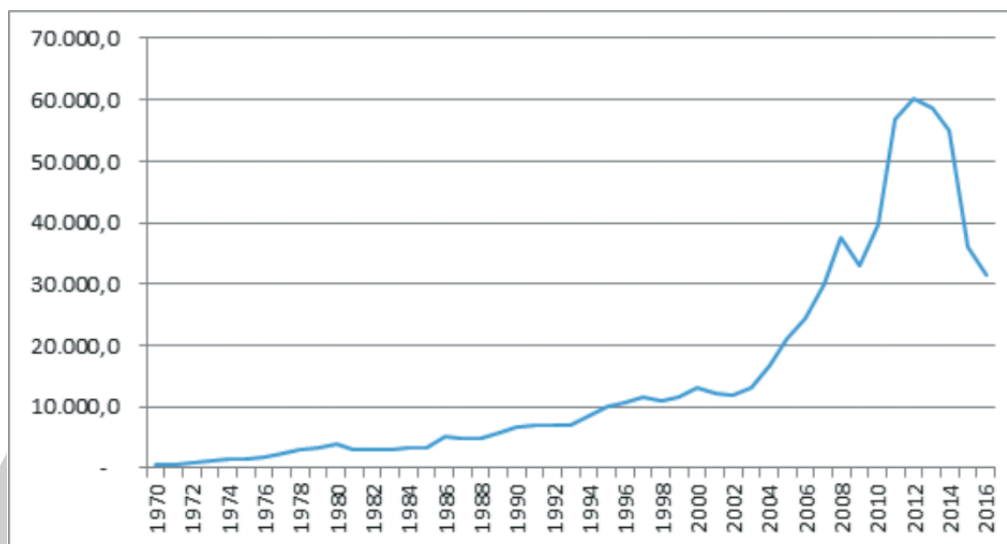
El intercambio económico, entre países soberanos y la apertura de nuevos mercados, como es la inmersión en el comercio internacional, los beneficios y riesgos que este acarrea, exigen la utilización de la política comercial por parte de los gobiernos; esta política comercial, abarca todo el conjunto de instrumentos de política, que los gobiernos implementan para regular e intervenir en el comercio exterior, con diferentes fines y objetivos; de esta manera tales instrumentos de política comercial se pueden evidenciar en los aranceles, subsidios a la exportación, cuotas de importación, restricciones voluntarias de exportación, exigencias de contenido nacional, subsidios al crédito a la exportación, compras estatales y barreras administrativas, ahora bien, la política comercial y cambiaria en Colombia pasado 1970 se

reconoce por tener una disminución gradual, ante el proteccionismo del modelo de industrialización por sustitución de importaciones (ISI) y los intentos de promoción de exportaciones no tradicionales; sin embargo el comportamiento de la política comercial colombiana, ha estado sujeto por diversos sucesos geopolíticos, desde el acuerdo de Bretton Woods en 1944, que dio pie a la creación del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (FMI) como herramientas y estabilizador de las transacciones comerciales, tipo de cambio sólido y estable, fundamentado en el dominio del dólar; así pues en Colombia, hasta 1945 la política comercial jugó un papel secundario, la inversión estatal y extranjera fueron insignificantes, entre 1945 y 1967 la política comercial fue vibrante, de proteccionismo, cuando de manera complementaria, y algunas veces contraria, se aplicaron instrumentos como aranceles y listas muy reglamentadas de importación; antes de la llegada de la década de los 70, Colombia venía cerrando la etapa de industrialización por sustitución de importaciones, que había surgido por necesidad después de la crisis de 1930, y luego respaldado por las asesorías de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) en los años 50 como estrategia de impulso a la industria local; iniciando los años 60 se puso en marcha el Plan Vallejo, el cual impulsaba a empresas que importaran materias primas e insumos, los transformaran y luego exportaran con valor agregado, por ello, el gobierno introdujo subsidios directos a las exportaciones no tradicionales, con los certificados de abono tributario (CAT), que luego en la década de los 80, pasaron a convertirse en los certificados de reembolso tributario (CERT) (Carlos Felipe Gallardo Sánchez, 2018).

En el mandato presidencial de Carlos Lleras Restrepo, se presentaron cambios significativos en las políticas de desarrollo económico en Colombia, dentro de ellos se destaca la

promulgación del Decreto 444 de 1967, donde se implementó un nuevo régimen cambiario y establecieron incentivos tributarios, aduaneros, financieros, acompañado además de ciertos cambios institucionales que fueron decisivos para una nueva estabilidad y fiabilidad en el manejo de la política comercial y cambiaria. Así pues, para 1990 la política comercial Colombiana, centra sus objetivos en el aumento de la competitividad, la diversificación de la producción y la promoción de la integración en le economía mundial, entre tanto, se establecen promociones de exportaciones no tradicionales tales como, los certificados de reembolso tributario (CERT) y plan vallejo, dando resultados positivos, pues en el periodo de 1970 al 2016 se evidencia una tendencia de crecimiento en casi todo el ciclo, habiendo desde el 2004 un despegue con mayor medida; todo ello, indica que las políticas comerciales y cambiarias han funcionado como incentivo para crecimiento de las exportaciones, de la misma manera que con las importaciones, aunque se debe hacer mención, que en este periodo el valor de las materias tradicionales, como el petróleo tuvo un aumento en los precios, tales cosas muestran que el país se ha venido acogiendo a una apertura económica, pues al pasar el tiempo, el volumen de exportación e importación aumentan en mayor medida, desde el 2016 la economía colombiana ha continuado su proceso de evolución, los gobiernos conjuntamente han implementado estrategias de apoyo, por consiguiente resultaron los acuerdos comerciales, las zonas francas, incentivos tributarios y fiscales, crédito exportador, tratados de libre comercio, entidades de apoyo intelectual y financiero, entre otros (Carlos Felipe Gallardo Sánchez, 2018).

### Volumen de exportaciones, millones de dólares FOB, 1970 – 2016



Fuente: Banco de la República (2018).

Por otro lado, la evolución de la estructura tributaria en Colombia entre 1985 y 2016 se ha basado a distintos fines, como lo son estabilizar las finanzas públicas, sustitución de impuestos externos por internos, equidad, neutralidad, simplicidad, competitividad y financiar estrategias públicas, acerca de los derechos sociales, seguridad e infraestructura; de esta manera se puede destacar tres períodos, el primero de ellos es 1985-1994, en donde se efectuaron dos grandes reformas, la apertura comercial y la Constitución de 1991; en la primera, se buscó sustituir impuestos a la actividad externa por impuestos internos; luego 1995-2004, hubo tiempos de ajustes a la nueva institucionalidad, acompañados de eventos de crisis en la economía nacional; en última instancia está el periodo 2005-2014, años del auge primario con recuperación económica y estabilización fiscal; de esta manera se muestra un panorama de condiciones estructurales y cambios desenlazados de largo plazo y de coyuntura, tanto así, que en el año 1999 Colombia enfrentó la peor crisis económica en tal periodo y entre 2000 y 2003 fue necesario

emitir tres reformas tributarias, para poder estabilizar las finanzas públicas, por otra parte, el recaudo de impuestos del Gobierno Nacional Central de Colombia ha crecido constantemente y se duplicó, desde 7,5% del PIB en 1985 a 15,1% en 2014; así mismo los impuestos de IVA y renta crecieron en términos reales en todo el período 1985-2014, aumentando la participación el IVA entre los impuestos indirectos, mientras que, el impuesto sobre la renta redujo su contribución entre los directos; en otra instancia la carga tributaria en los impuestos directos, recae principalmente sobre las empresas; así, el aporte tributario al gasto público se mantiene relativamente estable (Tomás Concha, 2017).

En un artículo realizado por Tomás Concha, Juan Carlos Ramírez y Olga Lucía Acosta (2017) para el 2015 y 2016 se dieron cierto beneficio tributario, considerados como instrumento de política pública que autoriza legalmente la reducción del valor de los impuestos; beneficiando así, a personas o empresas, en ánimo de promover inversiones y equidad; tales beneficios en el impuesto sobre la renta comprenden los siguientes rubros:

- Los ingresos no constitutivos de renta: Son aquellos ingresos no gravados, entre los que se encuentran los aportes de entidades estatales, las participaciones y dividendos, las donaciones para partidos, movimientos y campañas políticas, la prima en colocación de acciones, la utilidad en la enajenación de acciones, la distribución de utilidades o reservas en acciones de interés social, el componente inflacionario de los rendimientos.
- Las rentas exentas: Son ingresos que no generan renta, indemnizaciones, pensiones y cesantías; también algunas rentas para actividades (de acuerdo con requisitos legales) como hoteles, editoriales, venta de energía eléctrica y desarrollo de software, entre otras.

- Las deducciones: Son gastos que no generan renta, entre otros, inversiones en proyectos cinematográficos, donaciones en control y mejoramiento del medio ambiente.
- Los descuentos: Reducen la base con alguna contrapartida o gasto impuestos pagados en el exterior, IVA pagado por la importación de maquinaria, entre otras cosas.

Según el Marco Fiscal de Mediano Plazo (2017), la totalidad de los beneficios tributarios en el impuesto sobre la renta representaron 8,4% del PIB en 2016. Los beneficios tributarios de mayor magnitud fueron:

- Las rentas exentas en el impuesto sobre la renta personal (59% de los beneficios); 80% de estos beneficios está en cabeza de contribuyentes, cuya principal fuente de ingresos los identifica como asalariados.
- Las rentas exentas de personas jurídicas (36%).
- Los descuentos (5%).

Por los tratamientos diferenciales del IVA (bienes no gravados a la tarifa general 16%), la DIAN en 2016 dejó de recibir el equivalente a 6,2% del PIB, en razón de los siguientes conceptos:

- Bienes y servicios excluidos (90%).
- Bienes exentos (7%).
- Bienes y servicios gravados al 5% (3%).

En otra perspectiva, nos encontramos con un país actualmente inestable en cuanto a la política tributaria, pues la población Colombia y el gobierno aún no llegan a un consenso referente a la reforma tributaria presentada por el presidente Iván Duque, de tal manera no es posible construir reglamentaciones solidadas, debido a que, las decisiones del gobierno y como contraparte las huelgas de los ciudadanos generan un aire de incertidumbre en la economía y con ello consecuencias colaterales en el mercado, sin embargo el ministro de Hacienda de Colombia, José Manuel Restrepo expone, que el proyecto de ley de reforma tributaria nombrado internamente Proyecto de Inversión Social, tendrá su base más importante en recorte del gasto y el combate de la evasión de impuestos, por tanto, promete no cambiar el IVA que actualmente está en 19%, y además no tocar las pensiones, así como tampoco, tocar la base de declaración de renta para personas, de esa manera, el Gobierno atiende las principales quejas que llegaron de las protestas sociales con la reforma anterior, no obstante, son cambios y nuevas reglamentaciones que se estarán implantando en un tiempo próximo (Valora Analitik, 2021).

## **2.2 Sector o Industria**

### **2.2.1 Sector al Cual Pertenece**

Consultorio y Tramitología en Negocios Internacionales y Comercio Exterior pertenece al sector económico terciario, centrado en servicios al cliente, que tiene como propósito clasificar las actividades del comercio exterior, para aumentar el bienestar de los consumidores a través de nuestra asistencia, de esta manera se brinda al público la producción de bienes inmateriales.

El sector servicios o sector terciario acoge los servicios de la sociedad, es el sector económico que engloba todas las actividades económica, que no producen bienes materiales de

forma directa, sino servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población; la actividad terciaria consiste en la prestación de servicios a personas o empresas, para de tal manera ahorrar tiempo y costos, en este sector trabajan quienes prestan un servicio a los demás, sin obtener o transformar productos; tal como los abogados, profesores, médicos, taxistas, camareros, comerciantes, consultores, entre otros, que se encargan de dirigir, organiza y facilita la actividad productiva del sector primario y secundario, cabe destacar además, la heterogeneidad del sector terciario, en el que se incluyen actividades muy diversas; actualmente, bajo la denominación de servicios se agrupan el comercio, la hotelería, los transportes y las comunicaciones, las finanzas y un conjunto de actividades auxiliares a las anteriores como las asesoría, informática, soporte técnico, los servicios sociales, las actividades relacionadas con el ocio y otras actividades diversas, sin embargo, dentro de esta enorme variedad de servicios se pueden diferenciar tres tipos principales:

- Los servicios de distribución: estos ponen en manos de la población los productos que consumen, por ejemplo, el comercio y el transporte.
- Las actividades financieras y administrativas: Incluyen los servicios de la banca y otras entidades que buscan facilitar su funcionamiento mediante concesión de créditos, asesoramiento jurídico fiscal, contratación de seguros, etc. De la misma manera incluye administración pública con los servicios sociales y todas las actividades financiadas por el Estado, destinadas a regular el funcionamiento de la sociedad y a mejorar la calidad de vida de la población.

- Los servicios personales: Estos procuran cubrir las demandas de la población en aspectos tan variados como la hostelería y el turismo, los espectáculos, las reparaciones de vehículos y el cuidado personal, entre muchos otros.

Aunque los servicios están presentes en todo el territorio, es más característicos evidenciarlos en las ciudades o lugares más desarrollados, como resultado de ello se tiene que, en los países avanzados, más del 60% de la población activa en el sector terciario, trabajan en el área de servicio, mientras que, la cifra es mucho más variable en los países subdesarrollados, que tienen un porcentaje de tan solo un 10% a un 40% dedicada al sector servicio (C.E.As. «Edrissis»).

El sector servicios, es un importante generador de empleo y representa una gran parte del PIB total, tanto en economías desarrolladas como en economías en desarrollo (aunque en estos países sea menor la participación en dicho sector), su crecimiento y especialización han sido indispensable en la mayoría de los ámbitos del quehacer humano; no obstante, el resultado de su análisis y estudio no han sido el esperado, pues, no es tan amplio como se esperaba que fuese el sector, esto es, debido a que en la historia económica de los países, la agricultura y la industria fueron los pilares sobre los cuales se sostuvo la producción. El inicio de la vida económica capitalista de las naciones está respaldado por un pasado agrícola, en donde gradualmente las naciones se van incorporando a la vida industrial y posteriormente se da el desarrollo de los servicios. Las primeras ideas acerca del papel de los servicios en la economía, comenzaron a mediados de la década de los treinta del siglo pasado, es a partir de ese momento cuando los servicios comenzaron a considerarse como actividades dignas de ser estudiadas, a finales de los

setenta, comienza una nueva fase de producción, que trajo consigo muchos cambios organizacionales en la forma de producir e introdujo elementos que ahora se han convertido en insumos esenciales, tales como el conocimiento, la información, las tecnologías y las innovaciones; posteriormente, se comienzan a externalizar ciertas actividades de servicios y/o a demandar servicios más especializados, con lo cual comenzó un proceso de subcontratación y nacieron empresas que prestaron sus servicios a otras empresas, llamando esta clase de servicios con varios nombres, tales como, servicios a empresas, servicios al productor, servicios de consumo intermedio o servicios empresariales. De esta manera, los servicios comienzan a involucrarse más en la producción de bienes y servicios, también los adelantos tecnológicos y la especialización en varias de estas actividades permiten un cambio en la demanda y oferta de servicios, la producción de éstos se desarrolla hasta convertirse hoy en día en un grupo muy dinámico del producto interno bruto en varios países, sobretodo del mundo desarrollado.

Dentro de los servicios empresariales existe otro grupo más especializado de servicios, que son prestados por profesionales en varias áreas, como la ingeniería, publicidad, informática, legal, etc. Este grupo de servicios se destaca porque aportan un gran valor agregado en las empresas que subcontratan sus servicios, son un grupo de servicios que se han convertido en un respaldo importante a la producción actual, con estas nuevas formas de producción es necesario subcontratar, determinados servicios con conocimiento especializados desempeñados por profesionales, con valor agregado, elevado debido al conocimiento que involucran (Amado, 2010).

### 2.2.2 Rentabilidad del Sector

De acuerdo a un artículo publicado por el colombiano, un grupo conformado por 2000 empresas estudiadas de manera individual, arrojó, que el sector terciario o empresas pertenecientes al sector servicio, tuvieron mayor nivel de ganancias, sumando así el sector terciario utilidades por 27,3 billones con un incremento de 15,9% en el 2014; así mismo, el sector servicio se consolida como el más rentable, pues su demanda día a día aumenta, en otra instancia, los costos para desarrollarse, en su mayoría son bajos, es decir, este es un sector ventajoso, pues la inversión para su desarrollo es relativamente bajo y el monto económico que genera es alto, debido a que es un sector que oferta conocimiento profesional y tiempo (ROJAS, 2015).

La Superintendencia de Sociedades presentó su informe sobre las 9.000 empresas más grandes del país, en el que se evidencia que los macro sectores, comercio y servicios son los que más aportan a los ingresos operacionales de las organizaciones, con cifras de \$108 y \$102 billones de pesos, respectivamente; en total, el sector comercio aporta el 33,5% y el de servicios el 31,6% de dichos ingresos operacionales, que miden la cantidad de ganancias obtenidas por la actividad económica y comercial de las empresas, luego de deducir sus gastos operacionales; incluso, el sector servicios es el más grande por activos con \$198 billones y tiene el margen más alto. Luego de dar a conocer el informe de las 1.000 empresas más grandes, se hizo un ejercicio para revisar el comportamiento de las siguientes 9.000 empresas, el cual mostró que las 9.000 tuvieron un resultado similar a esas primeras 1.000, lo que permitió dar una mirada más amplia al tejido empresarial del país, a partir del análisis de los estados financieros de ese grupo de empresas, se encontró que estas reportaron \$323,1 billones en ingresos operacionales, lo que

equivale al 30,4% del PIB, los activos de las 9.000 empresas siguientes más grandes totalizaron \$424 billones, lo que equivale al 39,9% del PIB”, además, la utilidad (ganancia/pérdida) también creció durante el último año, pues pasó de \$11 billones a \$17 billones.

De las 9.000 empresas incluidas en el informe, 4.176 están ubicadas en la región Bogotá-Cundinamarca, con un aporte del 47,3%, siendo este \$152,7 billones del total de ingresos operacionales; en Antioquia se encuentran 1.666 empresas que aportan un 18,8%, es decir \$60,8 billones de ingresos operacionales, mientras que los activos empresariales entre Bogotá y Antioquia suman \$297 billones, con un patrimonio de \$140 billones; entre tanto, el informe de la Superintendencia de Sociedades también evidenció que “la mayor rentabilidad por patrimonio se encuentra en el sector de construcción con 8,6% y, en cuanto a la rentabilidad de los activos, la mayor se presenta en el sector de servicios por 5,1%” (Semana, 2020).

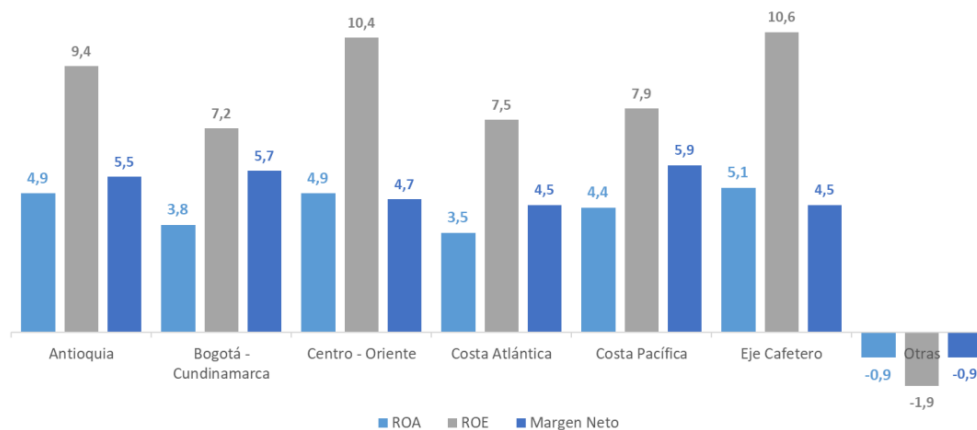
Los últimos 4 años, desde 2017, se han caracterizado por el crecimiento del PIB y se han fortalecido las empresas, no sólo desde el punto de vista de sus balances (Activo, Pasivo y Patrimonio), sino también desde el punto de vista operacional, que ha registrado mejores ingresos, ganancias y mayor rentabilidad; además el apalancamiento es mayor sobre el patrimonio (52%) que sobre los pasivos (48%), lo que es una clara señal de estabilidad de las 9000 empresas más grandes del país, que les permitirá tener mejores márgenes de endeudamiento para afrontar la crisis, así mismo la información financiera de estas empresas, permite ver que tienen la capacidad para resistir y superar de una manera exitosa la crisis provocada por el COVID-19, una buena señal para el sector servicio, debido a que evidencia las altas probabilidades de innovación y adopción de resiliencia. Seguido a lo anterior y conforme la

superintendencia de sociedades, la rentabilidad en el 2019 para el sector servicio fue de la siguiente manera:

- La rentabilidad del patrimonio, ROE, creció 2,6 puntos porcentuales, cerrando en 7,7% para 2019.
- La rentabilidad del activo, ROA, fue de 4,0% para 2019.
- El margen neto aumentó de 4,2% a 5,3%. Esto significa que, en el consolidado, por cada \$100 de ingresos se obtienen \$5,3 de ganancia para 2019.
- Las pérdidas reportadas se ubicaron en \$5,3 billones en 2019, lo cual significó una reducción de \$2,2 billones entre 2018 y 2019.

TRAMIMTEX®

### Rentabilidad por regiones de las 9.000 empresas



Fuente: Superintendencias

### 2.2.3 Tamaño del Sector (Volumen de Ventas)

Conforme al contenido del PIB en Colombia el año 2020, el sector terciario representó el 69,5% del total obtenido en el PIB por parte de los sectores, siendo este significativamente superior al sector secundario (17,6%) y primario (12,9%) respectivamente, de tal manera se evidencia que hay un mayor volumen de participación del sector servicio en la economía Colombiana (Económicos, 2021).

El valor agregado de todos los sectores de servicios de la economía creció a 4,3% real anual durante el primer trimestre de 2018, superior al 2,6% registrado un año anterior, en línea con lo observado en los últimos años, dicho crecimiento logró superar el desempeño de la economía (como un todo), que se expandió solo 2,2% en el mismo período; dicho comportamiento va en línea con los resultados de la nueva Encuesta Mensual de Servicios (EMS) del DANE, que mostró una aceleración en los ingresos del sector servicios, expandiéndose a ritmos del 5,7% en el primer trimestre de 2018 frente al 3,9% observado en el

mismo período de 2017. El positivo resultado de los ingresos del sector servicios se explica principalmente por el buen desempeño de las actividades inmobiliarias-empresariales, con un porcentaje del 21% de los ingresos del sector, que crecieron 12% en el primer trimestre de 2018 en comparación con el 1,7% del mismo periodo en el 2017; Esto como consecuencia del crecimiento en las actividades científicas-técnicas y a que los ingresos de las inmobiliarias de alquiler y arrendamiento pasaron a crecer al 7,2% después de haber superado una caída de un -5,2% en el primer trimestre de 2017, por otro lado, los servicios de expendio de alimentos crecieron al 8,9%, aunque desacelerándose levemente del 9,7% de un año atrás, debido a la lenta recuperación de la demanda interna en los primeros meses de 2018; por su parte, las actividades de entretenimiento crecieron al 6% en el primer trimestre de 2018 respecto al año anterior (5,1%), aunque su contribución es menor, pues sus ingresos representan solo 6% del total del sector, en este caso, el crecimiento se deriva de la expansión de mercados digitales, que permiten un mayor alcance de diferentes formas de recreación, a través de plataformas virtuales o redes sociales; asimismo, las actividades de almacenamiento y transporte con una ponderación del 8% crecieron al 4,3% en 2018; en esta medida los ingresos de los subsectores que más se desaceleraron al interior del sector de servicios fueron, los de salud privada que tuvieron un crecimiento de 5,8% en el primer trimestre de 2018 en comparación con 7,3% de un año atrás, educación superior privada (3,8% respecto 7,5%) y suministro de personal (2,9% en comparación con 4,3%); En el caso de la educación superior privada, la desaceleración de los ingresos, se debe al menor crecimiento de los precios en las matrículas (5,7% en marzo de 2018 comparado con 7,5% un año atrás) y a una cobertura que se ha estancado en niveles cercanos al 52%. Finalmente, la caída de los ingresos del suministro de personal tiene que ver con la reducción del ritmo de contratación a través de empresas de tercerización, pues la participación

de los ocupados derivados de dichas actividades habría llegado a niveles del 47% en 2018 respecto 60% en 2012 dentro de la EMS (Clavijo, 2018).

#### **2.2.4 Tendencias de Crecimiento (Últimos Años)**

El valor agregado de todos los sectores de servicio de la economía, creció a 4,3% real anual en el transcurso del primer trimestre del 2018, superando al 2,6% registrado el año anterior; hecho que logro superar el desempeño de la economía, dando resultado de expansión en un 2,2% en el mismo periodo; así mismo la encuesta mensual de servicios (EMS) del DANE, mostró una aceleración en la entrada del sector servicio, de esta manera se proyecta que la dinámica de los sectores de servicios continúe liderando el crecimiento económico (Clavijo, 2018).

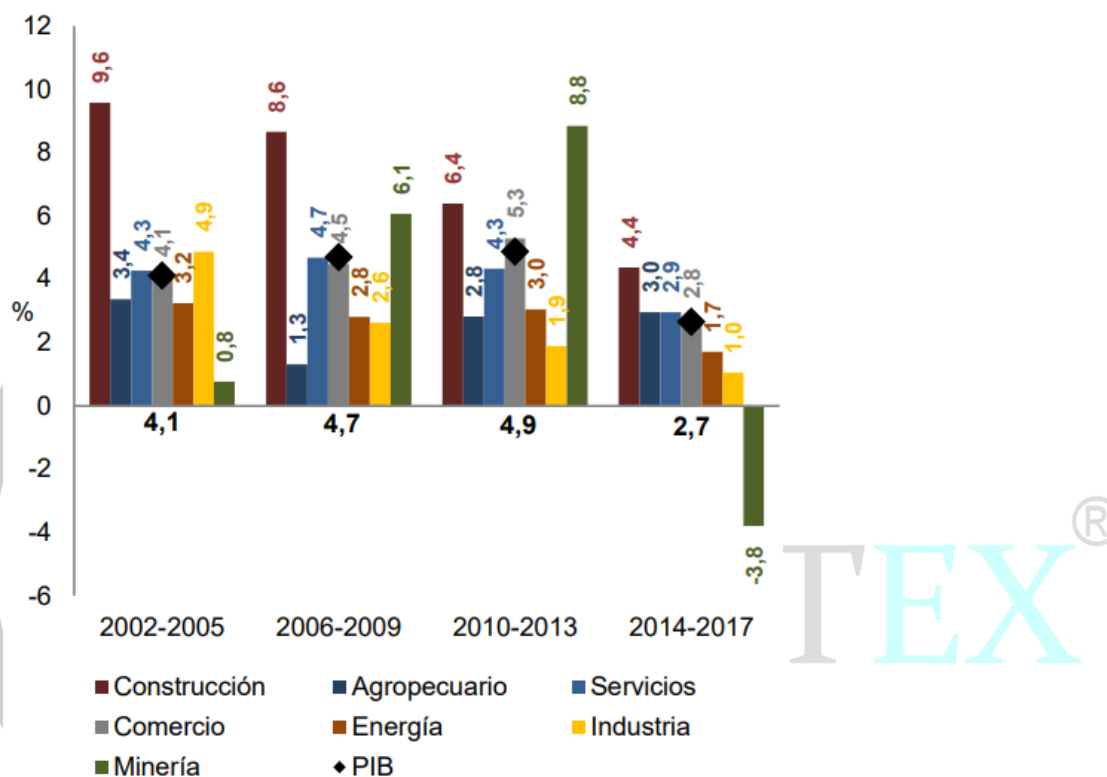
Por otro lado, el sector servicio emitió buenas cifras en el periodo de septiembre de 2019, en donde 14 de 15 actividades del sector servicio registraron aumentos en sus ingresos totales, de igual manera 10 de 15 subsectores mostraron crecimiento en puestos de trabajo; además la encuesta mensual de servicios del DANE, el mes de Julio del mismo año, publicó que el subsector de servicios con mejor comportamiento fue el de sistemas informáticos y procesamiento de datos, con una variación del 21,4% acompañado de actividades administrativas y de apoyo de oficina con un porcentaje creciente del 15,5% (Noticias de industria, 2019).

En medio de las tendencias mundiales en materia de servicios, la evaluación de Colombia conforme la transformación productiva resulta imperativa; dichas tendencias, que ya son una realidad, también son consideraciones de alta trascendencia para materializar de manera más ágil

el proceso de desarrollo económico y la consecución de mayores niveles de crecimiento y generación de empleo, acordes a los patrones de modernidad que se plantean en la actualidad; por el lado de la demanda, en Colombia, al igual que a nivel global, se ha registrado una tendencia positiva en la capacidad adquisitiva de las personas durante las últimas décadas, este comportamiento ha sido más marcado en Colombia desde 1950 la capacidad adquisitiva se multiplicó por 2,5 veces, de tal manera, este fenómeno impulsó un incremento de la participación de la clase media; se puede decir que en tan solo doce años la clase media en Colombia prácticamente se duplicó, al pasar de representar cerca el 16% de la población a el 30,5% en 2014; todo esto es un cambio sociodemográfico importante, si se tiene en cuenta no solo su capacidad de compra, sino también su rol para determinar la expansión del mercado y el desarrollo del sector de servicios; en este sentido, más allá de la complejidad de la coyuntura económica actual y de los respectivos retos que se plantean en materia de política económica para el futuro cercano, existen proyecciones prometedoras respecto a la generación de la capacidad adquisitiva.

En otra instancia, las dinámicas de las últimas décadas señalan que el sector de servicios ha crecido ligeramente por encima del PIB total, esta situación se da a causa que este sector actualmente aporta la tercera parte del crecimiento económico del país.

## Crecimiento promedio por sector económico



Fuente: DANE, Asobancaria

### 2.2.6 Estructura del Sector

En el sector servicio, se muestran actividades que no se enfocan en la producción de bienes, sino en la prestación de servicio, tales como comercio, turismo, transporte, ocio, entre otros; de esta manera existen varias clases de servicios, uno de ellos es, según quien los gestiona, ya sea servicio público o privado, el primero de estos los gestiona el estado, los ayuntamientos y las comunidades autónomas, para satisfacer las necesidades de la población y organizar el territorio, por lo tanto su finalidad es social y no económica, el segundo de este, es en cambio un servicio privado, estos son los que ofrecen las empresas particulares, con el objetivo de tener un

beneficio económico, sin embargo, en algunas ocasiones este complementan a las prestaciones públicas, los servicios también pueden delimitarse según la función que desempeña, estas pueden ser:

- Sociales: Satisfacen determinadas necesidades de la sociedad, como la educación y sanidad.
- Administrativos: Se ocupa de funciones diversas, como la gestión y tramitación de documentos públicos y privados.
- Financieros: Los bancos y las cajas de ahorro se encargan de la realización de operaciones monetarias.
- Culturales: Se ocupan de los aspectos relacionados con la cultura.
- Personales: Incluyen los servicios que ofrecen los profesionales.
- Comerciales: Incluyen las distintas formas de comercio.
- Transporte: Se encargan de transportar personas y mercancías.
- Ocio y turismo: Esta relacionados con la diversión y el descanso.

En cuanto al comercio, se conoce que toda actividad de compraventa de producto y servicio, pertenece a este ítem, sin embargo, el comercio se puede dividir en dos campos, que son, el comercio interior y el exterior, este primero es desarrollado dentro del país y su propósito es abastecer todos los habitantes, para ello se divide en dos modalidades, siendo estas, ventas al por mayor, que consiste en vender en gran volumen a empresas generalmente consolidadas para que ellas puedan revender en el mercado comercial y ventas minorista, estas por el contrario se encargan de vender al consumidor final; las formas de desarrollar este comercio interno se da en cuatro formas centrales que son: pequeño comercio tradicional, este consiste en los establecimientos de tamaño limitado, seguido están las grandes superficies, que incluye supermercados, hipermercados y grandes almacenes, aquí se mueve un mayor volumen de ventas, también los centros comerciales, los cuales requiere de un edificio grande con pequeños locales para comercializar diversos productos y servicios, por último encontramos los mercadillos o conocidos también como ventas ambulante; en otra instancia está el comercio exterior, este es el intercambio de productos y servicios entre países, desarrollado por medio de las importaciones y exportación, cada una de estas actividades quedan registradas en la balanza de pago en donde arroja resultados conforme al comportamiento del mercado exterior, siendo este positivo o superávit, cuando los ingresos superan los pagos, por otro lado, negativo o deficitario, indica que los pagos superan los ingresos y por último una balanza de pago equilibrada, en donde los pagos e ingresos coinciden (Sites ).

### 2.2.7 Factores Claves de Éxito del Negocio

Todo negocio requiere de una delimitación profesional, que muestre un dominio en el conocimiento de lo que se ofrece, además exige hechos responsables y estrategias para que pueda haber un perdurar en el tiempo, es decir, se hace necesario dar servicios sólidos y de competitividad, así como también, disponer de un enfoque en el cliente, la forma en cómo serán propuestos los servicios, y todo aquello que abarque interacción con el público objetivo; siendo conscientes de la importancia que hay en centrar la mirada en los clientes para el éxito de los negocios, se desarrollan métodos para mejorar la interacción con estos, los cuales se pueden resumir de la siguiente manera:

- **Recopilar información sobre los clientes:** tener datos concisos acerca de las necesidades y preferencias de los clientes, es clave para ahorrar tiempo, dinero y ofertar servicios realmente demandados en el mercado, con la convicción de que tendrá acogida en el entorno comercial
  - **Estandarizar los procesos de atención:** En esta medida se propone, redactar un documento con normas, herramientas y consejos que todos los agentes de soporte deben seguir para garantizar una gran experiencia para todos los clientes
  - **Prestar servicios profesionales:** Es decir contar con un grupo de personas capacitados para prestar un servicio bueno y conciso
  - **Uso en la tecnología:** Esta, como herramienta clave y de simplificación en los procesos operativos de la empresa y de comunicación con los clientes

- Construir una imagen empresarial ligada a los valores corporativos: Una vez esclarecido los valores de la empresa, es clave hacerle saber al cliente el compromiso con el cumplimiento de estos

El impacto que resulta de la atención, respuesta adecuada de las necesidades del cliente y una buena prestación de servicio, afecta de una manera directa al negocio, desde una mirada económica, el buen servicio ahorra dinero, pues según (Douglas da Silva, 2020) la permanencia de un cliente es indispensable, debido a que consolidar un nuevo cliente en las empresas es hasta siete veces más caro que conservar uno ya actual, igualmente poco más de la mitad de los consumidores (52%) realiza una compra adicional en la empresa, después de haber recibido una experiencia positiva con el servicio, del mismo modo el 90% de los clientes son influenciados por las opiniones positivas al comprar, en otras palabras, dar un buen servicio conlleva a publicidad voz a voz, una de las más efectivas para hacer conocer la empresa e impulsar la credibilidad en el mercado.

Por tal motivo, todo debe estar encaminado con una atención inmediata al cliente, que el usuario no pierda el tiempo ni tenga cabida de acudir a la competencia como resultado de una atención tardada, sino que reciba respuesta en el menor tiempo posible y con la mayor efectividad ante la necesidad que busca resolver, a su vez, es fundamental comprender lo que el cliente quiere para poder dar una oferta idónea a su búsqueda, puesto que, tener una comprensión incorrecta ante la necesidad del interesado, conlleva a dar propuestas inadecuadas, en estas circunstancias el cliente no obtiene lo que desea y como resultado, no contrata los servicios, así mismo proveer una atención completa y exclusiva, en esta instancia, se inquieta a tener un

servicio continuo, hasta obtener una claridad y contestación por parte del cliente, en virtud de ello, es indispensable mantener un trato cortés con el usuario, si bien, es estrategia construir una relación amistosa, para emitir confianza al inversionista, no es prudente dejar a un lado el trato respetuoso, pues el fin de tales relaciones, es un interés comercial y profesional, estando siempre con una expresión de interés por el cliente, y el cuidado de no crear un ambiente hostil ante el comprador, perdurando siempre con eficacia al prestar el servicio.

Desde otro ángulo, es preciso hacer mención en lo administrativo y financiero, pues el éxito de un negocio también va de la mano con el orden administrativo que se le dé, tanto para el desarrollo de los servicios como para el control financiero, en estos rubros es vital llevar una disciplina que garantice un registro diario de las actividades realizadas y por realizar, así mismo, informar de manera periódica los cambios generados y los nuevos propósitos operacionales que interfieren en la estructura organizacional y el campo financiero, estos aspectos son esenciales en las empresas para alcanzar los objetivos que se trazan, y tener mayor claridad de la capacidad empresarial, para así crear estrategias reales que permitan contrarrestar y superar a la competencia.

En la siguiente tabla, se describe estrategias para la atención al cliente, muestra métodos estratégicos a realizar dentro de la organización, en donde TRAMIMTEX se adelanta a las posibles necesidades que los clientes se pueden enfrentar, de esta manera, cuando se acerque el usuario a la organización, se le puede brindar una respuesta inmediata y verídica.

Ítem	Estrategia empresarial
Solventar la necesidad de inversión en los clientes	Publicar planes de inversión, en esta medida cuando un inversionista busque alternativas para aumentar sus ingresos, TRAMIMTEX ya tendrá una lista de ofertas la cual plantearle al interesado con una variedad alternativas para elegir conforme sus preferencias.
Anticiparse a la necesidad del conocimiento	Diseñar un Blog informativo, donde se expongan las realidades del mercado tanto nacional como internacional, de esta manera la empresa o persona interesada en conocer acerca de la actualidad económica, tendrá un espacio seguro y practico de navegación.
Comprensión al cliente	Delimitar guías de comprensión, en la cual el cliente se enfrenta aquello que busca; esta guía estará conformada por preguntas, con el objetivo de hacer más específica la búsqueda, de esta manera comprender con mayor claridad sus necesidades y dar una respuesta correcta que dé pie a la contratación.
Seguimiento al cliente	Crear calendario de seguimiento para los clientes, en esta medición, se establece un control de seguimiento a la propuesta del cliente, se adjuntan citas y fechas de llamadas para incentivar al proceso de inversión y contratación de los servicios.

Orden administrativo	<p>Llevar un registro de los casos atendidos (exitosos o no), para este registro se estructurará un formato guía, que permita consolidar información valiosa para previos estudios internos de la empresa.</p> <p>Siguiendo la línea anterior, diligenciar un formato guía pero que resuma las actividades realizadas a lo largo del mes. Esto para llevar un seguimiento de las metas establecidas y hacer mejoras en los casos que requiera.</p>
Orden financiero	<p>Registrar diariamente las actividades transaccionales, mantener así un informe actualizado de la realidad financiera de la empresa.</p>

### 2.2.8 Cadena de Valor de la Industria

La cadena de valor, explica la gama de actividades utilizadas para llevar un producto o servicio desde su etapa inicial, los procesos o fases intermedias de la producción y la llegada a los consumidores finales e incluso después de ser consumido el producto o servicio; esto agrupa también actividades como el diseño, la producción, la comercialización, la distribución y los servicios de apoyo, hasta alcanzar el consumidor final, tales actividades pueden estar moderadas por una sola empresa o fraccionadas entre diferentes empresas, e incluso, dentro de una misma ubicación geográfica o establecidas en áreas geográficas diferentes, el hecho es que dé como resultado una oferta competitiva en el mercado, en consecuencia, todo producto o servicio hace parte de una cadena de valor, pese a que estas varían según la actividad que se desenlace, algunas cadenas de valor son globales, como en el caso de la producción de automóviles y computadores,

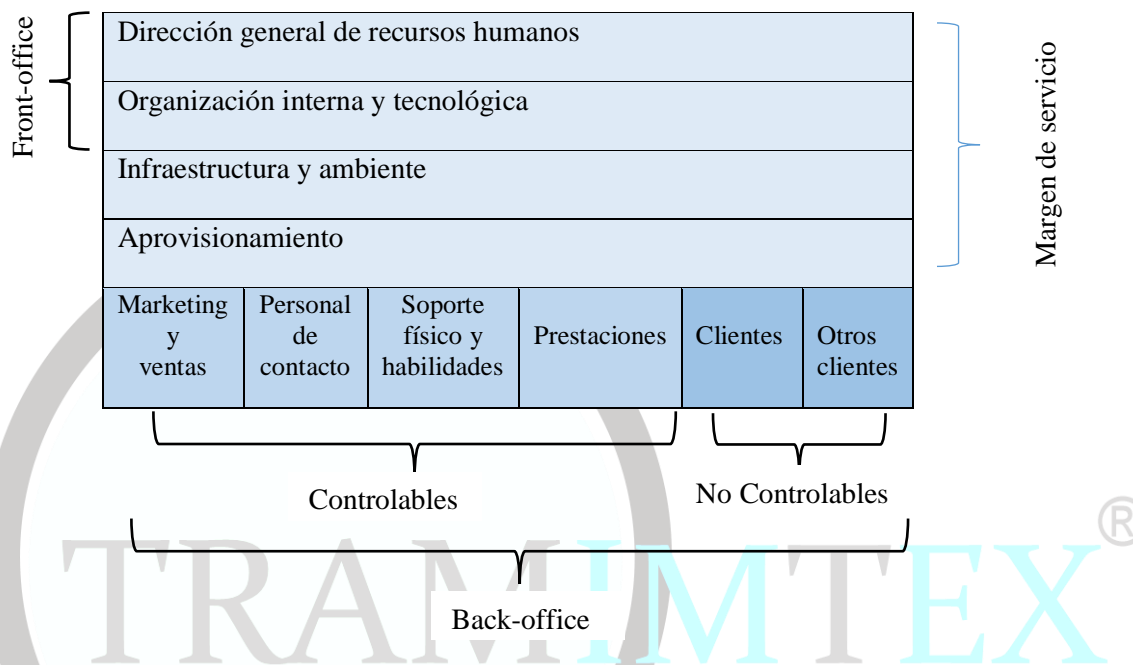
otras son locales por ejemplo la producción pesquera local, de la misma manera los diferentes servicios, siendo uno de ellos hotelería, en este modelo se puede aclarar mejor la cadena de valor, puesto que, en el caso de un hotel internacional cinco estrellas, tiene unas necesidades y dinámicas diferentes a un hotel local, aunque ambos forman parte del sector turismo, en esta medida la comprensión de los sistemas de producción y servicio son diferentes, y es ahí donde se convierte una guía para los profesionales, dando pie a un desarrollo correcto e identificación de aquellas cadenas de valor idóneas para los procesos operativos, entendiendo, que cada cadena de valor es estructurada de acuerdo al producto o servicio desarrollado (Sievers, 2016).

Respecto la cadena de valor para los servicios, es apropiado conocer antes que las actividades de servicio se dividen en dos, estas son:

- **Front-office:** Aquí se dan los servicios que tienen contacto cara a cara con el cliente, aquellos que generan ingresos directos para la compañía
- **Back-office:** Esta parte del servicio está comprendido por las áreas que no generan ingresos directamente para el negocio, pero brindan una función vital de soporte y administración; sin este personal, el negocio o la empresa no sería capaz de funcionar, estos diseñan el sistema digital, mantiene la base de datos y maneja las finanzas de la empresa.

En este grado las empresas de servicios, debe jugar con estos ítems para la estructura de la cadena de valor de la empresa, es importante señalar además, que la satisfacción de los

clientes depende en gran manera de la interacción del Back-Office y el Front-Office (Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, 2019)



El esquema anterior, es basado en el autor Michael Porter, en el cual, permite organizar el desempeño de una empresa en virtud de seis actividades de Back-Office, es decir desempeñándose en el contacto directo con el cliente, y cuatro de Front-Office, ejerciendo de manera interna en los procesos operativos de la empresa; de esta forma, el siguiente cuadro bosqueja la cadena de valor seguida por TRAMIMTEX.

Dirección general de recursos humanos: En este eslabón está situada la parte gerencial de la empresa, en donde se desarrollarán estrategias corporativas y de control administrativo, al mismo tiempo que comunicar y transmitir la cultura corporativa al resto de la organización.

**Organización interna y tecnológica:** Apoya las decisiones internas de la empresa, por medio de la realización de las actividades, en este sentido se encarga de construir y mantener actualizados los registros de servicios y contables de la empresa.

**Infraestructura y ambiente:** Una oficina física, en donde tenga un espacio suficiente para quien está prestando el servicio y aquellos que lo consumen, además un entorno agradable que emita la cultura organizacional y clarifique los servicios que se prestan en dicho lugar.

**Aprovisionamiento:** Para ofrecer el servicio de consultoría, es necesario de contar con elementos electrónicos como lo es el computador, para llevar los registros de la empresa e investigar las necesidades del mercado, celular para comunicarse con el cliente y llevar un seguimiento oportunos, además de muebles como escritorio y sillas para crear un ambiente apto de atención al público.

Marketing	Personal	Soporte	Prestaciones:	Clientes:	Otros
y ventas: En esta campo empresarial se tendrá la labor de dar a conocer los servicios que se prestan en la empresa y convencer al cliente de llegar al	de contacto: Aquí estará el personal capacitado para recibir aquellos clientes que acataron las campañas de publicidad y exponerle los	físico y habilidades: Es indispensable contar con elementos tecnológicos para el desarrollo de las operaciones empresariales,	En este punto es tangible la prestación del servicio, es decir, se da la ejecución del servicio en sí, aquí ya se ha pactado con el cliente un plan de desarrollo, y se opera la finalidad de la empresa, de la	ofrecer un servicio directo y claro a los clientes, de manera que se pueda alcanzar un nivel alto de satisfacción en ellos, por medio también de respuestas	clientes: La atención oportuna, personalizada y satisfactoria de los servicios, permitirá un entorno de seguridad

establecimiento donde se le va atender, todo ello por medio de campañas de publicidad.	servicios que ofrece la empresa.	además de software y plataformas de consultoría e investigación frente a la actualidad de los mercados.	mano con la política organizacional y los compromisos estipulados.	oportunas y direccionadas a la petición del cliente.	ante los clientes interesados en adquirir nuevos servicios.
--	----------------------------------	---	--	--	---

### Capítulo 3. Análisis del mercado

#### 3.1 Objetivos de Mercadeo

##### 3.1.1 Objetivo General

Consolidar posicionamiento comercial y confianza en el mercado de la zona del Urabá Antioqueño, por medio de la prestación de servicios y beneficios ofertados en TRAMIMTEX.

##### 3.1.1.1 Corto Plazo

Conseguir reconocimiento en Necoclí, como una empresa de consultoría, tramitología y de oportunidades de inversión en el mercado local e internacional para Junio de 2022.

### 3.1.1.2 Mediano Plazo

Lograr acogida ante el municipio de Turbo, para octubre de 2022, frente los servicios ofrecidos en TRAMIMTEX.

### 3.1.1.3 Largo Plazo

Afianzar los servicios de TRAMIMTEX en el municipio de Apartadó y Carepa para el mes de febrero del 2023.

### 3.1.2 Objetivos Específicos

- Divulgar los servicios ofertados en TRAMIMTEX en las emisoras de Urabá, las redes sociales y eventos empresariales de la zona.
- Propagar las oportunidades de comercialización que brinda TRAMIMTEX sobre el crecimiento y desarrollo empresarial.
- Dar a conocer los servicios y beneficios de TRAMIMTEX a los agricultores, comerciantes e inversionistas de la zona del Urabá Antioqueño.

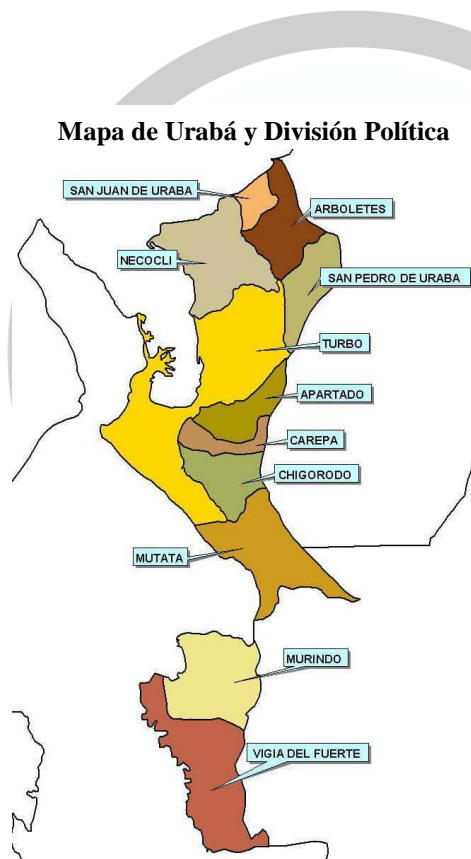
### 3.2 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicio

TRAMIMTEX se constituirá inicialmente como una micro empresa, ubicada en la zona de Urabá, con establecimiento físico en Necoclí-Antioquia; una localidad privilegiada por su ubicación geográfica, convirtiéndose en un punto estratégico para conectar con el exterior los productos provenientes principalmente de Antioquía, Cundinamarca y el Eje Cafetero, regiones

que unidas generan el 70% del PIB del país, teniendo presente además que la mayoría del comercio exterior de Colombia se realiza mediante puertos marítimos (Mintransporte , 2019), por consiguiente el gobierno ha trazado su mira en la zona de Urabá y se desarrollarán con grandes proyectos portuarios, como lo son: puerto Antioquia, puerto Darién y puerto Pisisí; proyectando puerto Antioquia una capacidad para recibir buques de 367 metros de eslora y 13.000 TEUS, con vocación multipropósito, siendo éste apto para recibir carga de contenedores, gráneles, carga general y vehículo; así mismo puerto Pisisí, con el cual se prevé movilizar más de 300 mil toneladas para el primer año de operación, cumpliendo también con una modalidad multipropósito (Mintransporte , 2019), y Puerto Darién International Port, con una ubicación física en el municipio de Necoclí, centrado en el objetivo de reducir los tiempos y costos de transporte desde y hacia el interior de Colombia, estando a una distancia de 380 kilómetros de Medellín, de 820 kilómetros de Bogotá, y de 574 kilómetros del Eje Cafetero; este puerto es de alta competitividad para Colombia puesto que su función multipropósito y alternativa eficiente para navieras y operadores portuarios proporciona una mayor agilidad en las exportaciones e importaciones de Colombia, además contará con terrenos aledaños con el fin de construir una ciudadela y un parque industrial que contribuyan en el avance y sostenibilidad del puerto en un largo plazo, conformado por un terreno de 230 hectáreas y sus vías de acceso (Mundo Maritimo, 2015).

Ahora bien, conforme la importante proyección que tiene la zona de Urabá, frente al comercio exterior y su alta oportunidad en el mercado internacional, TRAMIMTEX se ubicará en esta localidad con el fin de prestar servicios de tramitología en importación y exportación, así como asesoría y acompañamiento en proyectos exportadores y de índole internacional, teniendo presente además, que la población en Urabá y municipio de Necoclí no consta de suficiente

personal calificado para ejercer proyectos de índole internacional, por tal, queda en el aire el aprovechamiento de gran parte de las riquezas naturales e innatas de la zona, a raíz del desconocimiento y falta de acompañamiento profesional; por ello el tipo de negocio constará en una empresa de servicio al cliente, con énfasis al sector económico de la agricultura, pues es éste sector en el que se basa gran parte de la economía de la zona (Alcaldía de Necoclí, 2021).



Fuente: <https://noticiasuraba.com/mapa-de-uraba/1918/>

La región de Urabá está constituida por 11 municipios, que en conjunto aportan cerca del 6,3% al producto Interno Bruto de Antioquia (PIB) y representa el 18,6% del área total del departamento, con una suma de 10.869 empresas registradas en 2020, además es dueña del sector platanero y bananero más importante del país, siendo que más del 63% de las exportaciones bananeras Colombianas son producidas en esta región; así pues, Urabá en 2019 vendió al mundo 65,4 millones de caja contenidas de banano y 3,75 millones de cajas de plátano, este último tuvo como valor 46,8 millones de dólares, siendo los principales destinos Estados

Unidos, Reino Unido, Bélgica, España e Italia (Gómez, 2021).

Urabá es una de las regiones más extensas del departamento, con el privilegio de tener salida al mar, además es destacada por su biodiversidad natural y pluriculturalidad, como si fuera poco, representa el segundo litoral en tamaño en el Caribe Colombiano seguido de la Guajira, así mismo, es una fuente de gran potencial híbrido, forestal y de expansión de mercados debido a las

altas posibilidades de interconexión a través de las autopistas Mar 1, Mar 2, Túnel del Toyo y la evolución del sistema portuario que abre camino a los océanos Atlántico y pacífico (Cámara de Comercio de Urabá, 2021).

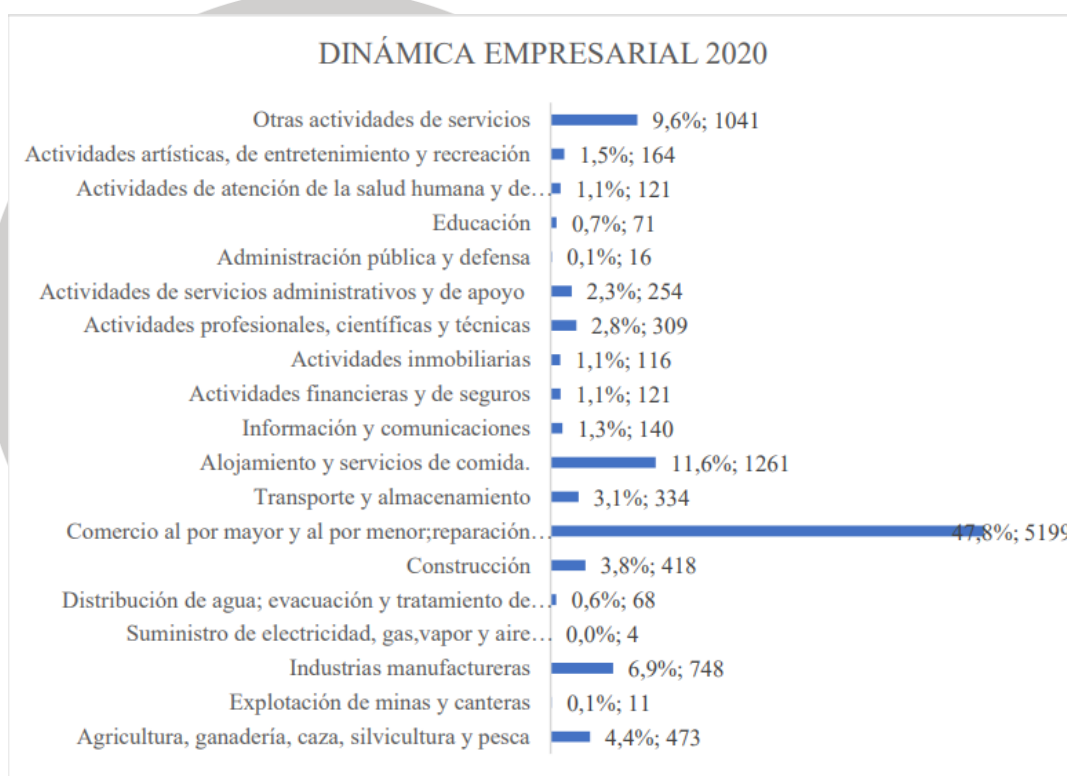
Por otra parte, la región está compuesta por una población de 534.537 habitantes en el 2020, donde predomina la población femenina con una participación del 51%, siendo Turbo el Municipio con mayor población total (130.191), seguido de Apartadó (127.744), donde la población con edad entre 30 a 49 años está mayormente concentrada en este municipio (35.342), continuado por San Pedro de Urabá (30.991), asimismo, tiene una población masculina con mayor cantidad en Turbo (62.470) consecutivo a Apartadó (62.470), además cuenta con una población mayormente joven, encabezando las edades de 15 - 29 con 168.769 personas, sucesivo de 30 – 49 años de edad (Cámara de Comercio de Urabá, 2021).

### Población por municipio, sexo y edad. Año 2020

URABÁ	Total	Mujeres	Hombres	0 - 14	15 - 29	30 - 49	50 - 79	80 y más
<b>URABÁ</b>	<b>534.537</b>	<b>272.117</b>	<b>262.420</b>	<b>168.769</b>	<b>142.258</b>	<b>133.659</b>	<b>83.683</b>	<b>6.168</b>
Apartadó	127.744	65.274	62.470	35.417	35.627	35.342	20.232	1.126
Arboletes	30.510	15.232	15.278	9.740	7.027	7.287	5.934	522
Carepa	51.143	25.693	25.450	15.353	14.545	13.575	7.250	420
Chigorodó	59.836	30.968	28.868	18.024	16.563	15.266	9.356	627
Dabeiba	23.509	11.597	11.912	5.185	3.645	3.267	2.129	408
Mutató	14.389	7.103	7.286	15.373	11.059	10.173	6.857	163
Necoclí	44.118	22.341	21.777	7.416	5.070	4.872	3.287	656
San Juan de Urabá	20.950	10.630	10.320	9.967	8.036	7.859	5.749	305
San Pedro de Urabá	32.147	15.683	16.464	43.829	34.988	30.991	18.978	536
Turbo	130.191	67.596	62.595	8.465	5.698	5.027	3.911	1.405

Fuente: Informe socioeconómico 2020, cámara de comercio de Urabá

En otro contexto la dinámica empresarial en 2020, mostró un comercio predominante con el 47,8 % de participación, sucesivo al sector servicio que ocupó el 41% de participación, a su vez la agricultura, ganadería, caza y silvicultura; explotación de minas y canteras; las industrias manufactureras, en un todo sumaron un 11% de aportación en las actividades empresariales desarrolladas en la región de Urabá (Gómez, 2021).



Fuente: Informe socioeconómico 2020, cámara de comercio de Urabá

### 3.3 Mercado Meta de los Bienes y Servicios

Urabá es una región que día a día logra mayor crecimiento económico, la riqueza natural de la mano con el despertar en los empresarios y la ubicación geográfica, hacen de esta localidad un mercado próspero y con altas oportunidades, además aún hay modalidades de negocios inexplorados pero prometedores, que hacen de esta región un lugar aún más promisorio; todo ello sin dejar de lado los proyectos gubernamentales, portuarios y de carretera que están decretados para desarrollar en la zona, son virtudes que acompañan esta economía y que jugó un papel importante en la selección de mercado meta para TRAMIMTEX; en esta medida, Urabá es una región con alta necesidad profesional y de acompañamiento en inteligencia de mercado, pues, hay una demanda de más de 10.800 empresas (Cámara de Comercio de Urabá, 2021) esperando personal capacitado para impulsar sus organizaciones a la apertura y conquista de nuevos mercados, es importante mencionar además que el 96,33% del total de unidades productivas de la región son microempresas, un 2,89% corresponde a pequeñas empresas, mientras que el 0,63% son medianas empresas y tan solo el 0,13% equivale a las grandes empresa (Toro, 2019), como se puede observar, en su mayoría son empresas pequeñas, las cuales tienden a requerir de una guía profesional y asesoría frente la actualidad del mercado, competencia y formas de apertura en el entorno, de esta manera se puede evidenciar una alta necesidad de asesoría comercial en el entorno empresarial y como ventaja un sector con altas expectativas de crecimiento. Adicionalmente, la zona de Urabá contribuye de manera significativa al desarrollo de comercio exterior antioqueño, haciéndolo mucho más competitivo y eficiente en cuanto a los costos logísticos para atender los mercados como el Caribe NAFTA, Europa y la Cuenca del Pacífico; así como la intercomunicación de los mercados asiáticos y atlánticos; beneficiándose además de su proximidad al canal de Panamá

Urabá ocupa el tercer lugar en importancia económica, luego del Valle de Aburra y Oriente, pero la primera en cuanto a la generación de valor en la actividad agropecuaria, además participa con cerca del 8,3% del valor agregado del departamento y produce el 37% del producto agropecuario, encima es considerada como una región en auge económico debido a que se estima que puede crecer entre 15 y 20% en los próximos 3 o 4 años, con la confianza puesta también en las Autopistas proyectadas y la transversal de las Américas, que generan oportunidad y mejora en el transporte en busca de una logística de clase mundial. (Zona Fanca de Urabá, 2021). Además, la invención de productos y creación de empresa en la zona, es naturalmente ventajoso, pues es una tierra con una alta biodiversidad, puesto que, es la subregión con mayor extensión territorial (1.166.400 hectáreas), con 78.637 hectáreas cosechadas, entre las cuales el 51% pertenece a cultivos permanentes y el 40% a transitorios; lo anterior ratifica que es una economía competitiva en el sector agropecuario, tales tierras son fértiles para la producción de maíz, yuca, cacao, arroz y la carne bovina, entre otros, todo ello apunta a un sector necesitado de entidades capacitadas e innovadoras para la estructuración de nuevos productos, servicios y negocios, que con base en la materia prima ya existente en la región se le pueda dar un valor agregado y seguimiento de calidad, para la apertura de nuevos mercados y expansión económica.

En últimas, el mercado meta está direccionado a las Mipymes ubicada en la zona de Urabá concretamente, los comerciantes que son mayormente personas naturales con establecimiento físico y productos o servicios en venta, en la medida que se les muestra alternativas de crecimiento y expansión de sus ofertas, así como también los agricultores, pues dentro de los servicios de TRAMIMTEX está el ofrecer tanto planes de comercialización local, como planes en el entorno comercial exterior para el gremio agricultor, con el fin de aprovechar la fertilidad de la zona, de la misma manera va dirigido a los inversionistas, aquellas personas

que si bien no tienen un interés inicial de emprender si cuentan con dinero el cual incrementar, acompañado de éste, también están aquellas personas que tal vez no cuenten con un alto capital pero si un deseo de emprender, pues en TRAMIMTEX se ofrece asesorar conforme las realidades del mercado y alternativas competentes de emprendimiento.

### 3.4 Cuantificación del cliente potencial de bienes y servicios

Siendo que TRAMIMTEX dirige sus servicios a un público emprendedor, que acapara tanto personas naturales como empresas, en la siguiente tabla se especifica el valor del volumen de personas y empresas potenciales, teniendo presente que el servicio está dirigido principalmente a las micro y pequeñas empresas; respecto a las personas naturales, se entiende que en un grupo de personas mayores de edad principalmente jóvenes y adultas, se encuentra un interés mayor de emprender e invertir, pues son las edades mayormente activas en el mercado laboral (DANE, 2020), es por ello, que se toma como base dicha población, puesto que, son valores de los habitantes de Urabá, los cuales involucra también a los campesinos y comerciantes.

Cliente Potencial	Descripción	Total 2020 (Unidades en mil)
Empresas	Si bien el número total de empresas en Urabá son 10.869 (Cámara de Comercio de Urabá, 2021), esto involucra grande, mediana, micro y pequeña empresa, pero TRAMIMTEX está direccionada a las micro y pequeñas empresa, por tanto solo se tendrá en cuenta este	10.805

	grupo de empresas, que en ultimas componen el mayor porcentaje del total.	
Persona Natural	En Urabá hay una población total de 534.537 personas, incluyendo niños y ancianos, sin embargo nuestro público objetivo se centra en las edades entre 18 y 49 años, por ello con los datos suministrados (Cámara de Comercio de Urabá, 2021), se discriminó de acuerdo al público con edades de interés.	275.917
<b>Total</b>	<b>Posibles oportunidades de ventas</b>	<b>286.722</b>

### 3.5 Mercado Competidos

Como bien se ha mencionado en los textos anteriores, Urabá es un mercado con una amplia gama de oportunidades y actividades económicas inexploradas hasta la fecha, y la presente iniciativa no es la excepción, puesto que, un consultorio de comercio exterior y negocios internacionales, que brinde asesoría empresarial sobre las dinámicas del mercado y además preste servicios de tramitología en esta índole no se registra en la zona de Urabá, es decir, es un servicio nuevo para la región que está diseñado, demás con base en las necesidades de crecimiento empresarial de la zona; en otra instancia, existen entidades con las cuales tiene similitud en los servicios prestados por TRAMIMTEX, sin embargo estos son de manera general, pues son entidades públicas o sin ánimo de lucro y su objetivo de atención no es completamente delimitado a los intereses específicas del consumidor, en esta instancia, tales

entidades no son competencia para TRAMIMTEX sino entidades de apoyo a la inserción de empresas de consultoría.

Razón Social	Cámara de Comercio de Urabá
Página Web	<a href="https://ccuraba.org.co/">https://ccuraba.org.co/</a>
Servicios	Formalización y apoyo empresarial
Competencia con TRAMIMTEX	Está representado en este recuadro porque es un apoyo para las empresas, que es parte de los servicios expuestos por TRAMIMTEX, sin embargo no es competencia sino una entidad de apoyo
Precios de Referencia	Sin ánimo de lucro
Canales de distribución	Página Web

Razón Social	Zona Franca de Urabá
Página Web	<a href="http://www.zonafrancadeuraba.com/">http://www.zonafrancadeuraba.com/</a>
Servicios	Ofrece todos los incentivos y beneficios del régimen franco Colombiano a nivel tributario, aduanero y de comercio exterior
Competencia con TRAMIMTEX	Es una entidad que presta servicios empresariales y de comercio exterior, aun así no es

	competencia para TRAMIMTEX, sino un aliado para esta empresa
Canales de distribución	Página Web

### 3.6 Mercado distribuidor

#### 3.6.1 Distribución Directa

TRAMIMTEX tendrá una oficina física en Necoclí-Antioquia, en este sentido las prestaciones de los servicios estará dándose en dicho lugar, sin embargo, a causa de no limitar la asistencia del servicio, también se dará de forma virtual, en este sentido se estará dando utilidad a las diferentes plataformas de comunicación como lo son zoom, google meet, correo electrónico, etc. Siguiendo la línea anterior, en caso que el usuario no pueda desplazarse hasta la oficina se le estará agendando una cita virtual acompañado del diligenciamiento de los formatos de registro de la empresa, que será enviado vía correo, respecto al personal que prefiere recibir el servicio presencial, se agendará una cita y se prestará el servicio en las instalaciones.

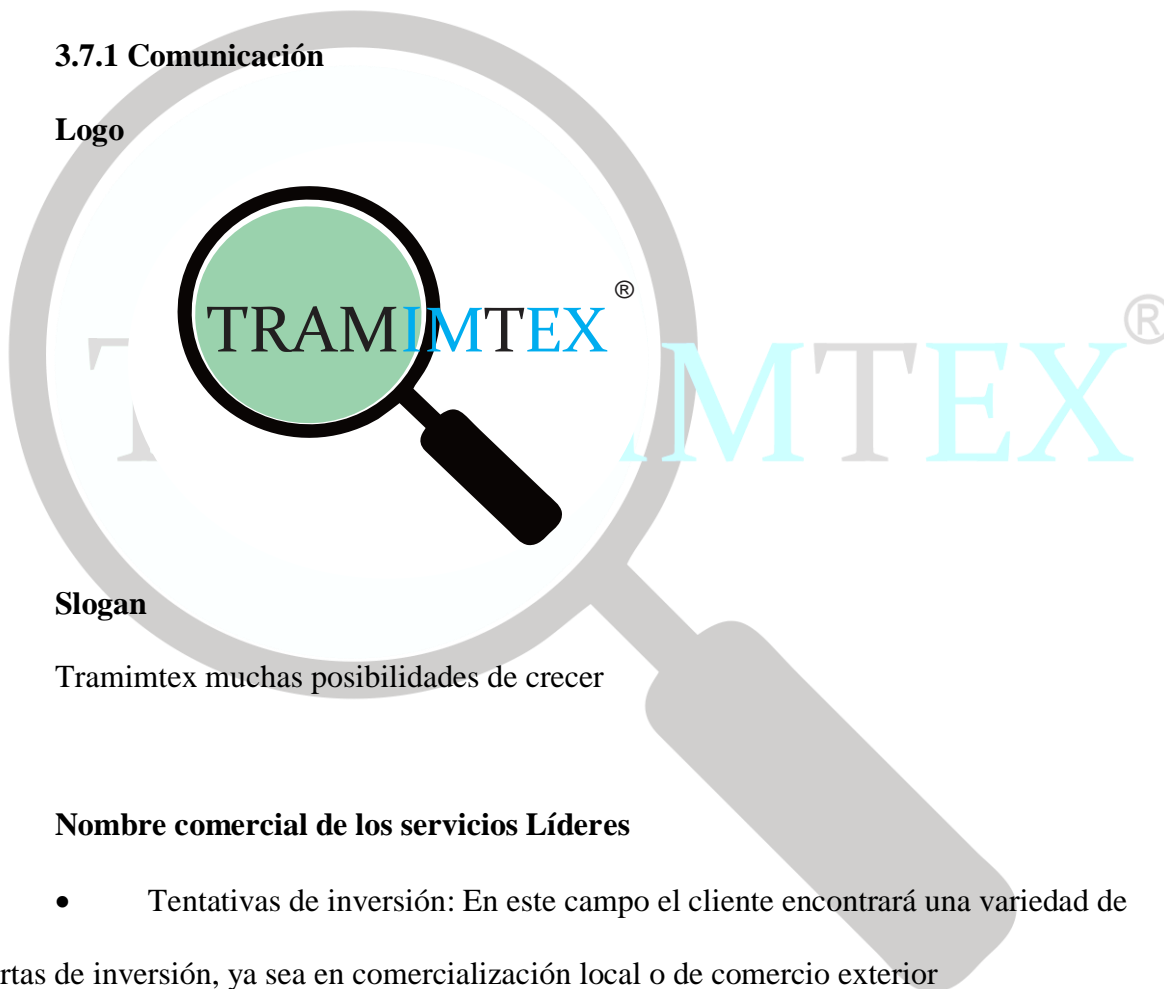
Concepto	Costos
Arriendo	600.000
Servicio Público	150.000
Administración	1.800.000
Internet	120.000
Papelería	10.000
Total mensual	2.680.000

Adecuaciones	200.000
Mantenimiento	300.000
Total Anual	32.660.000

### 3.7 Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación

#### 3.7.1 Comunicación

##### Logo



##### Slogan

Tramimtex muchas posibilidades de crecer

##### Nombre comercial de los servicios Líderes

- Tentativas de inversión: En este campo el cliente encontrará una variedad de ofertas de inversión, ya sea en comercialización local o de comercio exterior
- Crecimiento Exponencial: Está compuesto por asesorías comerciales, donde se evalué la situación empresarial interna y las oportunidades del mercado para de tal manera crear planes de expansión y conquista de mercados

- Éxito desde cero: Aquí se da una mira a las oportunidades del entorno de la mano con los intereses del usuario, para de tal manera fundamentar una idea de negocio y crear una iniciativa empresarial competente

### 3.7.2 Actividades de Promoción y Divulgación

Publicidad	Descripción	Costos
Redes Sociales	Se dará de manera intensiva publicidad utilizando este medio, de forma que se dé a conocer las ventajas de los servicios ofertados	--
Radio Local	Urabá es una región intercomunicada por medio del radio local, por ende es un medio clave de comunicación, sin embargo la forma en cómo se dará el comercial será de manera informativa y en contexto con la situación comercial de la región, de modo que más allá de saber que existe una empresa llamada TRAMIMTEX, el receptor se queda con el conocimiento que hay	300.000

	muchas alternativas de desarrollo empresarial	
Página Web	En este medio se expondrá los servicios que ofrece TRAMIMTEX, las ventajas, e información útil sobre los mercados	--
Eventos Público	Liderar eventos, en donde se invita a la comunidad, llevar aquellos productos que sabe diseñar y tienen cabida en el entorno comercial, para de tal manera motivar a la comunidad a emprender desde la creación de sus propios productos y como empresa prestar servicio de acompañamiento profesional	--
Ferias	Ser partícipe del mayor número de las ferias posibles, pues este es un medio competente de reconocimiento en el mercado	--
Campaña Publicitarias	Crear espacios de integración con el cliente, en donde se dé información valiosa para las empresas y se oferte el apoyo profesional, para llegar aquí se necesita de	120.000

	una previo divulgación por medio de volantes e invitación personal a los eventos	
--	--	--

## Capítulo 4. Análisis de Comercio Internacional

### 4.5 Participación en Ferias Especializadas

De entrada TRAMIMTEX tiene como propósito participar en el mayor número de eventos comerciales posibles, sin embargo hay un limitante económico, pues el valor para el desplazamiento a otros lugares tienen a ser costosos, aún más, si se tiene en cuenta todos los preparativos para la exposición y los gastos que por sí conlleva sostener una empresa, sin embargo, el direccionamiento de los servicios está delimitado en la zona de Urabá, por lo que hacer partícipe de tales eventos en la región resulta incluso más ventajoso para la empresa, pues el público objetivo está en la zona. Siguiendo esto, se busca estar al tanto de los eventos empresariales publicados por entidades como, Procolombia, Ruta N, Cámara de Comercio de Urabá, así como también las alcaldías municipales y departamental, ahora, respecto a las ferias especializadas más convenientes para TRAMIMTEX son: las ruedas de negocios, misiones comerciales y ferias, puesto que la finalidad de estas y los objetivos empresariales y de reconocimiento van de la mano, en otras palabras, TRAMIMTEX busca ampliar el panorama de oportunidades, en la medida que conoce público de interés para concretar negocios futuros.

El municipio de Apartadó es conocido por tener un mayor nivel de desarrollo que los demás municipios de la región, y es justo en este lugar donde se hacen los diferentes eventos empresariales, para este año 2021, la cámara de comercio de Urabá, publicó una variedad de eventos realizados en este lugar, en el centro comercial Nuestro Urabá, con fines de reconocimiento empresarial, siendo las ruedas de negocios prevalecientes ante los demás

eventos, de la misma manera se lideran ruedas de negocio por parte de la gobernación nacional en este mismo lugar, viendo tales oportunidades, es factible asistir a dichos eventos pues los costos no son tan elevados en comparación con los altos beneficios que ofrece.

Característica	Costo
Desplazamiento Necoclí-Apartadó	25.000
Desplazamiento Apartadó-Necoclí	25.000
Hospedaje	60.000
Alimentación	70.000
Montaje	200.000
<b>Total</b>	<b>380.000</b>

Las ruedas de negocio son una herramienta de participación directa, a la cual acuden los empresarios, entidades públicas y privadas e instituciones de diversos sectores, puesto que resulta ser un mecanismo eficiente, debido a que se priorizan los productos y servicios en víspera de negociar, de la misma manera, estas ruedas dan oportunidad para la realización de entrevistas empresariales de manera detallada, con un tiempo aproximado de 20 a 30 minutos, lo que da pie a buenas negociaciones; además, estos eventos reducen costos, pues los participantes tienen la potestad de utilizar un mismo espacio para coleccionar múltiples contactos sin pasar a gastos más altos o tiempo de transportes, asimismo es un público variado, pues participan empresarios, consultores, funcionarios, personal de diferentes sectores económicos independiente a su tamaño y nacionalidad, tan solo es cumplir con los requisitos de la entidad líder; por último tiene la ventaja de hallar clientes, aliados estratégicos, inversionistas así como también conocer las tendencias del mercado (Ph.D, 2018). Por otro las misiones comerciales son un mecanismo

moderno para acceder a nuevos mercados, ampliar contactos e iniciar negocios con nuevos clientes, a su vez, permite presentar productos y servicios en función de ampliar el mercado de venta, al mismo tiempo, brinda la oportunidad de observar de forma más cercana el estado de la competencia, en la misma medida facilita la creación de relaciones profesionales de los sectores; igualmente es una oportunidad perfecta para evaluar las fortalezas y debilidades como empresa, a su vez que aumenta la experiencia empresarial.

## **Capítulo 5. Análisis Técnico**

### **5.4 Recursos Materiales y Humanos para la Producción**

#### **5.4.1 Locaciones**

Necoclí es un municipio relativamente pequeño, con una extensión de 1.361 kilómetros cuadrados, está fundamentado por barrios en donde mayormente hay solo casas de familia, puesto que lo más allegado al comercio son las tiendas de barrios y algunos almacenes adecuados en la parte frontal de las casas, esto no quita que sean locales bien diseñados, sin embargo, es en el centro en donde está ubicado el comercio, este está conformado por ocho manzanas y el parque principal, en este sector es donde está la mayor parte del comercio y oficinas del municipio, por ello TRAMIMTEX estará ubicado en esta parte de Necoclí, siendo más específicos, estará posicionado de manera física en la calle 50, ésta es la calle principal del municipio, en donde circulan la mayor parte de los habitantes en función de intereses comerciales, además en su alrededor están ubicados grandes hoteles, preferidos por los turistas y posibles inversionistas que llegan a la localidad

#### **5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres**

Para el desarrollo óptimo en la prestación de los servicios, TRAMIMTEX debe contar con los siguientes elementos:

Unidades	Elementos
2	Computador
2	Escritorio
6	Silla
1	Impresora

#### 5.4.3 Requerimientos de materias primas e insumos

Si bien TRAMIMTEX será una empresa de servicios, se hace necesario también tales insumos:

Unidades	Insumos
2	agenda
2	Lapicero
1	Paquete Papel para Impresora
1	Fichero
1	Grapadora
2	Resaltador

#### 5.4.4 Requerimientos de servicios

Prestar un servicio, como lo es la consultoría en comercio exterior, asesoría comercial y tramitología en los negocios internacionales, requiere de plataformas de apoyo para las investigaciones de mercado y realización óptima de los servicios, en esta instancia se tendrá como recurso base las siguientes plataformas:

Servicios de Apoyo
ProColombia
Legis Arancel Electrónico
Legis Comex
Syscomer
Trade Map
Bancos

#### 5.4.5 Requerimientos de personal

Si bien, prestar un servicio requiere principalmente de personal para acaparar la demanda, TRAMIMTEX es una empresa que apenas va a iniciar una actividad activa en el mercado, y además estará situado en un territorio pequeño, por eso no requiere inicialmente de un volumen alto de personal, así mismo, los costos salariales figuran un porcentaje representativo en una empresa nueva, de tal manera es prudente iniciar con el menor número de empleados.

Unidades	Personal
1	Gerente General
1	Administrador
1	Negociador Internacional

## Capítulo 6. Análisis Administrativo

### 6.1 Estructura Organizacional del negocio

TRAMIMTEX es una iniciativa, que se va a lanzar al mercado, es decir que aún no presta servicios y no tiene contratos establecidos, por tanto limita su estructura organizacional a tan solo tres puntos de apoyo, que si bien, estarán cargados de arduo trabajo, será competitivo en esta etapa inicial de la empresa, es importante destacar además, que la población primeramente dirigida es relativamente pequeña.

### 6.1.1 Organigrama



### 6.1.2 Costo del personal

Personal	Costos
Gerente General	1.600.000
Administrador	1.200.000
Negociador Internacional	1.200.000

## Capítulo 7. Análisis Legal

### 7.1 Tipo de Organización Empresarial

TRAMIMTEX está acobijada bajo el código CIU 7020 que la cámara de comercio de Bogotá la describe con las siguientes características incluyentes:

**“Esta clase 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” (Cámara de Comercio de Bogotá , 2021).

En esta medida, TRAMIMTEX se sitúa en una empresa de consultoría organizacional, que en efecto, provee servicios de asesoría especializada en temas de comercio local y exterior, así como también en inteligencia de mercado y creación de empresa, además en este sector de la consultoría se recurre a empresas de diferentes sectores, con el fin de obtener soluciones a problemas habidos en una participación activa en el mercado; en este orden de ideas, en Colombia no hay normas específicas que regulen la consultoría, sin embargo el numeral 2° del artículo 32 de la Ley 80 de 1993 define los contratos de consultoría como aquellos que celebran las entidades estatales consistentes en la realización de los estudios necesarios para la ejecución de proyectos de inversión, estudios y diagnósticos prefactibilidad o factibilidad para programas o proyectos específicos, de los cuales son desarrollados o construidos o convertidos en realidades tangibles y materiales. Las actividades que comprende la labor de consultoría pueden ser las siguientes:

- a. Realización de los estudios necesarios para la ejecución de un proyecto de inversión.
- b. Realización de estudios de preinversión. (Diagnóstico, Prefactibilidad, Factibilidad)
- c. Realización de actividades de interventoría, asesoría o gerencia de obra o proyectos
- d. Asesorías técnicas de control y supervisión.
- e. Interventoría, asesoría o gerencia de obras de proyectos.
- f. Realización de actividades de dirección, programación y ejecución de diseños, planos, anteproyectos y proyectos (MinTic, 2021).

## **7.2 Certificaciones y Gestiones con Entidades Públicas**

Para la creación de una empresa en Colombia es indispensable contar con los siguientes rubros (CCURABA, 2021):

- Definir nombre de la Marca
- Consultar el nombre comercial del establecimiento
- Presentar solicitud de matrícula en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde se encuentra domiciliada o en cualquier otra Cámara de Comercio a nivel nacional

- Estructura legal adecuada
- Definir tipo de empresa o sociedad
- Preinscripción en el RUT o fotocopia del RUT
- Obtención de identificación fiscal (NIT)
- Pagar la tarifa de cámara según los activos
- Registro ante la DIAN
- Registro ante la Cámara de Comercio
- Cuenta Bancaria Empresarial
- Solicitud de facturación a la DIAN

## Capítulo 8. Análisis Financiero

### 8.4 Ingresos y Egresos

Descripción	Egreso	Ingreso
	Mensual	Mensual
Arriendo	600.000	
Servicio Público	150.000	

Internet	120.000	
Salarios	4.000.000	
Papelería	40.000	
<b>Total Egresos</b>	<b>4.910.000</b>	
Asesorías Empresariales		2.000.000
Acompañamiento de Proyectos		4.800.000
Asesoría Dinámicas del Mercado		800.000
<b>Total Ingresos</b>		<b>7.600.000</b>

#### 8.4.1 Ingresos

<b>Servicios</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Servicio</b>	<b>Servici o total</b>	<b>Ingreso Mensual</b>
Asesorías empresariales	Se establece su precio con una tarifa estándar por hora	80.000	25	2.000.000
Acompañ amiento de proyectos empresariales	En este sentido la tarifa estándar de las asesorías se promedia con el número de horas invertido	1.600.000	3	4.800.000

	en el acompañamiento de un proyecto que en forma general tendrá una distribución de 20 horas			
Asesoría	Este servicio da	100.000	8	800.000
dinámica del Mercado	asesorías frente el comportamiento del mercado, es decir, aquellos servicios, productos o materias primas en tendencia y con viabilidad de comercialización para quien tenga interés en emprender			
<b>Total</b>	--	--	--	<b>7.600.000</b>

#### 8.4.2 Egresos

<b>Descripción</b>	<b>Egreso</b>
Arriendo	600.000
Servicio Público	150.000
Internet	120.000
Salarios	4.000.000

Papelería	40.000
<b>Total</b>	<b>4.910.000</b>

#### 8.4.2.1 Inventarios

Unidades	Elementos	Costo
2	Computador	4.000.000
2	Escritorio	400.000
6	Silla	360.000
1	Impresora	400.000
2	agenda	20.000
2	Lapicero	3.000
1	Paquete Papel para Impresora	30.000
1	Fichero	25.000
1	Grapadora	5.000
2	Resaltador	5.000
<b>Total</b>	<b>--</b>	<b>5.248.000</b>

#### 8.4.2.2 Costos Fijos y Variables

<b>Costos Fijos</b>	
<b>Elemento</b>	<b>Costo</b>
Arriendo	600.000

Servicio Público	150.000
Internet	120.000
Salarios	4.000.000
<b>Total</b>	<b>4.870.000</b>

<b>Costos Variables</b>	
<b>Elemento</b>	<b>Costo</b>
Papelería	40.000
<b>Total</b>	<b>40.000</b>

### 8.4.3 Estados Financieros

#### 8.4.3.2 Flujo de Caja y VPN

<b>Flujo de caja</b>	
<b>Meses</b>	<b>Flujo</b>
0	-2600000
1	-2.710.000
2	-970.000
3	820.000
4	860.000
5	1.260.000

6	1.760.000
7	\$ 2.100.000
8	\$ 2.360.000
VPN	\$ 1.924.479

#### 8.4.4 Estados Financieros Proyectados y Análisis de Sensibilidad

TRAMIMTEX es una propuesta de negocios que aún no está activa en el mercado, sin embargo es posible hacer proyecciones de ventas que permitan tener un bosquejo de los ingresos a obtener en la empresa, puesto que es una empresa de servicios, las utilidades de tales son las mismas horas destinadas al servicio, es decir, no hay una inversión en bienes de producción sino más bien costos fijos que como organización son indispensables para hacer tangible la prestación de los servicios, en esta medida, se toma como base el número de servicios proyectados para tantear la estructura de estados financieros y calcular indicadores que evalúen la factibilidad de la propuesta, en este sentido, TRAMIMTEX muestra una pronta recuperación de inversión e incluso recepción de ganancias en menos de ocho meses, esto sin dejar de lado que las proyecciones están diseñadas con un margen mínimo de ventas, en otras palabras, el tamaño de la población y la demanda del mercado pueden potenciar en gran medida las ganancias obtenidas por los servicios prestados; la siguiente tabla deja ver una muestra de las actividades financieras proyectadas para la empresa.

Descripción	plan vendido	Valor servicio	egreso	ingresos
valor inicial de inversión			5000000	
<b>Mes Inicial</b>				-2600000
Asesorías empresariales	5	80.000		400000
Acompañamiento de proyectos empresariales	1	1600000		1600000
Asesoría dinámica del mercado	2	100000		200000
Costos Fijos			4870000	
Costos Variables			40.000	
<b>Total</b>				- <b>2.710.000</b>
<b>segundo Mes</b>				
Asesorías empresariales	8	80.000		640000
Acompañamiento de proyectos empresariales	2	1600000		3200000
Asesoría dinámica del mercado	4	100000		400000
Costos Fijos			4870000	
Costos Variables			40.000	
Publicidad			300.000	
<b>Total</b>				<b>-970.000</b>
<b>Tercer Mes</b>				
Asesorías empresariales	12	80.000		960000

Acompañamiento de proyectos empresariales	2	1600000		3200000
Asesoría dinámica del mercado	5	100000		500000
Costos Fijos			4870000	
Costos Variables			40.000	
Publicidad			600.000	
<b>Total</b>				<b>820.000</b>
<b>Cuarto Mes</b>				
Asesorías empresariales	15	80.000		1200000
Acompañamiento de proyectos empresariales	3	1600000		4800000
Asesoría dinámica del mercado	7	100000		700000
Costos Fijos			4870000	
Costos Variables			40.000	
Publicidad			1.000.000	
<b>Total</b>				<b>860.000</b>
<b>Quinto Mes</b>				
Asesorías empresariales	20	80.000		1600000
Acompañamiento de proyectos empresariales	3	1600000		4800000
Asesoría dinámica del mercado	7	100000		700000
Costos Fijos			4870000	

Costos Variables			40.000	
Publicidad			1.000.000	
<b>Total</b>				<b>1.260.000</b>
<b>Sexto Mes</b>				
Asesorías empresariales	25	80.000		2000000
Acompañamiento de proyectos empresariales	4	1600000		6400000
Asesoría dinámica del mercado	8	100000		800000
Costos Fijos			4870000	
Costos Variables			40.000	
Publicidad			1.000.000	
<b>Total</b>				<b>1.760.000</b>
<b>Séptimo Mes</b>				
Asesorías empresariales	28	80.000		2240000
Acompañamiento de proyectos empresariales	5	1600000		8000000
Asesoría dinámica del mercado	9	100000		900000
Costos Fijos			4870000	
Costos Variables			40.000	
Publicidad			1.000.000	
<b>Total</b>				<b>2.100.000</b>
<b>Octavo Mes</b>				

Asesorías empresariales	30	80.000		2400000
Acompañamiento de proyectos empresariales	6	1600000		9600000
Asesoría dinámica del mercado	10	100000		1000000
Costos Fijos			4870000	
Costos Variables			40.000	
Publicidad			1.000.000	
<b>Total</b>				<b>2.360.000</b>



## Referencias

Actividades Económicas . (2018). *Actividades Económicas* . Obtenido de

<https://www.actividadeseconomicas.org/2012/03/principales-actividades-economicas-de.html>

Alcaldía de Necoclí . (14 de 08 de 2021). *Alcaldía de Necoclí* . Obtenido de

<https://www.necocli-antioquia.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx#:~:text=%E2%80%8BSu%20principal%20fuente%20de,fr%C3%ADjol%2C%20yuca%20y%20frutas%20variadas.&text=Turismo%3A%20Es%20la%20actividad%20econ%C3%B3mica,con%20que%20cuenta%20el%20distrito.>

Amado, J. R. (12 de 11 de 2010). *herzog.economia*. Obtenido de <http://herzog.economia.unam.mx/lecturas/inae3/romeroaj.pdf>

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. (22 de 02 de 2019). *Consejería de empleo, formación y trabajo autónomo* . Obtenido de <https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2019/02/CADENA-DE-VALOR.pdf>

Banco de la República. (02 de Agosto de 2021). *banrep.gov.co*. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/informe-politica-monetaria-julio-2021>

Banco Mundial. (24 de Marzo de 2021). *Banco Mundial* . Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>

C.E.As. «Edrissis». (s.f.). *EL SECTOR TERCIARIO*. Obtenido de <http://boj.pntic.mec.es/ralesa/pdf/tema04%20m3%20actividades%20terciario.pdf>

Cámara de Comercio de Bogotá . (2021). *Cámara de Comercio de Bogotá* . Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-sociedades-por-acciones-simplificadas>

Camara de Comercio de Medellín para Antioquía . (12 de Agosto de 2021). *Camara de Comercio de Medellín para Antioquía* . Obtenido de <https://virtuales.camamedellin.com.co/consultas/ciiu.html>

Carlos Felipe Gallardo Sánchez, L. E. (09 de 11 de 2018). Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cenes/v38n67/0120-3053-cenes-38-67-124.pdf>

CCURABA. (2021). *Camara de comercio de Uraba* . Obtenido de <https://ccuraba.org.co>  
Clavijo, S. (01 de 08 de 2018). *La republica* . Obtenido de <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/sector-servicios-desempeno-reciente-y-perspectivas-2755195>

DANE. (2020). *DANE*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/inactividad#:~:text=Conceptos%20b%C3%A1sicos,trabajan%20o%20est%C3%A1n%20buscando%20empleo.>

DANE. (2021). *Boletín Técnico Exportaciones* . Bogota .

DANE EAS. (30 de Noviembre de 2020). *DANE*. Obtenido de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eas/bp\\_EAS\\_2019.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eas/bp_EAS_2019.pdf)

DANE ECP. (08 de 11 de 2019). *DANE* . Obtenido de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/ecpolitica/bol\\_ECP\\_19.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/ecpolitica/bol_ECP_19.pdf)

diplomática, O. d. (septiembre de 2021). *Ministerio de asuntos exteriores, Unión Europea y cooperación* . Obtenido de [http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/colombia\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/colombia_ficha%20pais.pdf)

donquijote. (2020). *donquijote*. Obtenido de <https://www.donquijote.org/es/cultura-colombiana/>

Douglas da Silva, W. C. (12 de 06 de 2020). *Blog de Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/claves-para-un-buen-servicio-al-cliente/>

Económicos, O. d. (15 de 04 de 2021). *Mincomercio* . Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/1c8db89b-efed-46ec-b2a1-56513399bd09/Colombia.aspx#:~:text=El%20sector%20primario%20de%20la,9%25%20del%20PIB%20en%202020.&text=El%20sector%20terciario%20represent%C3%B3%20el,de%20la%20din%C3%A1mica%20del%20turismo.>

EMPRESAS, E. (14 de Septiembre de 2021). *DANE*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/encuesta-de-tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-en-empresas-entic-empresas>

Encuesta de consumo cultural DANE. (9 de 12 de 2020). *DANE*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/enlec/bt-enlec-2017.pdf>

fmontero. (2010). *Presentación del sistema jurídico de Colombia*. <https://www.oas.org/dil/esp/Presentacion%20del%20Sistema%20Juridico%20Colombia.pdf>.

Gómez, J. K. (30 de 01 de 2021). *Cámara de Comercio de Urabá*. Obtenido de Informe Socio-Económico 2020: <https://ccuraba.org.co/site/wp-content/uploads/2021/01/INFORME-SOCIO-ECONOMICO-2020.pdf>

Karen Gutiérrez Rojas, N. d. (24 de 03 de 2021). *MinTic*. Obtenido de [https://mintic.gov.co/portal/715/articles-135690\\_manual\\_contratacion\\_u20210326.pdf](https://mintic.gov.co/portal/715/articles-135690_manual_contratacion_u20210326.pdf)

Mintransporte . (10 de 06 de 2019). *Mintransporte* . Obtenido de <https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/7471/puerto-antioquia-y-puerto-pisivi-dos-proyectos-contemplados-en-el-plan-nacional-de-desarrollo-para-el-uraba-antioqueno/>

MiPymes. (21 de 20 de 2021). *Mincomercio* . Obtenido de  
<https://www.mipymes.gov.co/normatividad/leyes>

Mundo Maritimo. (30 de Noviembre de 2015). *Mundo Maritimo*. Obtenido de  
<https://mundomaritimo.cl/noticias/concreto-anuncio-construccion-del-puerto-de-darien-en-uraba-colombia>

Nacional, M. d. (19 de 09 de 2017). *Mineducacion*. Obtenido de  
[https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-propertyvalue-56738.html?\\_noredirect=1](https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-propertyvalue-56738.html?_noredirect=1)

Noticias de industria. (13 de Septiembre de 2019). *Mincomercio*. Obtenido de  
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/en-julio-sector-de-servicios-sigue-recuperandose>

País, E. (04 de Enero de 2021). *El pais.com.co*. Obtenido de  
<https://www.elpais.com.co/tecnologia/que-se-puede-esperar-de-la-en-el-2021-este-es-el-panorama.html>

Ph.D, A. H. (17 de 09 de 2018). *Zambrano*. Obtenido de  
<https://zambranodigital.com/por-que-debo-participar-en-una-rueda-de-negocios/>

ROJAS, J. F. (15 de Mayo de 2015). *El colombiano*. Obtenido de  
<https://www.elcolombiano.com/negocios/empresas/sector-servicios-el-mas-rentable-FH1922623>

Semana. (2014). Crecimiento continuo. *Semana*.

Semana. (01 de 09 de 2020). Comercio y servicios, los que más aportan a ingresos operacionales empresariales. *Semana*, pág. 3.

Sievers, N. N. (2016). *Organización internacional del trabajo* . Obtenido de GUÍA GENERAL PARA EL DESARROLLO DE CADENAS DE VALOR, Cómo crear empleo y mejores condiciones de trabajo en sectores objetivos :

[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/instructionalmaterial/wcms\\_541432.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_541432.pdf)

Sites . (s.f.). Estructura . *Sites*, 4. Obtenido de

<https://sites.google.com/site/estructuramexicotona/2-1-sector-terciario>

Tomás Concha, J. C. (12 de 2017). *Cepal*. Obtenido de

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43133/1/S1700948\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43133/1/S1700948_es.pdf)

Toro, M. P. (15 de 09 de 2019). *El Mundo.com*. Obtenido de Urabá, una economía del banano y el turismo: <https://www.elmundo.com/noticia/Urabauna-economia-del-banano-y-el-turismo/377578>

Universidad Nacional de Colombia. (2020). *Unimedios* . Obtenido de Unal: <http://historico.unperiodico.unal.edu.co/ediciones/104/13.html>

Valora Analitik. (13 de Julio de 2021). Así es la nueva reforma tributaria del Gobierno Duque en Colombia. *Valora Analitik*, pág. 4.

Zona Franca de Urabá. (2021). *Zona Franca de Urabá*. Obtenido de <http://www.zonafrancadeuraba.com/nosotros>