



**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para
MiPymes en la ciudad de Medellín**

Jaqueline Giraldo Lizcano
Kelly Johanna Arango Tamayo

Monografía presentada para optar al título de Especialista en Evaluación Socioeconómica de
Proyectos

Asesor
Juan Pablo García Castro, Magíster en Finanzas

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Económicas
Especialización en Evaluación Socioeconómica de Proyectos
Medellín, Antioquia, Colombia

2022

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Cita	(Arango Tamayo & Giraldo Lizcano,2022)
Referencia	Arango Tamayo, K., & Giraldo Lizcano, J. (2022) <i>Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín [Trabajo de grado Especialización]</i> . Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

Estilo APA 7 (2021)



Especialización en Evaluación Socioeconómica de Proyectos, Cohorte II, 2021



Biblioteca Central “Carlos Gaviria Díaz”, Medellín

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

Rector: John Jairo Arboleda

Decano/Director: Sergio Iván Restrepo Ochoa

Jefe departamento: Carlos Gilberto Restrepo Ramírez

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Dedicatoria

Este logro profesional tan importante se le dedico principalmente a Miranda, mi hija, quien con paciencia e incondicionalidad me acompañó en este proceso y me motivó a continuar sin desfallecer. A mi sobrina Laura Sofia, que amorosamente me apoyo en las labores de cuidado y responsabilidades de mi hija para poder cumplir este objetivo, y a mis hermanas y hermano por brindarme su apoyo.

A mis padres Omaira Tamayo y José Arango y a mi hermano Jhon Arango Tamayo por acompañarme en los momentos difíciles, darme aliento para no desfallecer y brindarme su amor y comprensión.

Agradecimientos

Agradecemos a familiares y amigos quienes nos acompañaron y apoyaron en este proceso académico de manera desinteresada y a nuestro asesore Juan Pablo García Castro, que compartió sus conocimientos y experiencia para culminar de forma exitosa esta especialización.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Tabla de contenido

Dedicatoria.....	3
Agradecimientos.....	3
Resumen y Palabras claves.....	12
Abstract Palabras Claves en inglés.....	13
Introducción.	14
1. Planteamiento del Problema	16
1.1 Antecedentes.....	17
2. Justificación.....	20
3. Objetivos.....	23
3.1 Objetivo General.....	23
3.2 Objetivos Específicos.....	23
4. Marco Referencial.....	24
4.1 Marco Teórico.....	24
4.1.1 Estudio de Factibilidad.....	24
4.1.1.1 Estudio de Mercado.....	24
4.1.1.2 Estudio Técnico.....	26
4.1.1.3 Estudio Legal y Administrativo.....	27
4.1.1.4 Estudio Financiero.....	31
4.2 Marco Conceptual.....	32
4.2.1 Marketing digital.....	32
4.2.2 Comercio electrónico (E-Commerce)	34
4.2.3 MiPymes.....	35

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

5. Factores del entorno.....	38
5.1 Entorno Político.....	38
5.2 Entorno Económico	41
5.3 Entorno Social.....	43
5.4 Entorno tecnológico.....	44
6. Análisis de la demanda.....	48
6.1 Descripción del segmento de mercado y proyección de la demanda.....	50
7. Análisis de la oferta.....	52
7.1 Análisis de los servicios y productos ofrecidos.....	57
8. Estrategia de Mercado del Proyecto.....	59
8.1 Portafolio.....	59
8.2 Precio, plaza y promoción.....	61
8.2.1 Precio.....	61
8.2.2 Plaza.....	62
8.2.3 Promoción.....	63
9. Estudio Técnico.....	65
9.1 Tamaño por demanda proyectada.....	65
9.2 Capacidad nominal y mano de obra requerida.....	66
9.3 Localización.....	67
9.3.1 Macrolocalización.....	67
9.4 Ingeniería del proyecto.....	67
10. Estudio Legal y Administrativo.....	74
10.1 Legal	74

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

10.2 Administrativo	79
10.2.1 Razón y objeto social	79
10.2.2 Visión.....	79
10.2.3 Misión.....	79
10.2.4 Valores.....	79
10.2.5 Objetivos.....	80
10.2.6 Análisis DOFA	80
10.2.7 Estructura Organizacional.....	82
11. Estudio Financiero.....	83
12. Matriz de riesgo.....	92
13. Conclusiones.....	96
Referencias.....	97
Leyes, Decretos y Normas.....	101

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Lista de Tablas

Tabla 1. Marco normativo para la creación de la empresa y regulación de su actividad comercial.....	29
Tabla 2. Clasificación de Comercio electrónico (E-commerce).....	35
Tabla 3. Caracterización de MiPymes según Ley 590 de 2000.....	36
Tabla 4. Conectividad del sector comercio.....	46
Tabla 5. Base empresarial MiPymes en Medellín y el norte del Valle de Aburrá año 2021.....	51
Tabla 6. Proyección de la demanda y ventas de planes por año.....	52
Tabla 7. Empresas con actividades económicas relacionadas con el proyecto.....	53
Tabla 8. Portafolio y precios de empresa que ofrecen servicios de marketing digital.....	54
Tabla 9. Plan tu Empresa Digital.....	60
Tabla 10. Precios individuales de producto y servicio.....	62
Tabla 11. Proyección de la demanda y ventas de planes por año.....	65
Tabla 12. Mano de obra requerida y capacidad de producción.....	66
Tabla 13. Tecnología requerida para el proyecto.....	68
Tabla 14. Ficha Técnica Tu Empresa Digital.....	69
Tabla 15. Determinación de la mano de obra directa e indirecta.....	71
Tabla 16. Determinación de los costos directos de producción o para la prestación del servicio.....	72
Tabla 17. Impuestos operación Digital Med. S.A.S.....	75
Tabla 18. Marco general de regulación Digital Med S.A.S.....	76
Tabla 19. Análisis DOFA.....	80
Tabla 20. Presupuestos de ventas.....	85
Tabla 21. Presupuesto de Costos y Gastos (No Incluye Depreciación)	85

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Tabla 22. Capital de trabajo neto operativo (Kwno)	85
Tabla 23. Presupuesto de Inversiones.....	86
Tabla 24. Depreciación y Amortización.....	86
Tabla 25. Amortización de la Deuda.....	86
Tabla 26. Estado de Resultados - Ganancias y Pérdidas G & P.....	87
Tabla 27. Estado de Fuentes	87
Tabla 28. Estado de Usos.....	88
Tabla 29. Pasivo y Patrimonio.....	89
Tabla 30. Flujo de Caja Libre (Desde Estado de Resultados).....	89

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Lista de Figuras

Figura 1. Proceso Plan Tu Empresa Digital	71
Figura 2. Organigrama Digital Med S.A.S.....	83

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Siglas, acrónimos y abreviaturas

ACOPI	Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
ANIF	Asociación Nacional de Instituciones Financieras
B2C	Índice de Comercio Electrónico
CCCE	Cámara Colombiana de Comercio Electrónico
CCMA	Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia
CTDE	Centros de Transformación Digital Empresarial
CEM	Centro de estudios de la empresa micro
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CONARP	Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria
DOFA	Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas
E-commerce	Comercio Electrónico
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PIB	Producto Interno Bruto
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
MiPymes	Micro, Pequeñas y Medianas empresas ()
MinTIC	Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
VPN	Valor Presente Neto
TIR	Tasa Interna de Retorno
SAS	Sociedad de Acciones Simplicadas
SENA	Servicio Nacional de Aprendizaje
SMLMV	Salarios mínimos legales vigentes
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Resumen

El avance en las tecnologías de la información y comunicaciones, en especial del internet, ha demandado de las MiPymes desarrollar estrategias innovadoras para su posicionamiento en el mercado y transformar sus procesos de comercialización de bienes y servicio. El marketing digital es una alternativa que aporta a estos propósitos permitiendo también la optimización del tiempo y los recursos de las empresas.

Teniendo en cuenta lo anterior, este proyecto presenta una evaluación de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín. En este se especifican las generalidades de la propuesta, un marco referencial y los resultados de los siguientes estudios: Mercado, Técnico, Administrativo y Legal, y Financiero; y un análisis de Riesgo. Una vez procesada la información se pudo concluir que es factible la creación de la empresa de marketing digital de acuerdo a los criterios evaluados en los estudios.

Palabras claves: estudio de factibilidad, marketing digital, E-commerce, tecnologías de la información y comunicaciones, y mercado.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Abstract

The technological advances in information and communications, especially in the internet, it has demanded from the small and medium sized companies the development of innovated strategies for the market positioning and to favorably transform their processes of commercializing goods and services .

Digital marketing is an alternative that contributes to these purposes also allowing the optimization of time and company resources .

Taking into account the above comment , this project presents an evaluation of feasibility for the creation of a digital marketing company for SMEs in the city of Medellin . It specifies the generalities of the proposal, a referencial frame and the results of the following studies :

Marketing, technical, administrative and legal, financial, and a risk analysis. Once the information has been process, it has been concluded that it is feasible the creation of a digital marketing company in accordance to the criteria evaluated in these studies.

Keywords: feasibility study, digital marketing, E-commerce, social media,
information and communication technologies, market

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Introducción

El marketing digital se viene consolidando en el mundo como una estrategia empresarial innovadora que responde a las demandas globalizadoras actuales que surgen de la era y la economía digital. Los sectores productivos tanto en el ámbito público como privado, están en transformación y adaptación a los nuevos procesos digitales de allí que el uso y administración de la social media, de portales web y la incorporación del comercio electrónico (E-commerce) se perfilen como alternativas que brindan beneficios económicos a corto y mediano plazo convirtiendo el marketing digital en un negocio atractivo y con proyecciones de crecimiento.

Por lo anterior, este proyecto plantea evaluar la factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín, teniendo en cuenta que este grupo de empresas son el principal músculo productivo del país con un 99% de participación, aportan el 40% al Producto Interno Bruto (PIB) y generan aproximadamente el 79% del empleo nacional (Asociación Nacional de Instituciones Financieras [ANIF], 2021).

Para lograr los fines de la evaluación se realizó un estudio de mercado que parte de un análisis del macroentorno político, económico, social y tecnológico que podría influir directa o indirectamente en el funcionamiento de la empresa. Posteriormente se realiza un análisis de la demanda y oferta en el municipio de Medellín y su Área Metropolitana, esto con el fin de establecer las principales necesidades de las MiPymes frente al marketing digital y conocer de qué forma el mercado ha atendido dicha demanda. En este estudio también se detalla el portafolio que ofrece la empresa que se proyecta crear y toda su estrategia de comercialización.

Un segundo estudio que se abordó es el técnico, el cual permitirá establecer el tamaño de la empresa teniendo en cuenta criterios como: proyecciones de la demanda, la capacidad nominal

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

y la mano de obra requerida. Igualmente se desarrolló la ingeniería del proyecto con el fin de detallar el proceso de producción del servicio y seleccionar la tecnología más apropiada y disponible para lograr este fin, optimizando al máximo los recursos y reduciendo costos.

Un tercer estudio es el legal y administrativo, en el cual se detalló el tipo de sociedad comercial que se conformará con su correspondiente marco legal. En cuanto a la actividad de marketing digital, en el país no existe una regulación específica, no obstante, si hay algunas normativas relacionadas que se convierten en el marco general que legisla esta actividad y por lo tanto es importante citarla. También se abordó el marco estratégico y organizativo de la empresa, el cual define los lineamientos generales que orientan a la empresa para el cumplimiento de sus objetivos.

Para finalizar el estudio de factibilidad se realizó una evaluación financiera que contiene los flujos de caja y el balance general de la empresa, se aplicó también los indicadores de Valor Presente Neto (VPN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) para establecer si la creación de la empresa es viable y rentable para los inversionistas.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

1. Planteamiento del Problema

El contexto mundial de globalización enfrenta a las sociedades a nuevos retos y oportunidades en las formas de interacción social, cultural y económica. Las relaciones interpersonales, la comunicación, los negocios, el acceso a bienes y servicios, están en permanente cambio y allí las Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) tienen un papel fundamental, considerándose hoy en día una necesidad para que las empresas logren resultados más eficientes, sean más productivas, competitivas y posicionadas en un mercado que está en constante transformación.

Los avances de las TIC en todos los sectores económicos del país van de la mano del desarrollo de la economía digital y buscan mediante la innovación mejorar la conexión entre los ciudadanos, el sector económico público y privado y el Estado. La economía digital representa el 15,5 % del Producto Interno Bruto (PIB) mundial evidenciando en los últimos 15 años un crecimiento en este indicador (Banco Mundial, 2022)

En este sentido, en la economía digital se encuentra el marketing digital como alternativa para fortalecer e impulsar los procesos organizacionales y comerciales de las empresas. Esta estrategia permite recopilar y almacenar constantemente información con el fin de ser procesada para contribuir en la optimización de los recursos, la apertura de nuevos mercados, perfilar clientes potenciales, una comunicación más fluida con consumidores, proveedores y empleados, posicionamiento, entre otros beneficios, los cuales pueden lograrse a través de la recolección constante de datos. (Bishop, 2002)

En la actualidad el uso del marketing digital se ha consolidado como un medio para el fortalecimiento de los procesos comerciales de las organizaciones, lo que fue muy evidente

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

durante las restricciones de circulación y los periodos de cuarentena en muchos países del mundo por la pandemia del COVID-19 entre los años 2019 y 2021. El cierre forzado de gran parte del comercio y algunas empresas obligó a estos sectores a desarrollar alternativas para la oferta y obtención de bienes y servicios a través del comercio electrónico (E-commerce). Las redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram y plataformas como YouTube y las destinadas para pagos electrónicos, fueron los medios más utilizados para continuar sus actividades económicas.

Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, la UNCTAD, el sector del comercio electrónico experimentó un gran crecimiento en las ventas al por menor, pasando del 16% al 19% en 2020.

Por otro lado, y según las últimas estimaciones disponibles, las ventas del comercio electrónico a nivel global en 2019, incluyendo las ventas entre empresas y de empresa a consumidor, alcanzaron los 26,7 billones de dólares, un aumento del 4% con respecto a 2018. La cifra equivale al 30% del producto interior bruto mundial de 2019 (Organización de Naciones Unidas [ONU], 2021)

En el caso colombiano las ventas por comercio electrónico también han aumentado y tomado un protagonismo en el país, tal y como lo menciona la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE) las ventas digitales en Colombia para 2021 incrementaron un 40,2 % respecto al año anterior, registrando \$39,8 billones de pesos de ventas en línea y crecieron a una tasa mensual promedio de 3,7 % (Cámara de Comercio Electrónico [CCE], 2022)

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Teniendo en cuenta el panorama anterior, el marketing digital y el comercio electrónico abren oportunidades para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPymes), las cuales representan el 99% de las compañías del país (Asociación Nacional de Instituciones Financieras [ANIF], 2021). Según la Encuesta de las Cámaras de Comercio de Monitoreo del Impacto del COVID-19 en las Empresas realizado por Confecámaras (2020) un 63% de la MiPymes han utilizado las redes sociales, el internet, Marketplace y domicilios como sus canales de venta durante el periodo de confinamiento.

Actualmente Medellín se perfila como un territorio con un mercado potencial para el desarrollo de negocios que promuevan servicios de marketing digital teniendo en cuenta que, durante el 2020, esta ciudad se destacó por la creación de pequeños negocios, reflejando un crecimiento de 5,9% en comparación al año anterior y en relación a otras ciudades (Fenalco Antioquia, 2021)

A partir del análisis presentado se evidencia un avance en la incorporación de estrategias digitales en el sector productivo del país. Es importante continuar fortaleciendo estos mecanismos que contribuyen a la innovación y el desarrollo económico de las empresas, y en consecuencia a la economía nacional. En esta perspectiva, el presente proyecto se propone realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín.

1.1 Antecedentes

Para los propósitos de este estudio de factibilidad que tiene como fin la creación de una empresa de marketing digital es importante conocer un contexto de investigaciones y proyectos desarrollados referentes a los avances y estrategias que se tienen en esta materia, y un

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

panorama general de estudios sobre MiPymes en Colombia. A continuación, se mencionan algunos de estos.

Hoyos Estrada y Satoque-Gómez (2020) realizaron un artículo titulado “*Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PYMES en Colombia en tiempo del Covid – 19*”, donde se realizó un análisis de las diferentes herramientas utilizadas por las organizaciones para efectuar sus ventas a través del comercio electrónico durante y después de la pandemia con el fin de captar nuevos clientes. En dicha investigación se concluyó la necesidad de que las Pymes amplíen sus conocimientos en el uso de las TIC y en la normatividad referente a comercio electrónico. Además, propone que los contenidos para ofrecer productos y servicios deben ser innovadores y de valor para lograr mayor éxito y posicionamiento en el mercado.

Ramírez Fernández y Gómez Cortés (2016) los autores desarrollaron una investigación denominada “*Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital en Cali, dirigida al mercado de las micro, medianas y pequeñas empresas – MIPYMES*” en este proyecto se realizó un análisis del mercado que permitió identificar las necesidades y percepciones que tienen las empresas medianas de Cali sobre las herramientas de marketing digital. Igualmente se desarrolló otros estudios denominados módulo operacional, módulo organizacional, módulo de finanzas, plan operativo e impactos los cuales buscaban evaluar la viabilidad del proyecto.

Álzate Posada y Castrillón Hernández (2019) formularon un proyecto titulado “*Estudio de prefactibilidad para la creación de una plataforma E-commerce para comerciantes en el Hueco de la ciudad de Medellín*”, este se propuso analizar la viabilidad de la implementación de una plataforma de comercio electrónico para ofertar vestuario y calzado en el área

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

metropolitana de la ciudad. La propuesta estaba dirigida a que los comerciantes acercaran la oferta de sus productos a los clientes sin que estos tuvieran que desplazarse hasta el local. La investigación concluyó la prefactibilidad de la propuesta, encontrando necesario hacer un estudio de factibilidad donde se aborden algunas variables sensibles de riesgo.

Para finalizar, se tuvo en cuenta un estudio realizado por Mendoza Salazar (2021) denominado “*Prefactibilidad para la creación de una agencia de marketing digital para empresas pymes de la ciudad de Bogotá D.C*”, en dicho trabajo se analizó la viabilidad de ofrecer un servicio específico en manejo de redes sociales (Social Media), dónde se destacó que en el mercado actual en la Capital hay insatisfacción y necesidades en este ámbito, ya que muchas empresas del sector enfocan sus servicios en diseño y publicidad.

2. Justificación

Los avances tecnológicos han influido en el cambio de los hábitos de consumo de las personas quienes encuentran en los canales digitales una opción atractiva para la obtención de bienes y servicios. Los confinamientos generados durante el 2020 incrementaron las ventas en canales digitales lo cual permitió que algunas empresas sobrevivieran a los impactos económicos derivados de la emergencia sanitaria mundial.

Este panorama demanda de las MiPymes la necesidad de innovar en sus procesos productivos, comerciales y de mercadeo, fortaleciéndose en el escenario digital como opción para ampliar su segmento de clientes y aumentar sus ventas. Con frecuencia estas organizaciones no pueden hacer uso de estrategias de mercadeo y publicidad en medios tradicionales como televisión, radio y prensa debido a sus altos costos, de allí que el marketing digital se presenta como una de las oportunidades de mayor accesibilidad económica para que este sector pueda darse a conocer y posicionarse.

Una compañía anunciante, en Colombia, invierte en marketing-comunicación-publicidad, por término medio, el 3.6% de su facturación-ventas. De esa inversión, más de un tercio se destina a acciones digitales, lo que representa un aumento del 15% en los últimos 2 años.

Colombia, con un 34.7%, ya ha alcanzado el nivel de inversión digital de otros países de su entorno como Argentina (33.9%) o México (34.2%) con una cifra igual a la de España y acercándose a Brasil, que es el país donde más se invierte en digital en el continente (38.7%) (Agency Scope, 2021)

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

En línea de lo anterior, este proyecto de factibilidad se justifica ya que responde a las necesidades de competitividad y transformación digital de las MiPymes, implementando estrategias de marketing digital adaptadas a sus características y a las de los mercados. Este estudio encuentra una demanda potencial en el aumento de la creación de microempresas en Medellín y el uso creciente de medios digitales por parte de consumidores para la obtención y utilización de bienes y servicios. Según el informe Digital 2021 Global Overview Report publicado por la agencia internacional de marketing y comunicaciones We Are Social (2021), durante el 2020 del total de población colombiana un 69% tuvo conexión de internet, de este total 87% buscaron un producto por este medio y el 67% de usuarios realizaron compras online.

Además, este estudio de factibilidad es acorde con la visión del Plan de Desarrollo “Medellín futuro 2020-2023” en su Línea estratégica 1. Reactivación económica y Valle del Software, la cual plantea la necesidad de diversificar y modernizar la economía del municipio a través del desarrollo de estrategias económicas fundamentadas en la cuarta revolución industrial y la economía digital. En coherencia con esta visión este proyecto propicia alternativas para que las MiPymes tengan mayor apropiación de tecnologías digitales y así aprovechen las ofertas y ventajas globales que hoy día generan la conectividad al internet y las redes sociales.

Igualmente, desde el Gobierno Nacional se apuesta al desarrollo y consolidación de estrategias que aumenten la capacidad y la innovación del tejido empresarial de allí que MinTIC esté promoviendo actualmente algunas políticas como el Plan de Digitalización de MiPyme y el programa SofisTICa.

Este proyecto también favorece la generación de empleo calificado principalmente a los profesionales del área de la comunicación, diseño gráfico y mercadeo esto como un aporte para

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

enfrentar el desempleo en el país el cual se ubicó para abril del 2022 se ubicó en un 11,2%, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2022).

Para finalizar es fundamental que los sectores académicos se incorporen a los procesos de innovación tecnológica que contribuyan a la formulación y diversificación de negocios sostenibles que generen nuevos empleos, apuntando al eje misional de Extensión Universitaria de la Universidad de Antioquia, en cuanto conecta la producción de conocimiento académico y las capacidades interinstitucionales para trabajar a favor del mejoramiento del desarrollo de la ciudad y del país.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Evaluar la factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín mediante el desarrollo de estudios de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero.

3.2 Objetivos Específicos

Desarrollar un estudio de mercado que permita la identificación de las características del macroentorno, de la demanda potencial, de la oferta y competencia actual y las estrategias de comercialización del proyecto.

Realizar un estudio técnico que permita determinar el tamaño, la localización y la ingeniería necesaria y disponible para el desarrollo de la actividad económica de la empresa.

Estructurar un estudio administrativo y legal para establecer el marco estratégico y organizativo de la empresa y la norma y legislación que la rige.

Evaluar financieramente el proyecto para definir la viabilidad y rentabilidad de la creación de la empresa.

4. Marco Referencial

El presente marco referencial abordar teorías relacionadas con los tipos de estudios que se deben realizar para el presente proyecto y aclarar conceptos necesarios para desarrollar el mismo.

4.1 Marco Teórico

4.1.1 Estudio de Factibilidad

Para la creación de la empresa de marketing digital es fundamental realizar un estudio de factibilidad que permita identificar y analizar el problema a abordar y las necesidades que se generan en el ambiente socioeconómico que se desarrolla alrededor del proyecto, desde allí plantear las soluciones más acordes tanto en los ámbitos técnicos, financiero y económico que permitan viabilizar la propuesta. (Murcia et. al, 2019)

Para lograr lo anterior, es importante abordar criterios específicos que permitan la construcción de un escenario probable para el desarrollo del proyecto y de esta forma, tener un panorama detallado que permita tomar la decisión de invertir o no en la propuesta. En adelante se retomarán los aspectos generales que definen cada uno de los estudios necesarios para la presente evaluación de factibilidad: Estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio financiero y matriz de riesgo.

4.1.1.1 Estudio de Mercado

Desde los planteamientos de Miranda (1999. p. 53) el estudio de mercado es “la recopilación y análisis de antecedentes que permita determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad”. De acuerdo al autor, este estudio permite analizar algunas variables socioeconómicas que influyen directa o indirectamente en el proyecto desde la

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

perspectiva de diferentes actores (clientes, proveedores y competidores) y desde diversos ambitos de la sociedad (político, legal, económico, social y de mercado).

El autor plantea cinco elementos fundamentales a tener en cuenta para realizar el análisis de mercado. Primero, la identificación del bien y servicio ofrecido, en el cual se detallan las características del producto y sus usos, posibles clientes, presentación, composición, fuentes de insumos, distribución, precios, costos, política económica que puede influir en la producción y comercialización, entre otros; segundo, la demanda, donde se estiman factores que condicionan el consumo y las cantidades que pueden ser vendidas con sus correspondientes precios; tercero, la oferta, la cual tiene como propósito identificar como se ha atendido las demandas de los consumidores; cuarto, el precio, que responde a criterios como los costos de producción, la demanda y el mercado de un bien o servicio; por último se encuentra la comercialización, en el cual se determinan los procesos para que el producto ofrecido llegue al consumidor final.

Otros académicos como Murcia et. al (2019) incluyen en el estudio de mercado un análisis del macro y microentorno. En el primero se tienen en cuenta diversas fuerzas como: políticas y legales, en el que se especifican las normas e instituciones que intervienen en el desarrollo del proyecto; económicas, donde se consideran las políticas de los gobiernos en esta materia y los ciclos económicos del país; socioculturales, que contemplan los hábitos, creencias, tradiciones y estilos de vida de los consumidores; tecnológicas, donde se analizan los avances en esta materia especialmente en lo relacionado con los dispositivos electrónicos y la conectividad de internet como oportunidad para los procesos de las empresas, y por último, ecológicas y naturales, las cuales se plantean un abordaje de los usos e impactos de las empresas en los recursos naturales.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

En cuanto al microentorno propone tener en cuenta aspectos como: el entorno interno de la empresa, caracterización de los consumidores, la cadena de proveedores para el suministro de materia prima, la competencia, los intermediarios del mercado y para finalizar, el público, entendido como los actores del mercado que tienen una relación indirecta con la empresa, pero pueden influir en su funcionamiento.

4.1.1.2 Estudio Técnico

Este estudio consiste en determinar los criterios y las posibilidades técnicas para que una empresa pueda prestar un servicio o producir un bien. En palabras de Rojas López (2007):

El estudio técnico debe indicar en forma explícita las etapas principales de perfeccionamiento de la idea original, hasta llegar al diseño propuesto como solución del proyecto definitivo.

Este estudio no solo debe demostrar la viabilidad técnica del proyecto, sino que también debe mostrar y justificar cuál es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que se aplican al proyecto (p. 40)

A partir de este autor y de otra bibliografía consultada como Miranda (1999) y Murcia et. al, (2019), se pueden identificar algunos componentes que son fundamentales considerarlos al momento de desarrollar este estudio:

- **Tamaño del proyecto:** determina la capacidad de producción del servicio o bien ofrecido. Para esto es importante tener en cuenta algunos factores como: mercado disponible, proyecciones de la demanda, la mano de obra necesaria (perfiles), las materias primas e

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

insumos disponibles, la tecnología ofertada en el mercado, el monto de inversión del proyecto y costos de operación.

- La localización: establece y analiza las variables que determinan el lugar más apropiado en terminos de optimización de costos y mayor utilidad para la ubicación del proyecto. Algunos de los aspectos considerados son: cercanía al mercado objetivo, disponibilidad de materias primas e insumos, medios y costos del transporte, disponibilidad y costo de la mano de obra, costos de la propiedad raiz (compra o arriendo), topografía, normatividad legal, accesibilidad a recursos públicos y otros que pueden ser establecidos dependiendo de la actividad particular de cada proyecto y sus objetivos.

Existen dos niveles para la localización del proyecto: la macrolocalización y la microlocalización. Según Rojas López (2007) la primera consiste en la “ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región” mientras que la segunda hace referencia a “la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en está se hará la distribución de las instalación” (p. 44)

- Ingeniería: está ligada a buscar la optimización de los recursos del proyecto mediante la selección de la tecnología apropiada y disponible para la producción del bien o servicio, la descripción detallada del producto ofrecido y de su proceso de obtención, la descripción de los insumos y equipos necesarios para la operación, y por último, la distribución espacial e interna de la empresa (en los casos donde exista).

4.1.1.3 Estudio Legal y Administrativo

En la formulación de un proyecto es fundamental definir e identificar la estructura organizacional y su constitución legal acorde a la actividad económica y a las necesidades de la

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

organización que se tiene como objetivo crear. La planificación de estos aspectos permite tener una visión clara para orientar los esfuerzos en el cumplimiento de las metas propuestas.

Además, cuantifica los recursos económicos necesarios para la contratación del recurso humano y los permisos y licencias necesarios para su debido funcionamiento.

En este estudio se debe realizar un análisis de diversos componentes: primero, el marco jurídico que determina los instrumentos legales requeridos para la constitución y funcionamiento de la empresa o del tipo de organización que se considere acorde para la ejecución y cumplimiento de objetivos del proyecto; segundo, construir los procedimientos y el marco reglamentario necesario para la fase de operación de la empresa; y tercero, establecer la estructura organizativa para la gestión administrativa en su fase de ejecución y operación. Para esto último, es indispensable crear un organigrama que exprese gráficamente los cargos de la empresa, los niveles jerárquicos, las principales unidades de la empresa y/o organización, y los canales de comunicación entre estas últimas (Meza Orozco, 2013)

En consecuencia, dentro de este estudio es importante definir aspectos como la filosofía de la empresa: misión, visión y valores que harán parte del ADN del proyecto, componer la estructura organizacional donde se determina el recurso humano necesario para operar, las funciones de cada profesional, las unidades y procesos que se conformarán y su distribución jerárquica. Además, de elaborar un diagnóstico de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (DOFA) de la organización a partir de su entorno económico dónde operará.

Concebir la organización como un conjunto de procesos que producen bienes y/o servicios de valor para el cliente, es destacar la forma como se realiza el trabajo en la organización y esta es una condición para diseñar una organización con una

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

filosofía de la calidad total, definir los procesos que son los medios, es fundamental para alcanzar los resultados y fines (Méndez Lozano, 2004, p. 270)

Para el presente proyecto se requiere la constitución de una empresa, para esto se eligió la figura legal de Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), creada por la ley 1258 de 2008 y el decreto 2020 de junio de 2009, basándose en la antigua ley de emprendimiento 1014 de 2006. Este tipo de sociedad tiene una conformación más flexible que otras formas jurídicas, se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un documento privado que se registra en la cámara de comercio, su costo para la constitución depende del capital y los activos que reporte.

Dentro de los aspectos legales para la formulación e implementación de este proyecto privado, se debe tener panorama amplio sobre las normas jurídicas en el ámbito colombiano que reglamentan la naturaleza y actividad objeto del proyecto y que influyen indirectamente en el cumplimiento de las mismas. A continuación, en Tabla. 1 se relaciona algunas de las principales normas legales vigentes

Tabla 1.

Marco normativo para la creación de la empresa y regulación de su actividad comercial

Ley	Objeto
Ley 78 de 1935 - Impuesto sobre la renta	<i>“Por la cual se reforman las disposiciones vigentes del impuesto sobre la renta, se aumenta la tarifa, se establecen unos impuestos adicionales y se suprimen otros”</i>
Ley 590 del 2000	<i>“Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas para la generación de empleo, el desarrollo regional y la integración entre sectores económicos”.</i>

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Ley 905 de 2004	Busca estimular, promocionar y formar mercados competitivos en el sector de las MiPymes.
Ley 14 del 2006 - Fomento de la Cultura de emprendimiento en Colombia	Reglamenta las disposiciones generales para el fomento de la cultura del emprendimiento.
Ley 1258 de 2008 - Creación de Sociedad de acciones simplificadas	<i>“A través de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada, la cual podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, con el fin de estimular el emprendimiento para su constitución y funcionamiento”</i>
Ley 2069 de 2020 - Emprendimiento	“Promueve la creación de nuevos empleos a través de un marco regulatorio que facilite el nacimiento de nuevos emprendimientos”
Ley 1480 de 2011 - Estatuto del Consumidor	Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor, la cual tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de este, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente al acceso a información adecuada, la calidad, idoneidad, seguridad y el buen estado y funcionamiento de los productos y servicios que adquiere.
Ley estatutaria 1581 de 2012 - Protección de datos	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales, donde se incluye la autorización expresa de los usuarios para capturar y almacenar su información personal, así como la transparencia en la utilización de esas bases de datos.
Ley 1838 de 2017	Por la cual se dictan normas de fomento a la ciencia, tecnología e innovación mediante la creación de empresas de base tecnológica (SPIN OFFS) y se dictan otras disposiciones.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria “Expedido por la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP), el Código es una regulación ponderada, con principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio”

Elaboración propia. Fuente: Fuentes: Ley 78 de 1935, Ley 590 del 2000, Ley 905 de 2004, Ley 14 del 2006, Ley 1258 de 2008, Ley 2069 de 2020, Ley estatutaria 1581 de 2012, Ley 1838 de 2017, Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria (CCAP)

4.1.1.4 Estudio Financiero

El estudio financiero permite identificar la viabilidad y rentabilidad económica de un proyecto posterior a la recolección y análisis de información brindada por los estudios de mercado, técnico, legal y administrativo. En este se debe tener en cuenta aspectos como: costos, capital de trabajo, activos fijos, gastos preoperativos, fuentes de financiación, proyección de ventas, entre otros, que contribuyen a cuantificar los recursos necesarios para la ejecución del proyecto y analizar las diversas alternativas de apalancamiento a las que se pueden acceder.

Las inversiones se clasifican como fijas, diferidas y capital de trabajo. Las inversiones fijas están asociadas a las necesidades de la infraestructura, maquinaria, equipos, vehículos y suelen ser depreciables; estas inversiones se caracterizan por ser adquiridas con el propósito de usarse para la actividad productiva del proyecto. Las inversiones diferidas se asimilan a gastos hechos por anticipado (Gastos necesarios antes de que inicio de operaciones el proyecto) tales como gastos de constitución, arrendamientos, gastos de puesta en marcha, intereses preoperativos y el capital de trabajo, capital de operación o de giro tiene

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

como finalidad garantizar el normal funcionamiento del proyecto (Méndez Lozano, 2004, p.270)

Este estudio es fundamental en la formulación y evaluación de un proyecto, ya que permite realizar una planeación estratégica, una adecuada toma de decisiones para la administración eficiente de los recursos que contribuya a la consolidación de una propuesta competitiva y rentable en el tiempo, mitigando situaciones que puedan afectar su funcionamiento.

El análisis financiero es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa. Su propósito es el de obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía, permitiéndole con ello una adecuada toma de decisiones (Meza Orozco, 2013). La realización y el resultado de este estudio permitirá conocer la viabilidad del proyecto, cuantificar en términos económicos proporcionará nociones de la magnitud de la inversión que se requiere y evaluar las diferentes alternativas para la adquisición de un crédito que sea favorable para los intereses del proyecto,

4.2 Marco Conceptual

4.2.1 Marketing digital

La economía digital se puede entender como el resultado de los avances y procesos de transformación generados por las TICs en el mundo. La evolución de estas, particularmente del internet, ha permitido que más personas tengan acceso a diversos escenarios digitales permitiendo ampliar la demanda de bienes y servicios orientados a satisfacer necesidades o resolver problemas cotidianos. Ante este escenario, las empresas e instituciones se ven obligadas a tener mayor versatilidad e innovación al momento de diseñar e implementar sus

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

procesos en los diferentes eslabones de la producción, la operación y la comercialización, esto como elemento necesario para ser más competitivos en el mercado.

Entre uno de los componentes de la economía digital encontramos el marketing digital el cual es objeto central de la actividad económica del presente proyecto de factibilidad. Se entiende este concepto como:

El conjunto de procesos realizados en plataformas tecnológicas por medio la utilización de aplicaciones, softwares y gestión de contenidos y redes sociales a través de canales digitales, que permiten complementar las funciones del marketing tradicional y cuyo alcance se basaría en el entendimiento de las necesidades de los mercados y la satisfacción de los mismos a través de productos y servicios que les generen un alto valor añadido. Es por ello que el marketing digital impacta en ambas dimensiones del marketing, tanto la estratégica a través de ese entendimiento crítico de las necesidades de los clientes y consumidores potenciales para poder desarrollar productos y servicios acordes a ellas, como en el nivel operativo donde a través de las distintas herramientas y aplicaciones utilizadas en los canales digitales se puede incrementar la eficiencia de los procesos y programas de marketing frente a los objetivos y estrategias que se plantee la organización. (Núñez Cudriz, 2020, p.4)

Partiendo de lo anterior, se destaca el rol importante del marketing digital para que las empresas transformen o mejoren los bienes o servicios ofertados de acuerdo a las demandas de la era digital, creen canales de comunicación y distribución directa eliminando de esta forma intermediarios para reducir costos y generar una relación comercial más cercana con los clientes y usuarios.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

En comparación a los medios tradicionales, la utilización del marketing digital implica costos menores y permite mayor eficiencia y focalización en los recursos de las organizaciones.

Asimismo, el contacto más directo con los consumidores puede ayudar a identificar y comprender con mayor detalle las motivaciones y gustos de estos (Arellano et. al, 2018). Si bien este medio ofrece grandes posibilidades y beneficios a los sectores productivos y comerciales, el desconocimiento en su manejo lleva a que su utilización sea aún reducida por las empresas y por ello es importante continuar esfuerzos para avanzar en su incorporación.

4.2.2 Comercio Electrónico (E-Commerce)

Se entiende comercio electrónico (E-commerce) como “el uso del internet y la web para hacer negocios, transacciones comerciales habilitadas de manera digital entre organizaciones e individuos para la adquisición de productos y servicios” (Cladon & Guercio Traver, 2009, p.10) Esta herramienta se presenta como una gran oportunidad para el crecimiento de las organizaciones y el fortalecimiento de sus sistemas productivos y comerciales, estar a la vanguardia de esta herramienta trae múltiples ventajas como: reducción de costos, dado que no requiere una inversión tan alta como un negocio tradicional, pasando de un espacio físico a uno virtual; alcance, cierra brechas territoriales ampliando la cobertura en el mercado; cercanía con clientes, permite una comunicación directa y fluida con el público objetivo a través de la interacción constante; incremento en ingresos, muchos usuarios han cambiado sus hábitos de consumo prefiriendo estas plataformas por la comodidad y facilidad para la adquisición de bienes y servicios, entre otros beneficios.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

En la actualidad, existen diversas clasificaciones de comercio electrónico que se relacionan a continuación:

Tabla 2.

Clasificación de Comercio electrónico (E-commerce)

Tipo	Definición
Comercio electrónico de negocio a consumidor (B2C)	Negocios en línea que ofrecen sus productos y servicios a consumidores individuales.
Comercio electrónico de negocio a negocio (B2B)	Son las ventas de empresas en línea a otras organizaciones.
Comercio electrónico de consumidor a consumidor (C2C)	Consumidores que venden a otros consumidores
Comercio electrónico de igual a igual(P2P)	Uso de la tecnología de igual a igual, que permite a los usuarios de internet compartir archivos y recursos de computadora directamente, sin tener que pasar a través de un servidor web central, en el comercio electrónico.
Comercio móvil (M- commerce)	Uso de dispositivos digitales inalámbricos para realizar transacciones en la web.

Elaboración propia. Fuente: Elementos de E-commerce, negocios, tecnología y sociedad (Cladon & Guercio Traver, 2009)

4.2.3 MiPymes

Las MiPymes se entienden como las micro, pequeña y medianas empresas, integradas por personas naturales o jurídicas que realicen una actividad económica con ánimo de lucro, son consideradas como el principal motor de la económica en Colombia ya que lideran gran parte de la generación de empleo y aportan al crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB),

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

promoviendo la transformación en la productividad, competitividad y desarrollo del mercado en el país. “Las MiPymes contribuyen también a la innovación, la transferencia de tecnología y directa o indirecta a las exportaciones. Las Pymes son, además, una fuente importante de ingresos y empleos de la clase media, un estamento estabilizados de cualquier sociedad” (Schnarch K, 2013, p. 21)

Actualmente existe en Colombia la Ley 590 de 2000 por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, dónde se realiza una caracterización de cada una de acuerdo a parámetros como el número de trabajadores, nivel de ventas y activos. A continuación, se relaciona su clasificación de acuerdo a la legislación nacional:

Tabla 3.

Caracterización de MiPymes según Ley 590 de 2000

Categoría	Empleados	Activos
Mediana Empresa	Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.	Presentando activos totales entre cinco mil unos (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes
Pequeña Empresa	Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores	Presentando activos totales entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil unos (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigente
Microempresa	Planta de personal no superior de diez (10) trabajadores	Presentando activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Fuente: Elaboración propia

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Para impulsar el crecimiento de las MiPymes a nivel nacional el Gobierno ha implementado múltiples estrategias como: facilitar su acceso a créditos disminuyendo las tasas de interés y los plazos de pago con el objetivo de que puedan realizar inversiones en activos, cubrir el pago de nómina o aumentar su recurso humano; capacitaciones y asesoramiento en temáticas como apropiación de las TIC, marketing digital y comercio electrónico; apoyo en la implementación de plataformas tecnológicas desarrollo de páginas web y E-commerce e incentivos económicos, entre otros.

5. Factores del entorno

El siguiente análisis permitirá identificar algunos factores del macroentorno político, económico, social y tecnológico que influyen directa o indirectamente en la creación y funcionamiento de la empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín 5.1

5.1 Entorno Político

Históricamente las MiPymes en Colombia han enfrentado diversas dificultades que limitan su dinamismo en el mercado, dentro de las que se destacan la falta de acceso a financiamiento, inexistencia de un plan estratégico, desconocimiento del mercado, la falta de equipamiento tecnológico, entre otros factores.

El progresivo avance de las TIC ha generado grandes impactos y cambios determinantes en la sociedad, generando consigo desafíos en la comercialización de productos y servicios en las organizaciones, del mismo modo ha constituido un reto para el Gobierno Nacional en la promoción de políticas públicas que promuevan el potencial uso de estas herramientas como una oportunidad de crecimiento y desarrollo económico para el país.

En ese contexto, en Colombia en 2009 fue creado el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), entidad “encargada de diseñar, adoptar y promover las políticas, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con el fin de facilitar el acceso a estas a todas las comunidades del territorio nacional” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia [MinTIC], 2021)

Dentro las apuestas que viene ejecutando este Ministerio para fortalecer el uso de las tecnologías en el territorio nacional se encuentra la política “El Futuro Digital es de Todos

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

2018-2022” compuesta por 4 ejes: 1. Entorno TIC para el desarrollo digital; que tiene como objetivo masificar las tecnologías concentrando los recursos en los ciudadanos con menos capacidad adquisitiva; 2. Inclusión social digital que busca llevar conectividad a las comunidades que por razones económicas, sociales, geográficas o culturales no tienen; 3. Ciudadanos y hogares empoderados del entorno digital que tiene como fin que las comunidades se apropien de las tecnologías a través de un uso consiente, responsable y productivo; 4. Transformación digital y sectorial, consolida las iniciativas del sector privado y el público a nivel nacional y territorial para trabajar en conjunto en estrategias que le apunten a la cuarta revolución industrial. (MinTIC, 2018)

Además de promover el acceso y uso de las tecnologías en las comunidades, también es importante analizar las medidas a nivel nacional y municipal que se han tomado para fortalecer el desarrollo empresarial en el ámbito de competencias digitales y sistemas de comercio electrónico, luego del impacto producido por la pandemia del COVID- 19 que obligó a repensar el modelo tradicional de comercialización de productos y servicios y que afectó a muchas organizaciones, incluso en algunos casos hasta llevarlas al cierre.

Dentro de las iniciativas que viene desarrollando el MinTIC se destacan los siguientes programas: Plan de Digitalización de MiPymes, donde los empresarios pueden adquirir de forma gratuita una página web que les permita dar a conocer sus productos y servicios; Programa SofisTICa, con el que se busca mejorar la productividad a través de la implementación de soluciones tecnológicas y el fortalecimiento del comercio electrónico; Centros de Transformación Digital Empresarial (CTDE), dónde los empresarios pueden acceder a asesoría para fortalecer sus negocios; Estrategia Empresario Digital, donde pueden acceder a formación certificada en temáticas como marketing digital y comercio electrónico (MinTIC, 2020)

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Actualmente la Alcaldía de Medellín y la Cámara de Comercio buscan contribuir al crecimiento y progreso de las MiPymes en la ciudad a través del programa E-pymes, que tiene como fin fortalecer el comercio electrónico de micro, pequeñas y medianas empresas a través del diseño e implementación de una tienda virtual, fortaleciendo sus modelos de negocio. Además, de brindar un apoyo económico durante el primer año de soporte de las plataformas.

E-pymes logró diagnosticar en el año 2020 a 595 empresas sobre sus capacidades de comercio electrónico, realizó 610 asesorías personalizadas, 33 talleres prácticos a los cuales asistieron 442 empresarios y finalmente, cumplió el propósito de acompañar a 200 MiPymes en la creación de sus canales de venta digitales, para impulsar la reactivación económica apalancada en estrategias online. (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia [CCMA], s.f.)

Asimismo, la Alcaldía Municipal adelanta el programa Yo soy MiPyme Digital, que tiene como objetivo acompañar a través de procesos de formación a 240 empresas de la ciudad y les otorga incentivos económicos que promuevan su productividad y competitividad en el entorno y así generar valores agregados en las organizaciones. La estrategia busca fortalecer las competencias para la adopción de tecnologías en los procesos a través de un diagnóstico, transferencia de conocimiento, acompañamiento especializado y acercamiento a soluciones digitales.

Las iniciativas a nivel regional y nacional son apuestas fundamentales que ratifican que parte del éxito de muchas empresas en la actualidad es la capacidad de adaptarse a los cambios y sacar el mayor provecho de las tecnologías para su supervivencia y desarrollo en un mercado competitivo.

5.2 Entorno Económico

La expansión de la economía digital ha demandado de los gobiernos y del sector privado el diseño estrategias que permitan la innovación, la eficacia y la eficiencia en todos los procesos de la operación del sector productivo.

Según el Informe sobre la economía digital 2021 realizado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo (UNCTAD) (2021) para el 2018 las empresas que utilizaban internet tenían un beneficio en su productividad que represento 0,2% del PIB mundial; en sus proyecciones se espera que para 2025 este porcentaje ascienda a 0,34% y que la mitad de los ingresos globales vengan de la industria conectada. En cuanto a publicidad digital se espera que para el 2022 el gasto en este rubro sea del 60 % del total de publicidad en todos los medios.

La economía digital ha posibilitado realizar y mejorar las transacciones, intercambiar información y establecer redes logrando así oportunidades de crecimiento, productividad y transformación tecnológica que apunte a mejores resultados económicos para los países. Para el sector empresarial es una oportunidad para transformar sus mercados y los procesos estratégicos y productivos logrando así que, con el aprovechamiento de los datos, se diversifiquen los nichos de clientes y se hagan mejoras en la calidad de los bienes y servicios ofertados a un menor costo.

Para el caso de América Latina la economía digital y la exportación de productos y servicios de alta tecnología, representó el 3,98% del PIB en el 2020. En cuanto a la incorporación digital a

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

los procesos se registran las siguientes cifras en las empresas: conectadas a internet 88,97%; usan banca electrónica 78,41%, usan internet en la cadena de aprovisionamiento 36,90%, que han desplegado canales de venta digitales 17,68%. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2021)

En cuanto a la última variable presentada anteriormente es importante tener en cuenta que la emergencia producida durante el 2020 por la pandemia del COVID-19 generó cambios en la incorporación de las tecnologías del internet en las empresas y en la cultura de adquisición de bienes y servicios de los consumidores, esto como una necesidad para afrontar los confinamientos permanentes.

De acuerdo a la CEPAL (2021) entre los meses de marzo y abril del 2020 la presencia de sitios web empresariales aumentó un “800% en Colombia y México, y un 360% en Brasil y Chile” (p.17). Por otro lado, en cuanto al Índice de Comercio Electrónico (B2C) América Latina y el Caribe fue el único grupo de países en el mundo que lo incrementó pasando de 48 en 2019 a 49 en 2020.

En este contexto, Colombia también ha mostrado desarrollos importantes en los relacionado al comercio electrónico. De acuerdo al B2C emitido por la UNTAC, en el 2020 el país alcanzó “una cifra de 59,6 siendo superior al valor de Latinoamérica (49) y del mundo (55). En 2021, se registraron \$39,9 billones de pesos de ventas en línea, lo que representó un crecimiento de 40,2 % respecto al 2020” (Cámara de Colombiana de Comercio Electrónico [CCCE], 2022. p. 36-37)

Indudablemente, el E-commerce viene avanzando paulatinamente en el país como una estrategia innovadora que permite aumentar las ventas de micro, mediana y pequeñas empresas,

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

enfrentando así los efectos de la pandemia y los nuevos retos del mercado. No obstante, su consolidación aún está en proceso y por ello se requiere continuar con políticas económicas y tecnológicas que posibiliten su fortalecimiento y expansión en el sector productivo, permitiendo que las empresas conozcan sus beneficios y lo aprendan a utilizar.

5.3 Entorno Social

Un elemento para tener en cuenta es el panorama de empleo en el marketing digital sobre todo por las posibilidades que existen de abrir plazas profesionales calificadas en mercadeo, comunicación, diseño y desarrolladores web. De acuerdo con el Observatorio Laboral del Servicio Nacional de Empleo (SENA) (2020), en el listado de ocupaciones más demandadas en el departamento de Antioquia se encuentran los diseñadores gráficos, técnicos en tecnologías de la información, desarrolladores de aplicaciones informáticas y digitales; adicional a esto se proyecta entre las futuras fuentes de empleo en el departamento el sector de información y comunicaciones. El portal ElEmpleo.com, uno de los más utilizados en el país para la búsqueda de empleo, reporta a profesionales en marketing digital en su lista de los 10 trabajos mejor pagados (ElEmpleo.com, 2020).

Para el caso de Medellín, el Centro de Innovación y Negocios Ruta N realizó el informe denominado Diagnóstico de la demanda de empleo y la oferta de talento digital en Medellín (s.f) el cual identificó el potencial que tiene la demanda de mano obra con habilidades digitales

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

En los últimos 6 años Ruta N ha acompañado el asentamiento en Medellín de 370 empresas de 33 países diferentes, mediante los programas de atracción y Landing empresarial.

A partir de la recolección de datos de necesidades de 104 empresas, la estrategia de talento y empleabilidad ha recibido la información de 2.574 vacantes en el inmediato plazo (requieren ser cubiertas en menos de 3 meses), con proyecciones para los próximos 3 años. Esta estrategia continua de recolección de necesidades de talento inició para un segmento piloto de las empresas atraídas a través de los programas de atracción y Landing empresarial de la Corporación Ruta N. (p. 35)

Claramente, en la actualidad las empresas públicas y privadas requieren posicionarse en los ecosistemas digitales y consecuencia de ello, es que han aumentado la demanda de profesionales calificados que puedan apoyarlos en el avance de esta estrategia que hoy se desarrolla a una velocidad acelerada. El mundo actual se mueve en el entorno digital y luego de la pandemia del COVID-19 millones de personas y empresas migraron gran parte de sus trabajos y operaciones a este escenario, tendencia que aún se mantiene, aunque en menor medida que en los años 2020 y 2021.

5.4 Entorno tecnológico

Los modelos de consumo cada vez avanzan hacia una economía digitalizada dado a la masificación en el uso del internet, los teléfonos inteligentes, el acceso a la información y las redes sociales.

Según el informe anual sobre las redes sociales y tendencias digitales de la Agencia We Are Social (2020) en Colombia los usuarios de internet activos en el país representan el 68% de la

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

población total. De ese 68%, 76.4% es activo en diversas redes sociales, entre ellas: Facebook, Tik Tok, Instagram, YouTube.

Teniendo en cuenta este panorama, las redes sociales juegan un papel determinante por su capacidad de crear comunidades activas, posicionándose como plataformas que potencian los negocios por sus múltiples beneficios como la eliminación de brechas a nivel territorial, la facilidad e instantaneidad en las comunicaciones, segmentación y cercanía con el público objetivo.

De acuerdo a estadísticas del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, en una escala de 0 a 1 la brecha de digital en el país durante el 2020 se ubicaba en un 0.4200, donde se tuvo en cuenta que, 45,7% de los hogares tiene acceso a internet: Bogotá D.C (73,55%), Valle del Cauca (63.75%), Risaralda (55.62%) y Antioquia (53.06%) son los cuatro departamentos con mayor conexión. Por otro lado, las personas que tienen acceso a internet móvil representan un 26.91%: Boyacá (49.76%), Tolima (49.31%), Casanare (41.41%), Valle del Cauca (41.11%) son los departamentos con mayor conectividad mientras que Antioquia se ubicó en el puesto 19 con un 21,92%. (MinTIC, 2020).

Con respecto a las conexiones móviles, el número de dispositivos móviles conectados en el país es de 60,83 millones, la cantidad de conexiones a través de celulares, tabletas y computadores superan a la población total (119%) que en 2020 estaba conformada por 51,07 millones de personas. Dentro de las diversas actividades que realizan los colombianos se destacan las compras online, búsqueda de noticias, música, videos y videojuegos, entre otras actividades. Las personas “invierten aproximadamente 10 horas y 7 minutos al día en navegar en internet

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

desde cualquier dispositivo (Smartphone, tablet, laptop, consola de video juego, TV), aunque el 94% de ellos accede a este servicio, principalmente, desde su smartphone”. (Branch, 2021)

En la medida en que los hogares y personas tengan mayor acceso a internet fijo y móvil de calidad, se podría potenciar su interés por interactuar en canales electrónicos de esta manera las empresas tendrían acceso a nuevos nichos de mercado.

En el sector empresarial, el DANE emitió en el 2018 el Boletín Técnico Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en empresas (TIC empresas) que arrojó los siguientes datos:

Tabla 4.

Conectividad del sector comercio

Sector	Número de empresas investigadas	Uso de Internet	Tenía página Web
Sector Comercio	9.740 empresas	99,5%	57.3%
Empresas que utilizaron una plataforma electrónica para vender productos y comprar insumos			
Usaron plataforma electrónica para vender productos			18.8
Usaron plataforma electrónica para comprar insumos			41.3
Total de ventas y compras realizadas a través de comercio electrónico			
Ventas a través de comercio electrónico			6.6
Compras a través de comercio electrónico			17.0

Elaboración propia. Fuente: Boletín Técnico Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en empresas (TIC empresas) 2018 (DANE, 2019)

Las apuestas actuales desde el Gobierno Nacional deben impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas a superar los desafíos y contribuir a su transformación digital, no solo

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

desde la actualización de conocimientos, sino también desde el apoyo en la implementación de plataformas tecnológicas, apoyo económico y logístico, para lograr que estas no queden rezagadas frente a otras organizaciones en el mercado.

Los datos de acceso a internet en personas y empresas dan cuenta del avance que existe en el país entorno a ello, sin embargo, es fundamental seguir aunando esfuerzos para que la brecha digital se pueda cerrar, y de esta forma, el uso de internet sea aprovechado por el tejido empresarial del país para modernizar sus procesos productivos y comerciales.

6. Análisis de la demanda

Es importante realizar una descripción del desempeño económico y potencialidades que tiene el sector de MiPymes en el nivel nacional y en el municipio de Medellín, lugar donde operará la empresa. Para este fin, se realizó una revisión documental de estudios e informes publicados por instituciones públicas y agremiaciones empresariales en lo relacionado a su desarrollo y la incorporación de las TICs.

Las MiPymes se constituyen como el principal músculo productivo en Colombia, según datos de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF) (2021) este sector representaba el 99,6% de empresas en el país, generando un 79,1% del empleo y aportando un 40% al Producto Interno Bruto.

En el año 2020, la pandemia del COVID-19 produjo una contracción en la economía nacional y, en consecuencia, un fuerte impacto a las MiPymes. De acuerdo a La Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI) (2020) entre el primer y tercer trimestre del año 2020, el 78% de estas empresas registraron una reducción del 50% en sus ingresos lo cual obstaculizó que operaran al 100% de su capacidad económica.

No obstante, desde el Gobierno Nacional se emprendieron políticas públicas de apoyo al ingreso, al empleo y financiamiento para estos negocios, lo que permitió hacer frente a la situación y promover una reactivación económica paulatina para el 2021. Además de la reactivación, durante este año se registró un incremento gradual en la constitución de nuevas micro y medianas empresas las cuales presentaron una variación positiva respecto al año 2020: microempresas con un 9,4% y medianas con un 23,1%. (Confecámaras, 2021)

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Para el caso de Medellín, ciudad focalizada para atender la demanda de este proyecto, existe una cantidad significativa de MiPymes. Según el estudio de Desempeño Economía de Antioquia de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCMA) (2020) su base empresarial registrada en el departamento corresponde a un 88% de microempresas y 11 % a pymes, de este total 75% están localizadas en la ciudad de Medellín y el 9,8 % están en los municipios del Norte del Valle de Aburrá.

En cuanto a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas en el Valle de Aburra, durante el primer semestre del 2021, se registraron 14.265 nuevas microempresas, el 67,2% ubicadas en la ciudad de Medellín. Los cuatro sectores con mayor número de microempresas fueron: comercio, reparación, restaurantes y hoteles; industrias manufactureras; establecimientos financieros, inmobiliarios y servicios empresariales; y actividades de servicios sociales, comunales y personales. También se presentaron cancelaciones de 7.689 empresas, esto debido fundamentalmente a la incertidumbre de algunos empresarios producto de los efectos vigentes de la pandemia. (Centro de Estudios de la Empresa Micro [CEM], 2021)

Una de las dificultades que afrontan las MiPymes a nivel local es la incorporación de la tecnología digital para potenciar sus procesos estratégicos, productivos y comerciales. Entre algunas causas de estas se encuentran la falta de personal calificado, reducidos recursos para el financiamiento, una cultura inclinada hacia la economía tradicional con poca vocación de innovación, y por último, una baja penetración de internet fijo para predios residenciales y corporativos. Frente a esta última causa, según se cita en el Plan de Desarrollo “Medellín Futuro 2020-2023” (Alcaldía de Medellín, 2020, p. 102) durante el 2019 se registraba que solo el 24% de la población tenía acceso a conectividad.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

En este contexto, la administración municipal ha demostrado un interés especial por lograr que las MiPymes se incorporen a la economía digital y por ello promueve desde el Plan de desarrollo la línea estratégica 1: Reactivación Económica y Valle del Software, estableciendo programas que permitan que este sector oriente desde las Tecnologías de la Información y la Comunicación todos sus procesos productivos y comerciales, y aumenten también sus ventas por medios virtuales teniendo en cuenta que el E-commerce ha crecido entre el 50% y el 80% (CCMA, 2020),

El panorama presentado da cuenta de amplias oportunidades que se presentan para prestar los servicios de marketing digital en micro, medianas y pequeñas empresas ya que son un músculo productivo que presentan un comportamiento de crecimiento y que demandan la incorporación de alternativas y herramientas innovadoras para llevar a cabo sus procesos.

6.1 Descripción del segmento de mercado y proyección de la demanda

El segmento seleccionado para este proyecto son las empresas micro, pequeñas y medianas que se encuentren localizadas en la ciudad de Medellín y en los municipios aledaños localizados al norte del Valle de Aburra (Bello, Barbosa, Girardota y Copacabana).

Estos municipios son estratégicos ya que tiene una economía en constante desarrollo y poseen un mercado potencial para la creación de una empresa de servicios de marketing digital para MiPymes que no poseen la experiencia, el talento humano o los conocimientos requeridos para utilizar las herramientas tecnológicas de forma correcta. No obstante, no se cierra la posibilidad de ofrecer algunos de los servicios a empresas a nivel nacional e internacional, teniendo en cuenta que la actividad económica a la que se dedicará la empresa se desarrollará de forma remota (virtual) y no tendría restricciones algunas.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Este proyecto buscará potencializar las capacidades en ventas de estas organizaciones de acuerdo a la naturaleza, características e identidad de cada una, brindando la oportunidad de fortalecerse en el mercado de internet a través de las redes sociales, plataformas web y páginas de comercio electrónico contando con la asesoría y el acompañamiento especializado, optimizando sus operaciones y cercanía con sus clientes.

A continuación, en la Tabla 5. se presenta el registro de la cantidad de MiPymes de la ciudad de Medellín y los municipios del norte del Valle de Aburrá en el año 2021, datos suministrados por la CCMA

Tabla 5.

Base empresarial Mipymes en Medellín y el norte del Valle de Aburrá año 2021

Base Empresarial MiPymes	Tamaño				
	Año	Micro	Pequeñas	Medianas	Total
Centro Regional					
Medellín	2021	94,552	5,305	1,256	101,113
Norte del Valle de Aburra	2021	13,333	359	107	13,799
Total		107,885	5,664	1363	114,912

Elaboración propia. Fuente: Estructura empresarial 2021 (CCMA, 2021)

La proyección de la demanda se realizó teniendo en cuenta los datos suministrados en los años 2020 y 2021, ya que no se logró obtener acceso a la información de años anteriores en los registros de la Cámara de Comercio de Medellín.

Tabla 6.

Proyección de la demanda y ventas de planes por año

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Años histórico	1	2	3	4	5	6	7

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Demanda potencial	109,293	114,912	120,527	126,146	131,765	137,384	143,003
Mercado objetivo (0,042%)			50	52	55	57	60
Consumo potencial del Plan tu empresa Digital/incremento a partir del año 2 de un 0,04 %			50	52	54	56	58

Elaboración propia. Fuente: Estructura Empresarial 2021 (CCMA,2022)

7. Análisis de la oferta

La actividad económica de este proyecto tiene la ventaja que se puede desarrollar en el ámbito digital (virtual), por lo tanto, aunque se tiene identificado un mercado objetivo en la ciudad de Medellín tiene la opción de atender clientes en otras zonas del Valle de Aburra, del departamento y a nivel nacional.

Para realizar el análisis de oferta que actualmente atiende la demanda de marketing digital en las MiPymes, se tomó como referencias los portafolios de algunas empresas a nivel nacional esto con el fin de establecer cuáles son sus principales servicios, estrategias para la comercialización y precios.

De acuerdo al informe de la Estructura empresarial 2021 publicado por la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCCA) (2022) en el municipio de Medellín están registradas 3.509 empresas en el sector económico información y comunicaciones, de las cuales 2.969 son

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

micro, 455 pequeñas, 71 medianas y 14 grandes. En la Tabla 7. se detallan las empresas de este sector que según su actividad económica registrada se relacionan con los servicios y productos ofrecidos por este proyecto:

Tabla 7.

Empresas con actividades económicas relacionadas con el proyecto

Actividad Económica	Micros	Pequeñas	Medianas
Publicidad	1.035	86	12
Estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública	36	7	-
Actividades especializadas de diseño	377	25	3
Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)	1.047	172	31
Actividades de fotografía	149	11	-
Total	2.644	301	46

Creación propia: Fuente: Estructura empresarial 2021 (CCCA) (2022)

A continuación, en la Tabla 8. se citan algunas empresas que prestan servicios de marketing digital en Colombia y se detalla su portafolio, precios y algunas estrategias para captar cliente

Tabla 8.

Portafolio y precios de empresa que ofrecen servicios de marketing digital

Empresa: Marketing Digital Efectivo	Localización: Bogotá (Cundinamarca)
Web: https://www.marketingdigitalefectivo.co/community-manager-en-bogota/	

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Portafolio: Administración de redes sociales y Community Manager, diseño de páginas web y publicidad digital. Ofrecen servicios enfocados a posicionar las marcas de personas naturales, empresas o proyectos. Su equipo de trabajo está conformado por expertos social media que diseñan estrategias creativas e innovadoras para impactar sobre comunidades digitales que hagan presencia en Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter o YouTube

Producto	Precio (COP)
Plan Emprende: manejo de Facebook, Instagram, diseño y edición de piezas gráficas, calendario de contenidos, 2 (dos) publicaciones semanales, 3 (tres) stories semanales estrategia de New Follower, banco de imágenes, comité social media mensual, informes de rendimiento mensual	750.000 (mensual)
Plan Básico: tiene los mismos servicios del Plan Emprende con las siguientes variaciones: 3 (Tres) publicaciones semanales, 3 (tres) stories semanales, responder a comentarios y solicitudes, comité social media mensual e informes de rendimiento mensual	1.150.000 (mensual)
Plan Premium: tiene los mismos servicios del Plan Básico con las siguientes variaciones: 5 (Cinco) Publicaciones semanales, 4 (Cuatro) Stories semanales y diagnóstico y estrategia	1.480.000 (mensual)

Empresa: Sense Digital

Localización: Bogotá (Cundinamarca)

Web: <https://sense-digital.co/>

Portafolio: Administración de redes sociales y Community Manager, proyecto Google Ads, (sistema publicitario online de google utilizado para promocionar empresas, vender

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

productos o servicios, darse a conocer y aumentar el tráfico de su sitio web); Social Ads, (anuncios publicitarios en las redes sociales Facebook e Instagram); creación de páginas web; desarrollo de tienda virtual e-commerce; diseño de logos y marcas; producción y edición de videos y fotografía

Producto	Precio (COP)- es el mínimo establecido y varían según la necesidad del cliente
Community Manager	472,000 (por proyecto)
Proyecto Google Ads y Facebook Ads	698,700 (por proyecto)
Desarrollo de tienda virtual e-commerce	760,000 (por proyecto)
Desarrollo página web	986.000 (por proyecto)
Diseño marca y de logo	411.000 (por proyecto)
Producción y edición de fotografías	82.200 (por proyecto)
Producción y edición de videos	164.400 (por proyecto)
Desarrollo de aplicación móvil en plataformas IOS y Android	5.507.400 (por proyecto)

Empresa: Grupoechavarriarua **Localización:** Itagüí (Antioquia)

Web: <https://www.grupoechavarriarua.com/>

Portafolio: Empresa con una amplia oferta de productos publicitarios físicos y digitales. Realizan administración de redes sociales y Community Manager, social media, posicionamiento SEO y marketing digital en Medellín

Producto **Precio (COP)**

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Manejo de redes sociales en Medellín (una red social)	Entre 250.000 y 350.000 (mensual)
Manejo de redes sociales en Medellín (dos redes sociales)	Entre 330.000 y 530.000 (mensual)
Manejo de redes sociales en Medellín (tres redes sociales)	Entre 415,000 y 700,000 (mensual)
Paquete especial Instagram stories valor adicional	Entre 280.000 y 380.000 (mensual)
Diseño de página web en Medellín: Estándar 5 secciones en la página	1.050.000 (por producto)
Diseño de página web en Medellín: Premium 8 secciones en la página	1.800.000 (por producto)
Diseño de página web en Medellín: Pluss 9 hasta 20 secciones en la página	3.500.000 (por producto)
Diseño de página web en Medellín: Básico web 3 secciones en la página	800.000 (por producto)
Pre, producción y post producción de videos	Entre 1.200.000 y 4.500.000 (por producto)

Empresa: Dweb3d **Localización:** Bogotá (Cundinamarca)

Web: <https://www.dweb3d.com/listado-de-precios/>

Portafolio: Empresa que busca mejorar y ofrecer mayor calidad en el área de diseño web, 3d y digital en Colombia. Ofrecen capacitaciones a los clientes para que administren, modifiquen y actualicen su sitio web

Producto	Precio (COP)
Página web startup	1.000.000 (por producto)
Página web empresarial	1.200.000 (por producto)
Diseño de tiendas online starter	1.300.000 (por producto)
Diseño de tiendas online empresarial	1.900.000 (por producto)

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Desarrollo de portales web	Entre 3.000.000 y 10.000.000 (por producto)
Paquetes de marketing digital	Entre 250.000 y 1.000.000 (mensual)
Planes mensuales social media	Entre 250.000 y 500.000 (mensual)

Creación propia: Fuentes: Información obtenida de los portales web de las empresas Marketing Digital efectivo, Sense digital, GrupoEchavarríaRúa y Dweb3d, 2022

7.1 Análisis de los servicios y productos ofrecidos

En la información recolectada se encuentran empresas con una amplia gama de servicios y productos relacionados con la publicidad en medios físicos y en social media, el marketing y comercio electrónico. Si bien la oferta cambia en cada empresa hay unos productos que tienen presencia permanente en los portafolios como son:

- Diseño y desarrollos de páginas web empresariales
- Administración de social media (diseño de plan estratégico para posicionar una marca en redes sociales como Facebook, Instagram, entre otras, y en plataformas digitales como YouTube, blogs, marcadores, entre otros)
- Servicio de Community Manager (encargado de llevar a cabo las estrategias de la social media creando los contenidos en las redes y plataformas digitales y monitoreando las interacciones con los usuarios)
- Desarrollo de campañas publicitarias en Google Ads y Social Ads (Facebook, Instagram y otras)
- Desarrollo de plataformas de E-commerce y Apps para móviles
- Producción y postproducción (edición) de video y fotografía
- Diseño de comunicación SEO (posicionamiento en motores de búsqueda)

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

- Diseño de comunicación SEM (publicidad en buscadores)

En general estas empresas coinciden en el establecimiento de algunos criterios para atender a los clientes y diseñar las estrategias y acciones para el desarrollo de los servicios y productos entre las que se destacan:

- Diagnóstico: reunión con clientes para identificar necesidades y puntos de mejora
- Diseño y planeación de la estrategia y acciones para el desarrollo del producto o servicio
- Ejecución del proyecto (producto o servicio)
- Administración

Dependiendo del producto o servicio ofertado como el manejo de social media, Community Manager, marketing digital, entre otros, estos criterios pueden ampliarse con otras estrategias como:

- Investigación de mercados para identificar y analizar fortalezas, competencia y creación del perfil del cliente para el producto
- Seguimiento y posicionamiento a las campañas o servicios
- Seguimiento a clientes

7.2 Análisis de precios

Los precios entre las diferentes empresas varían dependiendo de algunos criterios que se mencionan a continuación:

- Experiencia y casos de éxito en administración de social media y community manager
- Experiencia y conocimiento certificado en marketing digital
- Reconocimiento y trayectoria en años y trabajos de la agencia

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

- Alcance del proyecto (cantidad de material producido y publicado)
- Tiempo de entrega del producto o servicio
- Tiempo de contratación del servicio
- Tiempo de respuesta a la audiencia (clientes) de quien contrata el servicio o adquiere un producto
- Dependiendo si el servicio se contrata por planes mensuales o por productos entregados (proyectos, campañas o cantidad de publicaciones)

8. Estrategia de Mercado del Proyecto

8.1 Portafolio

La empresa que se creará se denominará Digital Med S.A.S, la cual enfocará su fuerza comercial en la promoción de un plan denominado Tu Empresa Digital, que tiene como objetivo el posicionamiento en el mercado, la obtención de nuevos clientes, la mejora en la atención a los usuarios y el incremento en las ventas de las MiPymes.

Este plan ofrece la creación y administración de una plataforma web y E-commerce, el manejo de redes sociales con la generación de contenidos estratégicos y de impacto que den a conocer los productos y servicios de las organizaciones a través de recursos fotográficos, piezas gráficas, material audiovisual que represente la identidad y valores corporativos de cada empresa, además de un acompañamiento continuo y un servicio de soporte técnico ante cualquier eventualidad que se pueda presentar.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Para la prestación de este servicio Digital Med S.A.S contará con un grupo de profesionales capacitados y con amplia experiencia en el sector de las comunicaciones, marketing y el comercio electrónico, que ofrecerán todos sus conocimientos en la implementación de estrategias innovadoras para el logro de los objetivos propuestos por cada organización. Para lograr este objetivo se evaluará de manera integral los procesos, los productos y servicios y la cultura de cada empresa para generar el impacto deseado en el mercado potencial. A continuación, se describirá el detalle de los servicios que conforman el plan:

Tabla 9.

Plan tu Empresa Digital

Descripción	Cantidad/Periodicidad
Diseño de piezas gráficas para redes y página web	Tres semanales
Administración de redes sociales Facebook e Instagram	Mensual
Video clip corporativo	Uno anual
Cápsulas de video para Instagram	Una semanal
Diseño y desarrollo de una página web y una plataforma E-commerce	Uno anual
Soporte Técnico	Según las necesidades del cliente

Fuente: elaboración propia

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Los clientes que no deseen adquirir el paquete completo podrán acceder individualmente a cada uno de los productos o servicios y solo pagará por este.

8.2 Precio, plaza y promoción

8.2.1 Precio

La empresa de servicios de Marketing Digital – Digital Med S.A.S – promoverá que los precios de sus servicios sean accesibles para todas las MiPymes teniendo en cuenta que estos negocios en su mayoría están en etapa de crecimiento y que su músculo financiero es limitado.

Posterior a un análisis de varios factores como los precios en el mercado de los productos y servicios, los costos de operación, impuestos, obligaciones y la capacidad de pago del público objetivo se estableció que el plan tendrá un valor anual de \$7.200.000 pesos y tendría las siguientes opciones de pago:

- Pago único: si el cliente cancela el total del plan al adquirirlo tendrá un descuento de \$150.000
- Pago por cuotas: se brindará la opción a los clientes de realizar pagos mensuales de 600.000 mil pesos durante 12 meses

Existe también la opción de adquirir los servicios y productos de forma individual, en la Tabla 10. se detallan los precios

Tabla 10.

Precios individuales de producto y servicio

Servicio	Tarifa / Mensual/pesos
Gestión de redes sociales	\$ 400.000

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Desarrollo y administración de páginas web y E-commerce	\$ 2.000.000
Creación de contenido (piezas gráficas)	\$ 1.000.000

Fuente: elaboración propia

8.2.2 Plaza

Las dinámicas laborales han evolucionado en el transcurso de los últimos años, en gran parte debido a la crisis sanitaria del COVID – 19 que obligó a gran parte del sector empresarial a replantear sus procesos productivos y comerciales, panorama que abrió la posibilidad de que los empleados desarrollarán sus actividades desde sus hogares simplemente con acceso a una buena conexión de internet y a una computadora.

Teniendo en cuenta la actividad económica y objeto de la empresa Digital Med S.A.S, se prestarán sus servicios de forma remota (virtual) dado las ventajas que presenta para la organización esta modalidad como un ahorro en los costos de operación y aumento de la rentabilidad, flexibilidad para los empleados para cumplir sus objetivos, ampliación del segmento de clientes. Además, para los trabajadores beneficios como ejercer sus actividades desde cualquier lugar, ahorrar tiempo en desplazamiento, comodidades, romper con la rutina, entre otros.

Digital Med S.A.S, estará a la vanguardia de las tecnologías y herramientas de la comunicación, contará con diversos canales que permitirán tener un constante acercamiento con los clientes potenciales y proveedores estratégicos, dentro de los que se destaca una página web, además se habilitarán cuentas en las principales redes sociales como: Facebook, Instagram y WhatsApp.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Por otro lado, Digital Med S.A.S contempla la captación de clientes a través de visitas domiciliarias que permitan tener una comunicación directa y presencial con los clientes que prefieran adquirir los servicios con una atención más personalizada.

8.2.3 Promoción

Las promociones permiten acercar al público objetivo a la oferta de nuevos productos y servicios, incentivando su consumo y por ende incrementando las ventas en las organizaciones.

Para este proyecto es necesario implementar acciones estratégicas que den a conocer y posicionen a la empresa Digital Med S.A.S en el mercado, consolidándose en el sector por su capacidad de innovación en el uso de estrategias de comunicación, mercadeo y pauta digital.

Como proyección para el inicio de este proyecto se pretende atender un mercado potencial de 50 MiPymes anuales.

A continuación, se describen algunas de las acciones que llevarán a cabo con el objetivo de impulsar las ventas y lograr la obtención y fidelización de los clientes:

- Pago fraccionado: se dará la posibilidad a los clientes de adquirir el plan anual realizando los pagos de forma mensual, posibilitando el acceso al servicio a las MiPymes sin que vean afectadas sus finanzas.
- Pago único: si el cliente realiza el pago total del plan anual recibirá un descuento
- Captura de clientes: como estrategia inicial se creará una serie de contenidos de interés para el mercado objetivo referentes al manejo de redes sociales, plataformas web y E-commerce, tips de diseño, entre otras temáticas, estos se publicarán en los canales de comunicación organizacionales con el objetivo de captar su atención.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

- Fidelidad: Cuando los clientes hayan cumplido dos años continuos de adquirir el plan Tu Empresa Digital, se ofrecerá un descuento del 5% del valor anual del siguiente año.
- Referidos: la Digital Med S.A.S brindará una asesoría personalizada en temas específicos como: tips de manejo de redes sociales, comercio electrónico entre otras temáticas a clientes antiguos que refieran a nuevas empresas para contratar el servicio.

9. Estudio Técnico

9.1 Tamaño por demanda proyectada

De acuerdo a la proyección de la demanda realizada en el estudio de mercado, la capacidad máxima proyectada de la empresa de Digital Med S.A.S para el primer año 2022 será de 50 Planes Tu Empresa Digital, se estima que a partir del segundo año se incrementen las ventas anualmente en un 0,04%. En la Tabla 11. se detallan las ventas durante los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa:

Tabla 11.

Proyección de la demanda y ventas de planes por año

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Años histórico	1	2	3	4	5	6	7
Demanda potencial	109,293	114,912	120,527	126,146	131,765	137,384	143,003
Mercado objetivo (0,042%)			50	52	55	57	60
Consumo potencial del Plan tu empresa Digital/incremento a partir del año 2 de un 0,04 %			50	52	54	56	58

Elaboración propia. Fuente: Estructura Empresarial 2021 (CCMA,2022)

9.2 Capacidad nominal y mano de obra requerida

Para la operación de la empresa en su máxima capacidad se requiere de una mano de obra directa e indirecta. En la Tabla 12. se relaciona el personal que se requiere y su capacidad de producción

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Tabla 12.

Mano de obra requerida y capacidad de producción

Distribución de la capacidad nominal	Capacidad de planes Tu empresa digital atendidos por 12 Meses
Profesional equipo 1: Comunicador social, diseñador gráfico e ingeniero de sistemas	25
Profesional equipo 2: Comunicador social, diseñador gráfico e ingeniero de sistemas	25
Total	50

Elaboración propia. Fuente: Estructura Empresarial 2021 (CCMA,2022)

Para efectos de inicio de la empresa no se contará con todo el personal establecido en la capacidad nominal solo se tendrá en cuenta la siguiente mano de obra en: (1) comunicador social, (1) diseñador gráfico, (1) ingeniero de sistemas. A medida que aumente la demanda que se estableció anualmente se incorporará el personal restante para la prestación óptima del servicio.

9.3 Localización

9.3.1 Macrolocalización

Se elige la ciudad de Medellín como espacio de macrolocalización del proyecto ya que, de acuerdo al estudio de mercado, presenta un incremento en la creación de nuevos emprendimientos, tiene un alto potencial económico al ser la segunda ciudad más importante del país y se proyecta como territorio innovador en los procesos de incorporación digital para empresas. La administración municipal ha emprendido políticas públicas para este fin tales como Medellín Valle del Software, en este escenario se abren oportunidades para que las MiPymes recurran a la adquisición de servicios de marketing digital para aumentar su competitividad en el mercado.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Teniendo en cuenta la actividad económica y objeto de la empresa Digital Med S.A.S, no se requiere el alquiler de un local ya que se valoró la pertinencia de prestar sus servicios de forma remota (virtual) por las ventajas que representa para la organización en la disminución de costos de operación. Se proyecta para la labor de mercadeo y comercialización de los productos y servicios realizar visitas domiciliarias a empresas para la consecución de clientes, además del uso de las social media y página web para este fin.

9.4 Ingeniería del proyecto

En el siguiente aparte se describirá la tecnología requerida para la operación del proyecto, la ficha técnica del Plan Tu Empresa Digital y el diagrama de bloques que describe el proceso para la prestación del servicio, la mano de obra directa e indirecta requerida y los costos de producción y el precio del servicio.

Tabla 13.

Tecnología requerida para el proyecto

Equipos y licencias	Características
Licencias Adobe	Pdf, Photoshop, Illustrator, Premier, Audacity y para animación
Licencias Microsoft Office	Microsoft 365 Empresa Premium: Aplicaciones y servicios Microsoft Teams, Word, Excel, PowerPoint, Outlook, OneNote, OneDrive Sharepoint
Hosting para Web	Alojamiento, dominio, almacenamiento, ancho de banda, cuentas de correo
Disco duro	Externo 3 teras, Sata III

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Computador portátil para manejo de redes sociales	Procesador: Procesador AMD Ryzen™ 5 5500U (2.10 GHz hasta 4,00 Ghz) Sistema Operativo: Windows 10 Pro 64 Memoria: 8 GB DDR4-3200MHz (Soldado) Almacenamiento: 256 GB SSD M.2 2242 PCIe TLC
Cámara fotográfica/video	Sony A7iii Full Frame 24,2mp Cuerpo Sin Espejo Referencia LU-SonA73, Cámara sin espejo Mirrorless, sensor CMOS Exmor R BSI Full Frame de 24,2 megapíxeles , procesador rápido de imágenes BOINZ X, modo "4D FOCUS" optimizado para rápido enfoque automático en fotografía y video
Batería	La batería recargable de iones de litio Sony NP-FW50
Micrófono	Micrófono Inalámbrico Cámara o Celular Receptor inalámbrico Dual-Channel, Frecuencia digital de 2,4 GHz, Sonido de grabación súper claro, Compatible con Smartphones, cámaras DSLR, videocámaras, PC
Trípode	Trípode Weifeng 6663a Cabeza Semi-Fluida Universal. Altura Máxima de 1.66m, aluminio con cabeza metálica, zapata de liberación rápida, nivelador y brújula para precisión.
Luces	Kit Iluminación Estudio Fotografía Video, portátil y flexible con un peso neto de menos de 1 kg y un tamaño de transporte de aprox. 66 cm.

Fuente: Elaboración propia

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Tabla 14.

Ficha técnica Tu Empresa Digital

Uso y aplicaciones	Este paquete de servicios ofrece la posibilidad a las micro, pequeñas y medianas empresas de contar con un equipo de profesionales que fortalezca la comercialización de servicios y productos a través de estrategias de marketing digital en redes sociales. Además, de buenas prácticas en el uso de páginas web y plataforma E-commerce con el objetivo de abrir nuevos mercados, lograr su posicionamiento en el mercado y generar ganancias que permitan el crecimiento de las organizaciones en el sector.
Herramientas y personal para el desarrollo del servicio	Tecnología requerida: Equipo de cómputo Programas de diseño y edición de video Cámara fotográfica Micrófono y luces Batería Talento humano: Comunicador Social, Diseñador Gráfico, Ingeniero de Sistemas
Especificaciones y características	Pieza Gráfica: Para la composición visual de las piezas se debe tener en cuenta los colores corporativos que representan a cada organización, su imagen, logo, slogan, material fotográfico, dimensiones Instagram (1080px por 1350 pxc) y Facebook (1200 px x 630 px) Video Corporativo: Para la realización se requiere identificar los objetivos, misión, visión, valores, oferta de producto y servicios y público objetivo de la organización. Este tipo videos se caracterizan por tener una estructura sencilla, clara e informativa, su duración no debe superar los 3 minutos.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

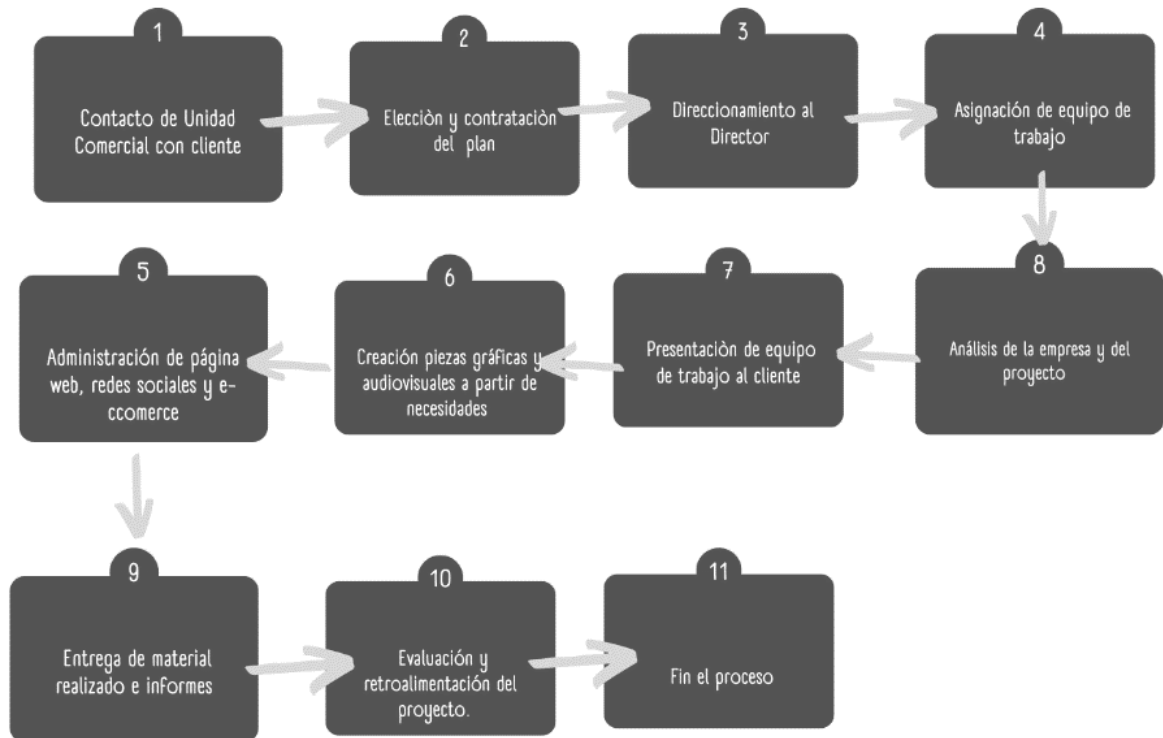
Cápsulas de video: se caracteriza por su corta duración entre 30 segundos y 1 minutos, busca ofrecer de manera estratégica los productos y servicios de cada organización de una forma creativa, atractiva que impacte el público objetivo.

Página web y E-commerce: Un sitio web empresarial debe incluir toda la información relacionada con la organización, la oferta de productos y servicios, los precios, inventarios, políticas de calidad y servicios, métodos de pago, canal de comunicación con los clientes, debe ser un lugar fácil de navegar, que cuente con una imagen institucional y que genere confianza y seguridad en los clientes

Fuente: Elaboración propia

Figura 1.

Proceso Plan Tu Empresa Digital



Fuente: Elaboración propia

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Tabla 15.

Determinación de la mano de obra directa e indirecta

Mano de obra directa	Cantidad	Mano de obra indirecta (Outsourcing)	Cantidad
Directora	1	Contador	1
Diseñador gráfico	1	Abogado	1
Comunicador social	1		
Ingeniero de sistemas	1		
Profesional de mercadeo	1		

Fuente: Elaboración propia

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Tabla 16.

Determinación de los costos directos de producción para la prestación del servicio

SERVICIO PLAN TU EMPRESA DIGITAL				
Insumos para producción				
Descripción	Und. Medida	Cantidad	Valor Unitario/pesos	Valor Total/pesos
Hosting para Web: alojamiento, dominio, almacenamiento, ancho de banda, cuentas de correo	Mes	1	2.000.000	2.000.000
Licencia Adobe: Pdf, Photoshop, Illustrator, Premier, Audacity y para animación	Mes	1	284.000	284.000
Licencia MicrosOffice	Mes	1	88.000	88.000
Subtotal			2.372.000	2.372.000
Otros				
Internet	Mes	1	300.000	300.000
Publicidad	Mes	1	300.000	300.000
Transporte	Mes	1	438.000	438.000
Subtotal				1.038.000
Mano de obra directa e indirecta				
Director	Persona/mes	1	1500000	1500000
Contador público	Persona/mes	1	800000	800000
Comunicador social	Persona/mes	1	2500000	2500000
Diseñador gráfico -fotografo	Persona/mes	1	2500000	2500000
Ingenieros de sistemas	Persona/mes	1	1800000	1800000
Profesional de Mercadeo	Persona/mes	1	1800000	1800000
Abogado	Asesoría/mes	1	300000	300000
Subtotal			11200000	11200000
Costos totales de producción			14610000	
Margen de contribución	50%		29220000	
Precio de venta			584400	
Equipos e insumos para operación				
Descripción	Und. Medida	Cantidad	Valor Unitario/pesos	Valor total/pesos
Computador portátil para diseño y desarrollos web	Unidad	3	4600000	13800000
Disco duro	Unidad	1	500000	500000
Celular	Unidad	1	600000	600000
Cámara fotográfica/video	Unidad	1	8639000	8639000
Batería	Unidad	1	250000	250000

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Micrófono	Unidad	1	400000	400000
Trípode	Unidad	1	220000	220000
Luces	Unidad	1	300000	300000
Plan móvil empresarial (unidad administrativa)	Mes	1	99000	99000
Subtotal			15509000	24808000

Fuente: Elaboración propia

10. Estudio Legal y Administrativo

10.1 Legal

Para la constitución y funcionamiento de la empresa que se propone en este proyecto se deben tener en cuenta aspectos legales de acuerdo al marco normativo colombiano como es lo concerniente al tipo de sociedad comercial que se constituirá para desarrollar la actividad económica. En este caso, se proyecta la constitución de una Sociedad de Acciones Simplificadas-S.A.S la cual tiene su fundamento jurídico en la Ley 1258 de 05 de diciembre de 2008, en la que se establece en su Artículo 1:

La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad

Se eligió esta forma de asociación comercial dado que presenta las siguientes ventajas: la simplicidad para crearse ya que se hace mediante un documento privado permitiendo así reducción de costos y tiempo; el objeto social puede ser indeterminado de esta forma las personas que vayan a contratar con la empresa no tienen que consultar la lista de actividades en detalle; no se exige la constitución de una Junta Directiva ni revisor fiscal, con relación a este último, solo será obligación cuando los activos brutos al 31 de diciembre del año fiscal anterior sean iguales o mayores a tres mil SMLMV; para finalizar, el trámite de liquidación es más ágil, no requiere adelantar la solicitud de aprobación de inventario ante la Superintendencia de

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Sociedades. En lo relacionado a impuestos la S.A.S constituida estará obligada a pagar los siguientes tributos:

Tabla 17.

Impuestos operación Digital Med. S.A.S

<i>Detalle</i>	<i>Regulación</i>
Impuesto de Renta: impuesto anual de año vencido, su periodo gravable es del 1 de enero al 31 de diciembre y grava utilidades de la empresa	Ley 2155 de septiembre 14 de 2021 “Ley de inversión social”
Retención en la Fuente	Estatuto Tributario Decreto 624 de 1989, modificado Por el Decreto 19 de 2012:
Impuesto de Industria y comercio municipal	Decreto 1091 de 2020 Por el cual se modifica el Decreto 1625 de 2016

Elaboración propia. Fuentes: Ley 2155 de septiembre 14 de 2021, Estatuto Tributario Decreto 624 de 1989, Decreto 1091 de 2020

En cuanto a la actividad económica de marketing digital, en Colombia no existe una regulación específica que lo aborde, sin embargo, hay un conjunto de normas que tienen que ver con este tema y que de alguna forma se convierten en su marco general de regulación. A continuación, se hace una reseña de esta normatividad:

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Tabla 18.

Marco general de regulación Digital Med S.A.S

Norma	Consideraciones
Ley 256 de 1996, “Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal”	tiene como objeto “ <i>garantizar la libre y leal competencia económica, mediante la prohibición de actos y conductas de competencia desleal, en beneficio de todos los que participen en el mercado y en concordancia con lo establecido en el numeral 1o. del artículo 10 bis del Convenio de París, aprobado mediante Ley 178 de 1994.</i> ”
Ley 527 de 1999 “Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones”.	Establece las bases para todo lo que se conoce como el Comercio electrónico o e-commerce, el uso y acceso de los mensajes de datos, las firmas digitales y las bases para la construcción de un marco regulatorio general para el sector de los e-commerce.
Ley 633 de 2000 “Por la cual se expiden normas en materia tributaria, se dictan disposiciones sobre el tratamiento a los fondos obligatorios para la vivienda de interés social y se introducen normas para fortalecer las finanzas de la Rama Judicial.”	Artículo 91. “ <i>Todas las páginas Web y sitios de Internet de origen colombiano que operan en el Internet y cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberán inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, la información de transacciones económicas en los términos que esta entidad lo requiera.</i> ”

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Ley 1341 de 2009 <i>“Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones-T ICs, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones”</i>	esta establece las disposiciones generales para la formulación de políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, tanto en el ámbito de ordenamiento, competencia, cobertura, calidad del servicio, protección al usuario, uso de las redes y espectro radioeléctrico y la promoción y desarrollo de estas tecnologías.
Ley 1480 de 2011, <i>“Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”</i>	En su Capítulo VI dispuso lo referente a la protección al consumidor de comercio electrónico, define el comercio electrónico, los deberes de las personas que ofrecen productos utilizando medios electrónicos, la reglamentación de la reversión del pago, la protección de los niños, niñas y adolescentes en el e-commerce y el manejo de los portales de contacto
Ley Estatutaria 1581 de 2012, <i>“Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”</i>	tiene como objetivo <i>“desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma.”</i>
Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria (CCAP) publicado por la Comisión Nacional de	<i>“el Código es una regulación ponderada, con principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de</i>

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Autorregulación Publicitaria (CONARP) *los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio”*

Elaboración propia. Fuentes: Ley 1258 de 2008, Ley 2155 de 2021, Ley 527 de 1999, Ley 1480 de 2011, Ley 633 de 2000, Ley Estatutaria 1581 de 2012, Ley 256 de 1996, Ley 1341 de 2009, Estatuto Tributario Decreto 624 de 1989, Decreto 1091 de 2020, Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria (CCAP) (Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria [CONARP], 2013)

El marco normativo en temas digitales y de las TIC debe revisarse casi que, a diario, pues los avances en materia tecnológica son acelerados y fácilmente se puede violar una norma sin darse cuenta. Si bien Colombia no es una potencia tecnológica, la incursión de nuevos campos de integración en el marketing digital demandará de manera rápida la expedición de una norma que de forma detallada precise una regulación a este tipo de actividad.

10.2 Administrativo

10.2.1 Razón y objeto social

Digital Med S.A.S

10.2.2 Visión

Para el 2026 la empresa Digital Med S.A.S será reconocida en la ciudad de Medellín por su capacidad en el diseño e implementación de estrategias de comunicación y mercadeo que permitan el posicionamiento de las marcas de MiPymes, fortaleciendo su participación en el mercado y contribuyendo en el aumento de sus ventas en medios digitales.

10.2.3 Misión

Proveer servicios de marketing digital asequibles y de calidad para las MiPymes de Medellín que contribuyan a aumentar su competitividad en el mercado actual, haciendo uso eficiente y

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

estratégico de las redes sociales, páginas web, plataformas de comercio electrónico de acuerdo a las necesidades y características de cada empresa.

10.2.4 Valores

La filosofía corporativa de Digital Med S.A.S se fundamenta en las relaciones y calidad humana, los principales valores que hacen parte del ADN son: honestidad, responsabilidad, confianza, trabajo en equipo, respeto. Que estarán presentes en las relaciones laborales, el bienestar de los empleados y la atención a los clientes.

10.2.5 Objetivos

- Prestar servicios en marketing digital para MiPymes acordes a sus necesidades con el fin de fortalecer sus procesos de comercialización
- Fortalecer el comercio electrónico como herramienta pionera en las MiPymes para aumentar sus ventas
- Contribuir al crecimiento y desarrollo de la actividad económica empresarial de la ciudad

10.2.6 Análisis DOFA

Se realizó un diagnóstico de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con el propósito de tomar decisiones en cuanto a situaciones que afecten la creación de la empresa Digital Med S.A.S para MiPymes en la ciudad de Medellín.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Tabla 19.

Análisis DOFA

Fortalezas	Debilidades
<p>Equipo de profesionales expertos en áreas de las TIC, con trayectoria en el posicionamiento y éxito de campañas en redes sociales, manejo de páginas web y comercio electrónico en diferentes organizaciones.</p> <p>Tecnología a la vanguardia.</p> <p>Precios accesibles</p> <p>Atención personalizada a la medida de cada organización.</p> <p>Oferta amplia a las necesidades actuales de las organizaciones</p>	<p>Al ser una empresa nueva, se encuentra en desventaja con respecto a empresas de alta trayectoria en el mercado que ofrecen los mismos servicios.</p> <p>Recursos económicos para estar en constante actualización de tecnología.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Demanda considerable de servicios de marketing digital por parte de MiPymes.</p> <p>Alianzas estratégicas, trabajo colaborativo.</p> <p>Sector en crecimiento constante</p>	<p>Competencia alta, surgimiento de nuevas agencias que ofrezcan los mismos servicios.</p> <p>Ataques mal intencionados, robo de información, hackeo de cuentas.</p> <p>Automatización de la publicidad</p>

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Cambios en la forma de comercialización de productos y servicios.

Precios muy competitivos

Generación de empleo

Desconocimiento, poca confianza en el uso de herramientas de comunicación,

Legislación a favor de impulsar la economía y comercio digital

marketing y publicidad para promocionar productos y servicios.

Fuente: Elaboración propia

10.2.7 Estructura organizacional

Unidad Directiva y Administrativa:

Tiene como responsabilidad la administración, planeación, dirección y control de todos los recursos financieros y físicos utilizados para el cumplimiento de los objetivos organizacionales, velando por la buena administración en las actividades de compras, pago de obligaciones y registro contable para el buen funcionamiento de la empresa.

Unidad Comercial:

Está a cargo del contacto directo con los clientes garantizando que las necesidades de este se suplan y se logren cumplir sus expectativas a través de la planificación de estrategias, el análisis del mercado, del diseño de un plan ventas, creación de campañas promocionales, entre otras actividades.

Unidad Operativa y Soporte Técnico:

Es la encargada de diseñar y producir los servicios al cliente. Además, de brindar toda la asistencia y soporte técnico a la empresa en el mantenimiento del portal web y la plataforma

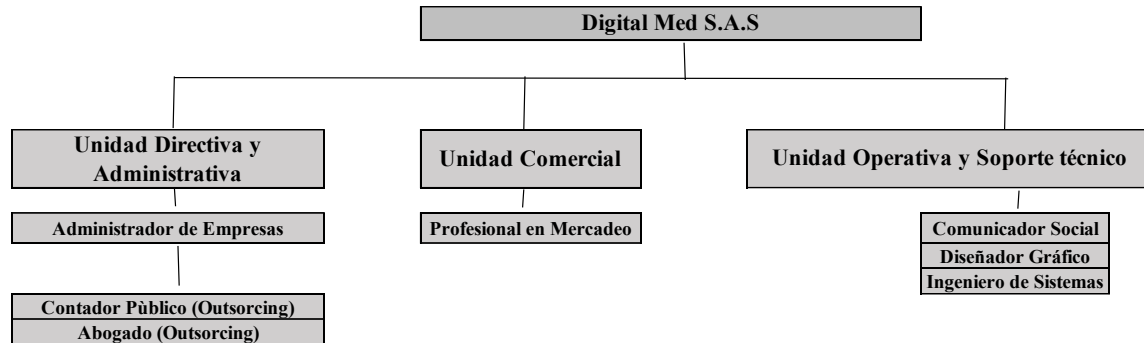
Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

de E-commerce.

En la Figura 2 se presenta el organigrama basándose en su naturaleza funcional:

Figura 2.

Organigrama Digital Med S.A.S



Fuente: elaboración propia

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

11. Estudio Financiero

Para constitución de la empresa de marketing digital, Digital Med S.A.S y evaluar si es financieramente factible durante sus primeros cinco (5) años de operación, se tendrán en cuenta los siguientes datos de entrada:

- Precio de venta por Plan Tú Empresa Digital/anual: \$7.200.000
- Plan vendidos año 1: 50 unidades
- A partir del año dos (2) en adelante hay un incremento de ventas del 0.04%
- Inversiones (se realizarán en el año preoperativo): equipos (\$24.808.000) e inversiones diferidas (\$5.500.000). Los equipos se deprecian a cinco (5) años y las inversiones diferidas se amortizan a cinco (5) años
- Todas las inversiones y el capital de trabajo adicional a la fase preoperativa se cubren con dineros del mismo proyecto
- Los costos y gastos directos e indirectos anuales son: mano de obra directa e indirecta (\$ 134.400.000), Servicio de Internet - subsidio a mano de obra (\$3.600.00), insumos para producción (\$ 28.464.000), publicidad (\$ 3.600.000) y transporte (\$ 5.256.000)
- El proyecto realizará una inversión liquida en equipos para la expansión de ventas (4to año de operación por valor de \$8.000.000
- Se tomará un crédito del 50% del costo total del proyecto de la fase preoperativa con una tasa del 0,08% efectiva anual, el cual se pagará en cinco cuotas iguales, el 50% del capital restante lo aportan los socios.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

- El capital de trabajo se estima que sea del 0,3 % del total de los costos y gastos, el capital de trabajo preoperativo será del 0,4 %, el capital de trabajo se recupera al final de la inversión.
- La tasa de impuestos 0,35%
- Las inversiones que se realizan en el primer año operativo se cubren con dineros del mismo proyecto.
- El proyecto se evaluará en 5 años

Tabla 20.

Presupuestos de ventas

	0	1	2	3	4	5
Ventas en unidades		50	52	54	56	58
Ventas en pesos		360.000.000	374.400.000	389.376.000	404.951.040	417.600.000

Tabla 21.

Presupuesto de Costos y Gastos (No Incluye Depreciación)

	0	1	2	3	4	5
Mano de obra		134.400.000	139.776.000	145.367.040	151.181.722	157.228.990
Insumos de Producción		28.464.000	29.602.560	30.786.662	32.018.129	33.298.854
Costos indirectos (Publicidad)		3.600.000	3.744.000	3.893.760	4.049.510	4.211.491
Servicio de Internet (subsidio a mano de obra)		3.600.000	3.744.000	3.893.760	4.049.510	4.211.491
Transporte		5.256.000	5.256.000	5.466.240	5.466.240	5.466.240
Total costos y gastos	0	175.320.000	182.122.560	189.407.462	196.765.111	204.417.066

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Tabla 22.

Capital de trabajo neto operativo (Kwno)

	0	1	2	3	4	5
Kwno	21.038.400	52.596.000	54.636.768	56.822.239	59.029.533	61.325.120
Variación	21.038.400	31.557.600	2.040.768	2.185.471	2.207.295	2.295.586

Tabla 23.

Presupuesto de Inversiones

	0	1	2	3	4	5
Equipo	24.808.000				8.000.000	
Muebles y enseres	0					
Inversiones diferidas	5.500.000					
Inversiones en KW	21.038.400	31.557.600	2.040.768	2.185.471	2.207.295	2.295.586
Recuperación KW						61.325.120
Total	-51.346.400	-31.557.600	-2.040.768	-2.185.471	-10.207.295	59.029.533

Tabla 24.

Depreciación y Amortización

	0	1	2	3	4	5
Equipo		4.961.600	4.961.600	4.961.600	6.561.600	6.561.600
Muebles y enseres		0	0	0	0	0
Inversiones diferidas		1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000
Total	0	6.061.600	6.061.600	6.061.600	7.661.600	7.661.600

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Tabla 25.

Amortización de la Deuda

	0	1	2	3	4	5
Saldo	25.673.200	21.297.037	16.570.782	11.466.426	5.953.721	0
Interés		2.053.856	1.703.763	1.325.663	917.314	476.298
Abono		4.376.163	4.726.256	5.104.356	5.512.705	5.953.721
Cuotas		6.430.019	6.430.019	6.430.019	6.430.019	6.430.019

Tabla 26.

Estado de Resultados - Ganancias y Pérdidas G & P

	0	1	2	3	4	5
Ventas		360.000.000	374.400.000	389.376.000	404.951.040	417.600.000
Costos y gastos \$		175.320.000	182.122.560	189.407.462	196.765.111	204.417.066
Ebitda		184.680.000	192.277.440	199.968.538	208.185.929	213.182.934
Depreciación y Amortización		6.061.600	6.061.600	6.061.600	7.661.600	7.661.600
Ebit		178.618.400	186.215.840	193.906.938	200.524.329	205.521.334
Gastos Financieros		2.053.856	1.703.763	1.325.663	917.314	476.298
Ingresos extras venta de activos						
Utilidad Antes de Impuestos (UAT)		176.564.544	184.512.077	192.581.275	199.607.015	205.045.036
Impuestos (T)		61.797.590	64.579.227	67.403.446	69.862.455	71.765.763
Utilidad Neta		114.766.954	119.932.850	125.177.829	129.744.560	133.279.274

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Tabla 27.

Estado de Fuentes

	0	1	2	3	4	5
Aportes	25.673.200					
Crédito	25.673.200					
Venta De Activos						
Depre y Amor		6.061.600	6.061.600	6.061.600	7.661.600	7.661.600
Utilidad operativa		178.618.400	186.215.840	193.906.938	200.524.329	205.521.334
Recuperación Del Kw						61.325.120
Total Fuentes	51.346.400	184.680.000	192.277.440	199.968.538	208.185.929	274.508.054

Tabla 28.

Estado de Usos

	0	1	2	3	4	5
Gastos financieros		2.053.856	1.703.763	1.325.663	917.314	476.298
Impuestos		61.797.590	64.579.227	67.403.446	69.862.455	71.765.763
Inversión En Kw	21.038.400	31.557.600	2.040.768	2.185.471	2.207.295	2.295.586
Inversiones en Activos fijos e intangibles	30.308.000	0	0	0	8.000.000	0
Abono a la Deuda		4.376.163	4.726.256	5.104.356	5.512.705	5.953.721
Total Usos	51.346.400	99.785.209	73.050.014	76.018.936	86.499.768	80.491.368
Superavit/Déficit	0	84.894.791	119.227.426	123.949.602	121.686.160	194.016.686
Superavit/Déficit Acumulado	0	84.894.791	204.122.217	328.071.819	449.757.980	643.774.665

Tabla 29.

Balance General

	0	1	2	3	4	5
Activos Corrientes						
Caja	21.038.400	52.596.000	54.636.768	56.822.239	59.029.533	61.325.120
Exceso de caja	0	84.894.791	204.122.217	328.071.819	449.757.980	643.774.665

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Total activo corriente	21.038.400	137.490.791	258.758.985	384.894.058	508.787.513	705.099.785
Activo fijo diferido	30.308.000	30.308.000	30.308.000	30.308.000	38.308.000	0
Depre y amor acumulada	0	6.061.600	12.123.200	18.184.800	25.846.400	0
Activo fijo neto	30.308.000	24.246.400	18.184.800	12.123.200	12.461.600	0
Total activo	51.346.400	161.737.191	276.943.785	397.017.258	521.249.113	705.099.785

Tabla 29.

Pasivo y Patrimonio

	0	1	2	3	4	5
Pasivo de largo plazo	25.673.200	21.297.037	16.570.782	11.466.426	5.953.721	0
Total Pasivo	25.673.200	21.297.037	16.570.782	11.466.426	5.953.721	0
Patrimonio						
Aportes	25.673.200	25.673.200	25.673.200	25.673.200	25.673.200	25.673.200
utilidades	0	114.766.954	119.932.850	125.177.829	129.744.560	133.279.274
utilidades retenidas	0	0	114.766.954	234.699.804	359.877.632	489.622.192
Total patrimonio	25.673.200	140.440.154	260.373.004	385.550.832	515.295.392	648.574.665
Total pasivo más patrimonio	51.346.400	161.737.191	276.943.785	397.017.258	521.249.113	648.574.665
Línea control (ecuación contable)	0	0	0	0	0	56.525.120

Tabla 30.

Flujo de Caja Libre-FCL (Desde Estado de Resultados)

	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operativa		178.618.400	186.215.840	193.906.938	200.524.329	205.521.334

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Impuesto Aplicada		61.797.590	64.579.227	67.403.446	69.862.455	71.765.763
Uodi		116.820.810	121.636.613	126.503.491	130.661.874	133.755.571
Depre Y Amor		6.061.600	6.061.600	6.061.600	7.661.600	7.661.600
Fc Bruto		122.882.410	127.698.213	132.565.091	138.323.474	141.417.171
Inversiones En Kw	21.038.400	31.557.600	2.040.768	2.185.471	2.207.295	2.295.586
Inversiones en Activos fijos e intangibles	30.308.000	0	0	0	8.000.000	0
Recuperación Del Kw						61.325.120
Venta De Activos						0
FCL	-51.346.400	91.324.810	125.657.445	130.379.621	128.116.179	200.446.705
Crédito	25.673.200					
Abonos Capital		4.376.163	4.726.256	5.104.356	5.512.705	5.953.721
Intereses Netos (Interés * (1-T))		1.335.006	1.107.446	861.681	596.254	309.593
Flujo de caja del Inversionista	-25.673.200	85.613.641	119.823.743	124.413.584	122.007.220	194.183.390
TIR		201,1%				

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

12. Matriz de riesgo

A continuación, en la Tabla 21. Se presenta la Matriz de riesgo del proyecto la cual tiene en cuenta diversas variables que pueden afectar su funcionamiento como: comercial y de imagen, talento humano y legal, operativo y financiero. También se plantean el tipo de control y las opciones de manejo que se tendrán en cuenta.

Tabla 21.

Matriz de riesgo

FACTOR DE RIESGO/PELIGRO		CONTROLES EXISTENTES			VALORACIÓN DEL RIESGO	
Clasificación	Descripción	Posible efecto	Tipo de control	Acceptabilidad del riesgo	INDICADOR (ES)	OPCIONES DE MANEJO DEL RIESGO
Comercial y de imagen	No tener el talento humano calificado y suficiente para la atención de la demanda	*Pérdida de clientes *Mala reputación *No responder con la oferta del producto *Sobrecarga laboral	* Planificación de la estructura organizacional *Proceso de selección	No aceptable o aceptable con control específico	No. De empresas atendidas al año / capacidad instalada * 100	Reducir: Establecer tamaño del proyecto y capacidad nominal mediante proyecciones de demanda.
	Comercial y de imagen	No cumplir con tiempos y calidad de los productos y servicios ofrecidos del Plan Tu empresa digital	*Mala reputación *Perdida de clientes *Pérdidas económicas *Sobrecostos * Cancelación de contratos		*Control de calidad en los servicios * Transparencia en la publicidad y comunicación * Disponer del personal capacitado y necesario.	No. de quejas por servicio al mes / No. de empresas atendidas al mes * 100

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Operativo	Hackeo y robo de información y plataformas	*Pérdida de insumos de trabajos *Pérdida de clientes * Mala reputación * Problemas jurídicos	*Implementación de sistemas de seguridad *Respaldo de información * Monitoreo y soporte permanente de plataformas	No aceptable o aceptable con control específico	Cantidad de ataques informáticos al mes/ cantidad servicios prestados Fallas del sistema de seguridad/ cantidad de servicios prestados	Reducir: Proveedores Hosting con experiencia y reconocidos en el mercado. Implementar sistemas de seguridad y respaldo de la información.
Operativo	Hurto o daño de equipos	* Pérdida total de equipos * lesiones humanas	* Pólizas de responsabilidad civil * Mantenimiento de equipos	No Aceptable o aceptable con control específico	Número de incidentes presentados.	Transferir o compartir: Ejecución de las pólizas de seguro por daños y perjuicios adquiridas.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

Talento Humano y Legal	Accidentes laborales	<ul style="list-style-type: none"> *Problemas de salud física y mental * Problemas jurídicos * pérdida de vidas humanas * lesiones graves * incapacidad permanente y pago de indemnizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> * Diseñar e implementar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo * Verificación de afiliación del personal al sistema de salud y ARL *Adquisición de pólizas de responsabilidad civil 	Acceptable	Número de accidentes al año	Transferir o compartir: Ejecución de la póliza de ARL
Financiero	Desorden administrativo para el control de gastos e ingresos	<ul style="list-style-type: none"> * Incumplimiento en el pago a proveedores y talento humano * Sobrecostos *Quiebra de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> * Realizar un control periódico de todos los costos e ingresos de la empresa. *Contar con un software 	No aceptable o aceptable con control específico	Recursos ejecutados por rubro/recursos presupuestados por rubro	Reducir: Auditoría y control interno y Registro de costos e

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

		* Inconsistencias contables	contable. * Contratación de terceros con experiencia.			ingresos periódico.
Financiero y Operativo	Suspensión del servicio de internet por factores externos e internos	* Imposibilidad para la prestación del servicio * Perdida de clientes	* Pago oportuno de subsidio de internet	No aceptable o aceptable con control específico	Cortes de servicio de internet por mes	Reducir: Contratación de operador con experiencia
Financiero	Planificación inadecuada de los presupuestos	*Sobrecostos * Proyecciones de ventas no ajustadas a la capacidad de la empresa	* Diseñar un plan de inversión con criterios técnicos * Realizar un estudio de prefactibilidad	No aceptable	Utilidad neta / ventas netas Ventas netas / ventas proyectada	Evitar: Realizar proyecciones con criterios técnicos de acuerdo a la demanda, oferta y crecimiento del sector

Fuente: Elaboración propia

13. Conclusiones

El proyecto para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín, denominada Digital Med S.A.S, es factible de acuerdo a los diferentes estudios realizados ya que se presenta como una oportunidad para ofrecer servicios a la vanguardia de las tecnologías, lo que permite el posicionamiento y crecimiento de las empresas atendidas. A través del estudio de mercado se evidenció que este negocio tiene altos potenciales de ser demandado en un mundo globalizado y mediado por las tecnologías de la comunicación y la información, dónde la compra y venta de bienes y servicios ha tomado protagonismo a través de plataformas digitales permitiendo que las empresas amplíen sus nichos de mercado y así ser más competitivas.

El estudio técnico estableció que la venta de los productos y servicio puede realizarse de forma digital y virtual lo cual permitirá la reducción de costos posibilitando ofertar a un público más amplio con precios accesibles que permitan que la empresa Digital Med S.A.S sea competitiva en el mercado.

Además, se identificó a través de la proyección de ventas y análisis financiero que en los primeros cinco (5) años de servicio se presenta una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 201,1 %, lo que revela que el proyecto es rentable y sostenible

13. Referencias

- Agency Scope. (04 de Agosto de 2021). *En Colombia, los anunciantes ya destinan al área digital el 35% de su inversión en comunicación*. Obtenido de https://scopen.com/sites/default/files/press/20200804_np_informe_agency_scope_colombia.pdf
- Alcaldía de Medellín. (2020). *Plan de Desarrollo “Medellín Futuro 2020-2023”*. Obtenido de https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/medellin/Temas/PlanDesarrollo/Publicaciones/Shared%20Content/Documentos/2020/DocumentoFinal_PlanDesarrolloMedellin2020-2023_MedellinFuturo.pdf
- Alcaldía de Medellín. (s.f.). *Soymipymedigital*. Obtenido de <https://soymipymedigital.com/convocatoria/en-que-consiste>
- Alejandro Schnarch K. (2013). *Marketing para MiPymes, un enfoque para Latinoamérica*. Bogotá: Alfaomega colombiana S.A.
- Ana María Alzate Posada, & Hernández, L. S. (2019). *Estudio de pre factibilidad para la creación de una plataforma E-commerce para comerciantes de El Hueco en la ciudad de Medellín*. Obtenido de https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/14320/1/AlzateAna_2019_EstudioCreacionPlataforma.pdf
- Arellano, J. M., & Lares, S. A. (Julio-Diciembre de 2018). Marketing digital y las finanzas de las pymes. *Revista de investigación en tecnologías de la información*, 6(12), 100-106. Obtenido de <https://www.riti.es/ojs2018/inicio/index.php/riti/issue/view/13>
- Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI). (Diciembre de 2020). *Perspectivas económica MiPymes 2021*. Obtenido de <https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/12/PERSPECTIVAS-ECONOMICAS-2021.pdf>
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF). (16 de Junio de 2021). *MiPymes: el pilar para la reactivación económica*. Obtenido de <https://www.anif.com.co/wp-content/uploads/2021/05/carlos-prada-anif.pdf>
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF). (09 de Diciembre de 2021). *Retos y oportunidades de las Pymes*. Obtenido de <https://www.anif.com.co/comentarios-economicos-del-dia/retos-y-oportunidades-de-las-pymes/>
- Banco Mundial. (20 de Abril de 2022). *Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/digitaldevelopment/overview#1>
- Bishop, B. (2002). *Marketing estratégico para la era digital* (1era edición ed.). México: Compañía editorial continental.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

Branch. (12 de Abril de 2021). Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/>

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE). (Febrero de 2022). *El comercio electrónico en 2021 y perspectivas 2022*. Obtenido de <https://www.valoraanalitik.com/wp-content/uploads/2022/02/El-Comercio-electronico-en-2021-y-perspectivas-2022-VF.pdf>

Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCCA). (04 de febrero de 2022). *Estructura empresarial 2021*. Obtenido de <https://www.camaramedellin.com.co/biblioteca/estructura-empresarial-antioquena-2021-1>

Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCMA). (29 de Enero de 2020). *Desempeño Economía de Antioquia*. Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Estudio%20Econ%C3%B3mico%20SIC2020%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Estudio%20Econ%C3%B3mico%20SIC2020%20(3).pdf)

Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCMA). (s.f.). *E-pymes, programa de Comercio electrónico para mipymes*. Obtenido de <https://www.camaramedellin.com.co/quiero-un-servicio-para-mi-empresa/proyectos-y-programas/e-pymes-soluciones-digitales/-programa-de-comercio-electronico-para-mipymes>

Centro de estudios de la empresa micro (CEM). (Agosto de 2021). *Dinámica microempresarial en el primer semestre de 2021 en el Valle de Aburrá*. Obtenido de https://ccas.org.co/wp-content/uploads/Boletin_CEM_02_21.pdf

Centro de Innovación y Negocios Ruta N Medellín. (s.f). *Diagnóstico de la demanda de empleo y la oferta de talento digital en Medellín*. Obtenido de <https://www.rutanmedellin.org/images/Noticias/2021/Mayo/DisenoInforme-may12-V2.pdf>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). *Datos y hechos sobre la transformación digital. Documentos de proyectos*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46766/1/S2000991_es.pdf

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP). (Octubre de 2013). *Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria (CCAP)*. Obtenido de https://aec1c6dc-782e-4567-897e-849e0745b08d.filesusr.com/ugd/3455e7_799d2f146d164ab79a620ee0e95e3b5b.pdf

Confecámaras. (Enero-marzo de 2021). *Dinámicas de creación de empresas en Colombia*. Obtenido de https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2020/Informe_Din%C3%A1mica_de_Creaci%C3%B3n_de_Empresas___Prime_trimestre_2021_002.pdf

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

- Confecámaras. (Febrero de 2021). *Encuesta de las Cámaras de Comercio de Monitoreo del Impacto de la COVID19 en las Empresas*. Obtenido de https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2020/VF_Encuesta_Empresarios_Covid-19_Febrero_2021.pdf
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo (UNCTAD). (2021). *Informe sobre la economía digital 2021*. Obtenido de https://unctad.org/system/files/official-document/der2021_es_0.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (27 de Diciembre de 2019). *Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en empresas (TIC empresas) 2018*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_empresas_2018.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (31 de Mayo de 2022). *Comunicado de prensa Indicadores de mercado laboral Abril de 2022*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/CP_empleo_abr_22.pdf
- Dweb3d. (Consultado en junio 2022). Obtenido de <https://www.dweb3d.com/listado-de-precios/>
- Eempleo.com. (s.f.). *Estos son los 10 trabajos mejor pagados en el país*. Obtenido de <https://www.eempleo.com/co/noticias/noticias-laborales/estos-son-los-10-trabajos-mejor-pagados-en-el-pais-6458>
- Enrique Carlos Núñez Cudriz, J. D. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16 (30), 1-14. Obtenido de <https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/2915/2387>
- Estrada, S. H., & Sastoque-Gómez, J. D. (2020). Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PYMES en Colombia en tiempo del Covid – 19. *Revista Científica Anfibios*, 3(1), 39-46. Obtenido de <https://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/60/90>
- Fenalco Antioquia. (14 de Abril de 2021). *Medellín, la ciudad que más micronegocios creó en el país*. Obtenido de <https://www.fenalcoantioquia.com/blog/medellin-la-ciudad-que-mas-micronegocios-creo-en-el-pais/>
- Fernández, P. A., & Cortés, J. D. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital en Cali, dirigida al mercado de las micro, medianas y pequeñas empresas - MIPYMES*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/19031>
- Grupo Echavarría Rúa. (Consultado en junio de 2022). Obtenido de <https://www.grupoechavarriarua.com/>

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

- Jhonny de Jesús Meza Orozco. (2013). *Evaluación financiera de Proyectos. 10 casos prácticos resueltos en excel*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Kenneth Cladon; Carol Guercio Traver. (2009). *E-commerce, negocios tecnología y sociedad*. México, D.F: Pearson Educación de México .
- López, M. D. (2007). *Evalaución de proyectos para ingenieros* (1era edición ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones.
- Lozano, Rafael Armando Méndez. (2004). *Formulación y Evaluación de Proyectos, enfoque para emprendedores*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Marketing Digital efectivo*. (Consultado en junio de 2022). Obtenido de <https://www.marketingdigitalefectivo.co/community-manager-en-bogota/>
- Ministerio de las Tegnologías de la Información y las Comunicaciones. (31 de Agosto de 2018). *El futuro digital es de todos': la nueva política TIC*. Obtenido de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/79186:El-futuro-digital-es-de-todos-la-nueva-politica-TIC>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). (27 de Junio de 2020). *La oferta del MinTIC para fortalecer a las mipyme colombianas*. Obtenido de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/145832:La-oferta-del-MinTIC-para-fortalecer-a-las-mipyme-colombianas>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). (Diciembre de 2021). *Índice de Brecha Digital Resultados 2020*. Obtenido de https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-198042_presentacion.pdf
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). (21 de Agosto de 2021). *MInTIC*. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Ministerio/Acerca-del-MinTIC/118042:Quienes-Somos>
- Miranda, J. J. (1999). *Gestión de proyectos. Identificación, formulación, evaluación* (3ra edición ed.). Bogotá, Colombia: MM editores.
- Murcia, J. D., F. N., Duarte, V. M., Viloría, L. S., Bello, G. A., Murcia, S. R., & Francisco, R. R. (2019). *Formuolación y criterios de Evaluación* (2da Edición ed.). Bogotá, Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.
- Organización de Naciones Unidas (ONU). (03 de Mayo de 2021). *El comercio electrónico mundial crece hasta los 26,7 billones de dólares, impulsado por la COVID-19*. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2021/05/1491592>
- Pymas. (s.f.). *Conozca la primera Ley de comercio electrónico de Colombia*. Obtenido de <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/ecommerce/ley-comercio-electronico->

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en la ciudad de Medellín

colombia#:~:text=La%20primera%20Ley%20de%20Comercio%20Electr%C3%B3nico%20en%20el%20pa%C3%ADs%20es,sector%20de%20los%20e%2Dcommerce

Salazar, S. A. (05 de Mayo de 2021). *Estudio de prefactibilidad para la creación de una agencia de marketing digital para empresas pymes de la ciudad de Bogotá D.C.* Obtenido de <https://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/8452>

Sense digital. (Consultado en Junio de de Consultado en Junio de 2022). Obtenido de <https://sense-digital.co/>

Servicio Nacional de Empleo (SENA). (junio de 2020). *Cifras regionales del mercado laboral.* Obtenido de <https://observatorio.sena.edu.co/Mercado/TendenciaOcupaciones>

We are social. (2022). *Digital 2021 Global Overview Report.* Obtenido de <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/>

Leyes, Decretos y Normatividad

Ley 23 de 1982. Sobre derechos de autor. 19 de febrero 1982. D.O. N°35.949.

Ley 527 de 1999. Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. 21 de agosto 1999. D.O. N°43.673.

Ley 256 de 1996. Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal. 15 de enero 1996. D.O. N°42.692.

Ley 633 de 2000. Por la cual se expiden normas en materia tributaria, se dictan disposiciones sobre el tratamiento a los fondos obligatorios para la vivienda de interés social y se introducen normas para fortalecer las finanzas de la Rama Judicial. 29 de diciembre 2000. D.O. N°44.275.

Ley 1258 de 2008. Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. 05 de diciembre de 2008. D.O No. 47.194

Ley 1341 de 2009. Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones-TIC, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones. 30 de julio de 2020. D.O 47.426

Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. 12 de octubre 2011. D.O. N°48.220.

Ley Estatutaria 1581 de 2012. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. 17 de octubre 2012. D.O. N°48.587.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de marketing digital para MiPymes en
la ciudad de Medellín

- Ley 2069 de 2020. Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia. 31 de diciembre de 2020. D.O No. 51.544
- Ley 2155 de 2021. Por medio de la cual se expide la Ley de inversión social y se dictan otras disposiciones. 14 de septiembre de 2021. D.O No. 51.797
- Decreto 19 de 2012. Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública. 10 de enero de 2012. D.O No. 48.308
- Decreto Legislativo 560 de 2020. Por el cual se adoptan medidas transitorias especiales en materia de procesos de insolvencia, en el marco del Estado de Emergencia, Social y Ecológica. 15 de abril de 2020. D.O No. 51.286
- Decreto Legislativo 817 de 2020. Por el cual se establecen las condiciones especiales para la emisión de valores en el segundo mercado por parte de empresas afectadas en el marco del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica. 04 de junio de 2020. D.O No. 51.335
- Decreto 1091 de 2020. Por el cual se modifica el Decreto 1625 de 2016, Único Reglamentario en Materia Tributaria, se sustituye el capítulo 6 del título 4 de la parte 3 del libro 2 del Decreto 1068 de 2015, Único Reglamentario del Sector Hacienda y Crédito Público y se reglamentan los artículos 555-2 y 903 al 916 del Estatuto Tributario. 03 de agosto de 2020.
- Estatuto Tributario Decreto 624 de 1989. "Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales" 30 de marzo de 1989. D.O No. 38.756