

**IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO “INFORMACIÓN Y CONSULTORÍA
CONTABLE Y FINANCIERA” EN INTERNET POR MEDIO DE LA WEB**

YULY PAOLA SANCHEZ MORENO

COD. 1999200673

EDINSON SABOGAL BERNAL

COD. 2000201284

NEIVA

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

NEIVA

2005

**IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO “INFORMACIÓN Y CONSULTORÍA
CONTABLE Y FINANCIERA” EN INTERNET POR MEDIO DE LA WEB**

YULY PAOLA SÁNCHEZ MORENO

COD. 1999200673

EDINSON SABOGAL BERNAL

COD. 2000201284

Director del proyecto: RICARDO LEÓN CASTRO

NEIVA

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

NEIVA

2005

NOTA DE ACEPTACIÓN

PRESIDENTE DEL JURADO

JURADO

JURADO

NEIVA, 29 DE AGOSTO DE 2005

A DIOS por sus bendiciones, a
Nuestras familias que nos apoyaron incondicionalmente
Durante todo el tiempo que estudiamos, a los amigos y docentes que nos
Acompañaron en nuestros propósitos y proyectos.

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos a:

Señor Ricardo León Castro Zamora, Docente Universidad Surcolombiana.

Señor Fidernando Antury, Docente Universidad Surcolombiana.

Señor Ángel María Fierro Martínez, Docente Universidad Surcolombiana.

Señora Gloria Sanchez, Decana de Facultad de Economía y Administración
Universidad surcolombiana.

Señor Álvaro Caldon, Jefe de programa de Contaduría Pública.

CONTENIDO

	Pág.
LISTA DE TABLAS	
LISTA DE FIGURAS	
LISTA DE ANEXOS	
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
3. JUSTIFICACIÓN	5
4. OBJETIVOS	6
4.1 General	6
4.2. Específicos	6
5. MARCO TEÓRICO	7
6. METODOLOGÍA	9
7. RESULTADOS ESPERADOS	10
8. ESTUDIO DE MERCADO	11
8.1 Servicios	11
8.2 Oferta actual del servicio (competencia)	12
8.3 Demanda	13
8.4 Población objetivo	15
8.5 Generación de recursos	17
8.6 Clientes	17
8.6.1 Google	17
8.6.2 CorreoDirect	18

8.6.3 Venta de conferencias virtuales	20
8.7 Localización del proyecto	21
8.8 Tamaño del proyecto	21
9. INGENIERÍA DEL PROYECTO	23
9.1 Diseño de la Web	23
9.2 Recolección y selección de la información a publicar	25
9.3 Información presentada al usuario	26
9.4 Información enviada por correo electrónico a los Usuarios registrados (Boletines)	27
9.5 Atención consultas virtuales	28
9.6 Servicio de publicidad	29
9.6.1 Adense Contenido y búsqueda	29
9.6.2 Publicidad por correo electrónico	36
9.7 Venta conferencias virtuales	38
10. PRESUPUESTO Y FINANCIACIÓN	39
10.1 Inversión inicial	39
10.2 Ingresos	44
11. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	46
11.1 Metodología	46
11.2 Evaluación financiera	46
11.2.1 Flujo del proyecto	46
11.2.2 Flujo del empresario	47
11.2.3 Valor presente neto	47
11.2.4 Tasa interna de retorno	48
11.2.5 Análisis de sensibilidad	49
11.2.6 Análisis de riesgo	55
11.2.7 Punto de equilibrio	55
11.3 Evaluación social	58
12. CONCLUSIONES	59

LISTA DE TABLAS

	Pag.
Tabla No. 1	62
Tabla No. 2	63
Tabla No. 3	64
Tabla No. 4	65
Tabla No. 5	68

LISTA DE ANEXOS

- Encuesta Estudio de mercado
- Resultados de la encuesta
- Ley 527 de 1999
- Estadísticas visita por países

GLOSARIO

ASESORÍA

Proceso de ilustrar, aconsejar, instruir sobre un tema a usuarios o clientes, de brindar apoyo en conocimientos a personas y empresas.

CONTABILIDAD

Proceso mediante el cual se identifica, mide, registra y comunica la información económica de una organización o empresa, con el fin de que los directivos y administradores puedan evaluar la situación económica, financiera, administrativa y operativa de la misma. Para el desarrollo del proceso de la contabilidad se requiere la elaboración de los registros contables, por lo que es la que permite obtener los datos, ajustados a principios contables, utilizados para evaluar la situación y obtener la información financiera relevante de una entidad.

FINANZAS

Proceso mediante el cual se busca administrar los recursos económicos de un ente, formas y mecanismos para buscar recursos financieros, para controlar variables tanto económicas, como operativas y administrativas en la empresa.

INTERNET

Internet, interconexión de redes informáticas que permite a los ordenadores o computadoras conectadas comunicarse directamente, es decir, cada ordenador de la red puede conectarse a cualquier otro ordenador de ella. El término suele referirse a una interconexión en particular, de carácter planetario y abierto al público, que conecta redes informáticas de organismos oficiales, educativos y empresariales

Varias computadoras individuales conectadas entre sí forman una red de área local (LAN). Internet consiste en una serie de redes (LAN) interconectadas.

World Wide Web (WWW)

World Wide Web, mecanismo proveedor de información electrónica para usuarios conectados a Internet. El acceso a cada sitio Web se canaliza a través del URL o identificador único de cada página de contenidos. Este sistema permite a los usuarios el acceso a una gran cantidad de información: leer publicaciones periódicas, buscar referencias en bibliotecas, realizar paseos virtuales por pinacotecas, compras electrónicas o audiciones de conciertos, buscar trabajo y otras muchas funciones. Gracias a la forma en

que está organizada la World Wide Web (WWW), los usuarios pueden saltar de un recurso a otro con facilidad. Las conexiones entre los servidores que contienen la información se hacen de forma automática y transparente para el usuario, pues el medio admite las funciones de hipertexto e hipermedia.

Los usuarios visualizan estos datos mediante una aplicación, denominada explorador o *browser* (como Navigator, de Netscape, o Internet Explorer, de Microsoft). El explorador muestra en la pantalla una página con el texto, las imágenes, los sonidos y las animaciones relativas al tema que previamente ha sido seleccionado. El usuario puede entonces interactuar con el sistema señalando con el *Mouse* (ratón) aquellos elementos que desea estudiar en profundidad, pues, si la página lo permite, dichos objetos estarán vinculados a otras páginas Web de ese servidor u otros que aportan información relacionada. Existen múltiples enlaces Web por todo el mundo, que forman una base de información a gran escala en formato multimedia, aunque todavía los contenidos se encuentran mayoritariamente en inglés. Cada vez más compañías implantan redes corporativas, conocidas con el nombre de *intranets*, que están basadas en esta tecnología pero a menor escala.

Las páginas Web pueden estar escritas en HTML (siglas de *Hipertexto Markup Language*), DHTML o XML (*Extended Markup Language*), lenguajes de marcado de hipertexto. El protocolo HTTP (siglas de *Hipertexto Transferí Protocola*) es el encargado de hacer llegar las diferentes páginas desde los servidores remotos al equipo del usuario que las solicita. Las comunicaciones de nivel inferior se establecen normalmente mediante TCP/IP (siglas de *Transmisión Control Protocola/Internet Protocola*), si bien al ser un sistema abierto, admite otros protocolos.

SERVIDOR

Servidor (informática), computadora conectada a una red que pone sus recursos a disposición del resto de los integrantes de la red. Suele utilizarse para mantener datos centralizados o para gestionar recursos compartidos. Internet es en último término un conjunto de servidores que proporcionan servicios de transferencia de ficheros, correo electrónico o páginas WEB, entre otros.

DOMINIO

En Internet, un dominio es una entidad que ha sido registrada con una única dirección de acceso, una dirección IP al estilo 207.46.134.190, con un nombre distintivo (www.mipagina.com), no pueden haber dos dominios iguales, con el mismo nombre, no puede haber duplicidad.

WEB SITE

Lugar de la Web o Sitio de Internet, computadora que publica documentos (denominados "páginas Web") en World Wide Web (WWW). Estos documentos están compuestos por texto, elementos multimedia (gráficos, sonido, vídeo digital...) y vínculos (punteros con la dirección de otras páginas Web, empleados para establecer una conexión automática). Un lugar de la Web (en inglés, Web site) mantiene en ejecución un programa llamado "servidor de páginas Web" que procesa las peticiones de información,

típicamente solicitudes de páginas. Cada documento en uno de estos lugares tiene asignada una dirección única denominada URL.

URL

URL, acrónimo de *Universal Resource Locator* (localizador universal de recursos), método de identificación de documentos o lugares en Internet, que se utiliza principalmente en World Wide Web (WWW). Un URL es una cadena de caracteres que identifica el tipo de documento, la computadora, el directorio y los subdirectorios en donde se encuentra el documento y su nombre.

Por ejemplo, el URL de la página WEB inicial de La Web <http://www.laWeb/index.htm>. El URL distingue entre mayúsculas y minúsculas. La parte del URL antes de los dos puntos indica el protocolo necesario para acceder al documento. La etiqueta *http* indica que el documento se encuentra en WWW. Si aparece *FTP*, indica que se puede acceder al documento utilizando FTP. Otros indicadores son *Koper*, un sistema de envío de documentos seleccionables por menú; *news*, que indica que el documento se encuentra en un grupo de noticias de USENET; y *telnet* que indica que el documento se puede conseguir conectándose a un sistema remoto mediante el protocolo Telnet.

La siguiente parte del URL, *WWW*, indica un nombre para la computadora donde se encuentra el documento (una máquina puede tener más de un nombre o *alias*). El nombre *gerencie* indica el nombre del dominio o red local donde se encuentra la máquina (puede haber más subdominios separados por puntos). La extensión *.com* indica que es un sitio general.

Después de los nombres de la computadora y el dominio vienen los directorios y subdirectorios donde se puede encontrar el documento (en este

caso, */Internet*) y, finalmente, el nombre del documento *indice.htm* (index.htm)

FTP

FTP, acrónimo de *File Transfer Protocol*, protocolo de transferencia de archivos que se utiliza en Internet y otras redes para transmitir archivos entre servidores o entre un usuario y un servidor. El protocolo asegura que el archivo se transmite sin errores, para lo cual dispone de un sistema de corrección basado en un control de redundancia de datos y, en su caso, de la capacidad de retomar la descarga en el punto en que falló la conexión o el envío o la recepción de datos. El sistema que almacena archivos que se pueden solicitar por FTP se denomina servidor de FTP. FTP forma parte del conjunto de protocolos TCP/IP, que permite la comunicación en Internet entre distintos tipos de máquinas y redes.

Los programas que son capaces de acceder a servidores FTP y descargar archivos de ellos y, en su caso, enviar otros al servidor, se denominan clientes FTP. Habitualmente precisan de claves de acceso (usuario y contraseña); los denominados servidores de FTP anónimo (*Anonymous FTP Server*) permiten el acceso libre, sin más que indicar datos como la dirección de correo electrónico del usuario que accede a ello como la contraseña. Lo más común es que los servidores anónimos sólo permitan descargar archivos del servidor FTP, pero no enviar otros nuevos.

HTTP

HTTP, acrónimo de HyperText Transfer Protocol, protocolo de transferencia de hipertexto. Se utiliza en las transferencias de información de páginas en

Internet, de tal forma que puedan ser visualizadas en un navegador o explorador; habitualmente comprenderá, entre otros elementos, textos en lenguaje HTML, imágenes, Applets de JAVA, datos, documentos de diversos tipos, animaciones y elementos multimedia. El protocolo HTTP no fija exactamente lo que se envía o cómo está programado, sólo se refiere al mecanismo empleado para hacer llegar y recibir dicha información entre los servidores y el usuario final. Por tanto, controlará el mecanismo de comunicación entre los servidores. Se emplea desde 1990 y actualmente es un estándar, versión 1.1 que data de 1997, mantenido por el W3C (World Wide Web Consortium).

NAVEGADOR

Explorador de Internet (Internet Explorer, Netscape), interfaz que permite al usuario acceder a los distintos lugares de Internet y navegar de uno a otro utilizando los hiperenlaces. También se denomina navegador de Internet. Para iniciar una sesión de trabajo en Internet, después de realizada la conexión, hay que abrir el programa explorador y escribir el nombre de la página a la que se quiere acceder; el explorador mostrará esa página en el sistema y, a través de los vínculos que contenga, permitirá el acceso a otras páginas o recursos.

HOSTING

Servidor que arrienda o alquila un espacio en disco duro de un ordenador que esta conectado las 24 horas del día en el cual se aloja el sitio Web.

POPULARIDAD

La importancia y rentabilidad de un sitio Web es medido por la popularidad que este tenga, la cual consiste en el número de visitas diarias que el sitio reciba y por el número de Web Sites que la enlacen. Un sitio es considerado popular si es visitado diariamente como mínimo por 200 personas y es enlazado por más de 100 sitios Web.

La contabilización de las visitas, es un trabajo realizado por Webs como www.contadorwap.com y www.awstats.com que es la que hace el registro y auditoria de las visitas y presenta en tiempo real y en cualquier tiempo un informe detallado de las visitas, lugar de procedencia de las mismas, lo mismo que la configuración de los navegadores utilizados por los usuarios.

RESUMEN

Como respuesta a la preocupación de contadores, administradores, estudiantes de contaduría y otros profesionales en la ciudad de Neiva y diferentes países, por la escasa información contable y de áreas a fines disponible en Internet, surge la idea de crear un sitio en la red, mediante el cual se pueda brindar información de forma gratuita en las áreas contable, financiera, económica y administrativa, ofreciendo además un consultorio virtual en donde se pueda resolver las inquietudes a los usuarios de la información.

Igualmente se pretende con el desarrollo del proyecto facilitar las herramientas necesarias para aplicar este tipo de accesorias teniendo en cuenta que Internet se vislumbra como uno de los principales medios utilizados en el desarrollo y crecimiento de la economía mundial.

BIBLIOGRAFÍA

Fierro Martínez Ángel Maria. Planeación y Evaluación Financiera.

Segunda edición. Neiva, 2004. Paginas 210

www.gestiopolis.com

www.monografías.com

Xeoweb.com

www.todoexpertos.com

www.desarrolloweb.com

Encarta 2005

INTRODUCCIÓN

Para el buen desarrollo y desempeño de cualquier profesión, es imprescindible contar con una excelente fuente de información pertinente, actualizada y fidedigna; es así como para el contador público se hace necesario obtener este tipo de información, que en el caso de los estudiantes y egresados Surcolombianos resulta apremiante, en vista de que en nuestro medio no contamos con una biblioteca que cumpla con las características anteriormente mencionadas.

Como alternativa a esta deficiencia en nuestro campo, se optó por buscar la información necesaria en un medio que en los últimos años se ha convertido en la principal fuente de información para casi todas las áreas de la ciencia. Existen en el momento cerca de 60.000.000 de paginas Web Sites (Paginas Web) dedicados a ofrecer todo tipo de información, que en su gran mayoría son muy representativas, de alta calidad y confiabilidad, prácticamente no existe ciencia o técnica sobre la cual no se encuentre información disponible en Internet. La publicación de información en este medio es cada día mas común, toda entidad publica o privada utiliza la red para difundir sus conocimientos y ser consultados por sus clientes y usuarios.

En el caso de la contabilidad y las demás áreas económicas, que a pesar de ser ciencias bastante difundidas y que cumplen una labor social y económica de gran importancia, no cuentan con la suficiente difusión en Internet, siendo este el medio de comunicación que se impone en el mundo globalizado y competitivo. Por tal razón resulta difícil documentarse sobre temas relacionados con las áreas anteriormente mencionadas, ya que son muy pocos los sitios que se dedican a ofrecer información de importancia para el contador, los estudiantes de contaduría y profesionales de áreas afines y para los empresarios que son los que finalmente tienen mayor necesidad de

documentarse, al tiempo que son los que resultan mas beneficiados con ella, puesto que las decisiones que estos tomen están basadas en una información que debe ser oportuna, clara y representativa de la situación tanto interna de la empresa como del sector externo que rodea la empresa, en los campos económico, político, social, internacional, etc.

Como se puede observar, es un hecho que no contamos con medios adecuados que nos ofrezcan la información de la que tanto dependemos, ya que en las bibliotecas no se encuentra material, es común encontrar que lo más reciente data de hace 3 o 4 años, información que para el profesional no es de utilidad, en vista que el conocimiento evoluciona día a día, especialmente en el campo normativo. Por otra parte las pocas consultas que se llegan a conseguir tienen un elevado costo y para el caso de la gran mayoría de los profesionales y estudiantes, les resulta difícil acceder a ella.

Es notorio que en Internet ninguna otra ciencia tiene las dificultades que tiene la contabilidad y las finanzas para encontrar fuentes de retroalimentación que les permitan estar a la vanguardia del desarrollo constante que sufren estas ciencias, que le ofrezca la posibilidad de estar al tanto de las nuevas tendencias, como es el caso particular de la contabilidad con la estandarización normativa.

Es importante tener presente que la tecnología ha hecho desaparecer las barreras geográficas, culturales y políticas, las cuales en un tiempo impedían que un profesional obtuviera fácilmente la información suficiente que le permitiera desempeñarse en cualquier lugar geográfico, teniendo en cuenta que la contabilidad y sus afines manejan conceptos que tienen aplicación universal, lo cual en teoría permite a un contador egresado de la Universidad Surcolombiana o de cualquier otra, desempeñarse no solo en Colombia sino en cualquier otro país.

Esa limitante que en el pasado existió, hoy puede ser obviada mediante la tecnología, pero aún en nuestro país no ha llegado a ser utilizado plenamente; Internet es un campo muy poco explorado por los profesionales de las áreas económicas, financieras y de la ciencia contable; nuestro país a comparación de otros de América latina no ha alcanzado un desarrollo suficiente en este medio; países como Argentina, México y aun mas España, cuentan con un gran número de sitios virtuales dedicados a ofrecer conocimiento y ayuda a los profesionales y usuarios de la contabilidad y áreas afines.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Existen pocas fuentes en Internet que ofrezcan documentación relacionada con el área contable financiera y áreas complementarias y que sea de fácil acceso al usuario, tampoco existe una fuente de apoyo que le permita al usuario resolver sus inquietudes y dudas por este medio.

3. JUSTIFICACIÓN

Como respuesta a la inquietud anteriormente planteada, surge la idea de brindar asesorías contables y financieras a través de un sitio Web, dirigido a satisfacer las necesidades tanto de los profesionales como de los usuarios de estas áreas. Un sitio que además de ofrecer información suficiente, pueda también o brindar un punto de apoyo, que permita en un momento dado mediante el concurso de un gran número de profesionales y poseedores del conocimiento y experiencia en las áreas tratadas por la Web, ofrecer una respuesta a las inquietudes y problemas que cualquier empresa o persona puedan tener.

El sitio Web creado mediante el cual se ofrecerán dichas asesorías no solo permite que el usuario se documente de forma libre y gratuita sino también que llega a colaborar con las dificultades que estos puedan tener, debido a que en ocasiones para los pequeños empresarios, no es suficiente tener la información, ya que muchas veces por las mismas características de su sector y la condiciones económicas de nuestro país, estas personas no poseen la habilidad de interpretar y aplicarla; se requiere entonces de un apoyo mas cercano, que brinde el acompañamiento suficiente para que el usuario comprenda y aplique la información que solucionará sus inconvenientes

Las asesorías contables y financieras realizadas por medio de la Web, se crean como un medio dirigido a Contadores, profesionales de cualquier campo, estudiantes y empresarios, a los cuales se les ofrece información relevante que contiene todos los campos de la contabilidad y los afines a esta, lo mismo que las áreas que la complementan, facilitan su comprensión y aplicación.

4. OBJETIVOS

4.1 General:

Implementar asesorías contables y financieras a través de Internet

4.2. Específicos:

- Creación de la página Web mediante la cual se prestará el servicio de asesorías.
- Recolección de la información que se ofrecerá en la Web
- Publicitar el procedimiento y mecanismos utilizados en el proceso de implementación de las asesorías en Internet.
- Facilitar el proceso investigativo empresarial a través de la Web.

5. MARCO TEÓRICO

En sus inicios la contabilidad permitía que cada pueblo buscara a su manera llevar las cuentas de sus haberes o pertenencias, ya gravado en piedras por medio de signos o valiéndose de objetos materiales para representarlos. El feudalismo que basó su poderío en la tenencia de la tierra, creó sus propios sistemas para controlar las propiedades y su producción agropecuaria; pero quizá lo que más impulsó la búsqueda de nuevos métodos de registro y control de los bienes, recaudos y gastos fue la actividad mercantilista, que incluso empezó a transformar las formas de gobierno.

Con la aparición de la partida doble, en el siglo XV, se facilitó el avance técnico de llevar las cuentas por cuanto se pasó de la partida simple a la forma de registro de las operaciones por partida doble, modificando sustancialmente la teneduría de los libros.

Con este nuevo conocimiento en la técnica de registro y control de las actividades económicas, la contabilidad abrió nuevos horizontes, apoyada en criterios más especializados y modernos. La divulgación de tratadistas expertos en la materia ha contribuido de una manera eficaz a planear nuevas soluciones en la búsqueda del perfeccionamiento de técnicas adecuadas a los progresos técnicos-científicos de la sociedad moderna. Como respuesta a esta necesidad podemos observar que la contabilidad viene evolucionando a la par con el progreso de las naciones y es así como se ha pasado de la técnica puramente manual a la técnica sofisticada de la computación y procesamiento electrónico de datos; en este aspecto y aprovechando las ventajas de la Web, se proyecta implementar el servicio de asesorías contables y financieras enmarcado dentro de los lineamientos de publicidad y se quiere aportar a los estudiosos del área el acceso a una gama de información ajustada a las necesidades del contador y la empresa moderna; partiendo de este hecho se

pretende promover una cultura de permanente actualización y almacenamiento de datos útiles no solo de contabilidad sino de áreas afines y que son complementarias para lograr el progreso empresarial, además de crear conciencia que la profesión de contador público debe estar encaminada a contribuir con el progreso de la nación y no solo de las empresas que contraten sus servicios, por eso se quiere brindar capacitación en proyección financiera, costos, legislación tributaria, comercial, y laboral, soportadas por la normatividad vigente y se pretende proporcionar una herramienta integral para el estudiante en su formación como profesional.

Aunque la contabilidad y las finanzas existen desde tiempos remotos, su incursión en Internet es reciente, debido en parte a que del servicio mismo de Internet tan solo lleva unos pocos años y adicionalmente no se le ha dado gran importancia a su divulgación en este medio,.

En cuanto a la parte normativa que regula la prestación de servicios en Internet, en Colombia no es muy amplio ni preciso, lo que hace que sea difícil encontrar una reglamentación expresa sobre este tipo de actividades. La única norma que trata de forma general este tema es la ley 527 de 1.999; en lo demás se rige por el código de comercio y demás normas que le apliquen tanto en la parte laboral como fiscal.

6. METODOLOGÍA

En el proceso llevado a cabo en el desarrollo del presente proyecto, se siguió una metodología que consistió en tres pasos básicamente:

- En el estudio del problema se desarrollará primordialmente los inconvenientes que tiene el usuario a la hora de adquirir información de las áreas contables y financieras ya que en el medio son muy limitados los sitios Web que ofrecen este servicio, por tanto son pocas las alternativas que se tienen al momento de consultar sobre dichas áreas.
- El medio a utilizar consiste en una página Web por medio de la cual se suministrará de forma completa, oportuna y eficaz toda la información relacionada con la normatividad contable, financiera, tributaria y afines , además de ofrecer un consultorio virtual que le permita al usuario tener contacto directo con las personas responsables de asesorar cada área temática de la página.
- En cuanto a la recolección y estructuración de la información se efectuará de forma conjunta con todos los profesionales colaboradores quienes serán los encargados de publicar de manera amplia y completa los temas relacionados.

7. RESULTADOS ESPERADOS

A través de pruebas experimentales por la página durante 30 días para medir el número de visitantes que estuvieron representados principalmente por contadores públicos de todo el país, y profesionales de áreas afines, se pudo obtener que diariamente ingresa a consulta 1000 personas y una expresión de voluntad de 4 registros, lo cual hace proyectar un crecimiento considerable de las personas que ingresen al sitio Web en busca de la información y los servicios allí ofrecidos.

Además considerando la población en proceso de formación profesional en contaduría pública cuyo número en el país alcanza 200.000 estudiantes que son usuarios potenciales de la página dada la diversidad y calidad de la información que se proyecta ofrecer este sitio Web, se espera que durante el primer año se alcance un número de visitas aproximado de 1.000.000 y el número de usuarios registrados llegue a 1.800, solo en Colombia; teniendo en cuenta que el país representa el 50% de las visitas.

8. ESTUDIO DE MERCADO

8.1 Servicios

La información y consultas contables y financieras a través de la Web ofrece documentación y herramientas contables de forma gratuita que son de gran utilidad para quien solicite el servicio; como primera medida se coloca a disposición del usuario una amplia recopilación de contenido en lo concerniente a legislación contable, legislación tributaria, costos, finanzas, auditoría, temas complementarios como son los recursos humanos, el marketing, el derecho laboral y comercial, la economía, normatividad vigente y lo más importante la posibilidad que tiene el visitante de complementar sus conocimientos y hallar respuesta a sus inquietudes a través del consultorio virtual contenido en la página, el cual será atendido por personas expertas en cada área quienes serán las encargadas de orientar verazmente, de forma completa y adecuada al interesado, además se reciben allí mismo las posibles sugerencias con el fin de mejorar en la calidad del servicio, de esta manera se busca brindar conocimiento de una forma integral en donde no sólo se proporcione ayuda sino que haya la posibilidad de retroalimentarse.

La herramienta que permitirá dar popularidad será el contenido ofrecido en la Web, por tal razón se han incluido temas directamente relacionados con la información que en un momento dado el contador y el empresario deben conocer para su mejor desempeño ya que son los responsables del desarrollo y crecimiento de una empresa.

Como segundo aspecto contenido en los servicios se tendrá en cuenta las pautas publicitarias que se visualizarán en la página, las cuales constituirán la fuente principal de ingresos.

8.2 Oferta actual del servicio (competencia)

A nivel de Colombia solo existen dos páginas Web dedicadas a ofrecer este tipo de servicio, pero no con la cobertura en contenido y temáticas deseadas como lo propone este proyecto. Las Web existentes son Actualicese.com que ofrece información enfocada al aspecto tributario otorgándole poca relevancia a las demás áreas contables y Cybercount, que tiene un contenido amplio y profundo sobre diferentes temas contables pero deja de lado las áreas afines como la economía, recursos humanos y marketing que son de mucha utilidad para el contador y el empresario.

A nivel internacional, en este caso América Latina y España, existen igualmente dos Web que se consideran competencia para La Web del proyecto, en la medida en que ofrecen un servicio igualmente amplio en temática, pero no ofrece un consultorio virtual y poseen poco contenido normativo; las Web son Monografias.com y Gestipolis.com, siendo esta última la que más se relaciona con nuestra Web por su contenido, porque ofrece varias de las temáticas brindadas por la Web de este proyecto.

Cada una de las Web mencionadas trata un campo específico, con un criterio y enfoque igualmente diferentes, por lo que estas serán consideradas como un complemento al servicio ofrecido. Cada Web tiene un público objetivo ya sea en conocimiento o en espacio geográfico, como es el caso de Actualicese.com y Cybercount que solo ofrecen un servicio para contadores Colombianos, caso contrario a la Web del proyecto que además de prestar un servicio a Contadores, es también de utilidad para administradores de empresas y empresarios como tal, que en últimas son el destinatario final de la información contable.

8.3 Demanda

La demanda es difícil de cuantificar por lo variada y dispersa que resulta, teniendo en cuenta que el servicio no solo va a tener cobertura a nivel nacional sino internacional debido a las características del medio por el cual se ofrece en este caso un sitio Web.

La demanda sería de dos fuentes: nacional (Colombia) e internacional (América Latina, España); además existe la alternativa de demanda por parte de usuarios contadores, administradores de empresas, empresarios y estudiantes, entre otros.

Necesariamente hay que incluir tanto los usuarios nacionales como internacionales, así como los usuarios diferentes al contador. Los primeros es importante tenerlos en cuenta, ya que La Web funcionará en el ciberespacio por lo que no se le puede establecer un límite geográfico, más aun cuando la contabilidad se está estandarizando y cuando las finanzas y demás conceptos relacionados, son de aplicación universal. Igualmente no se puede despreciar el potencial de usuarios que puede proporcionar España y América Latina, usuarios que serían infinitamente superiores a los colombianos.

En cuanto a los usuarios diferentes a los contadores, es importante tenerlos en cuenta ya que no solo estos tienen interés por la información contable y financiera, debemos recordar que tanto administradores, como empresarios y hasta economistas son asiduos usuarios de esta información.

Para tener datos concretos con respecto a la posible demanda del servicio se elaboró una encuesta para tomar una prueba selectiva la cual se aplicó a personas de la ciudad de Neiva: 20 contadores, 6 administradores de empresas, 2 abogados, 2 economistas y 20 empresarios que pueden ser

usuarios potenciales del servicio. (Resultados de la encuesta ver figura 1 - anexos)

Con base en los resultados (Ver figura No. 1) se puede observar las necesidades de los usuarios (persona que se registra en La Web dejando sus datos personales y que puede disfrutar de servicios adicionales y especiales que no están disponibles para las personas no registradas y Visitantes son las personas que utilizan los servicios de La Web pero sin registrarse). La importancia de los usuarios y visitantes de La Web radica que es hacia ellos a quienes va dirigida la publicidad, y esta publicidad será de importancia y retribuida adecuadamente en la medida en que La Web tenga un gran número de visitantes y de usuarios, al igual que de la calidad de estos.

La calidad de un usuario o visitante está representada por la capacidad que tengan éstos de adquirir un servicio o un producto publicitado por La Web, lo mismo que la posibilidad de adquirirlo, ya que no basta con tener la capacidad de comprarlo sino que realmente puedan estar interesados en adquirir cualquiera de los productos o servicios promocionados por La Web

Los visitantes y usuarios de La Web, en su mayoría serán profesionales (Contadores y Administradores) y empresarios los cuales tienen un nivel de ingresos que permite clasificarlos como potenciales compradores.

Independientemente de si los visitantes van a adquirir o no los productos publicitados, el ofrecer un buen servicio representado en alta calidad de los contenidos hace que la persona se interese y convierta en habito el consultar la pagina que por razones de su profesión y/o oficio puede serle de utilidad o serle pertinente. Esta es la base sobre la cual La Web proyectará sus ingresos. Se cuenta con usuarios y visitantes que tienen capacidad de compra, que por ello puede ser potenciales compradores en la red; ahora hay que explotar el interés, el cual es medido teniendo en cuenta la cantidad de personas que visiten la página, dato que es tomado del comportamiento estadístico de la

misma, lo anterior requiere un buen servicio y para esto se ofrecerá información, productos y servicios relacionados con su profesión e intereses particulares es decir, a un contador se le ofrecerán productos y servicios relacionados con la contabilidad, a un Administrador, productos y servicios relacionados con su actividad y a un empresario, productos y servicios, para su empresa y en algunos casos productos o servicios para utilización personal.

La aplicación de esta técnica no requiere de un estudio o diseño por parte de La Web, ya existen empresas en Internet que aplican este concepto para vender productos y servicios, La Web todo lo que requiere es ofrecer a estas empresas un número atractivo de visitantes y de usuarios que cumplan con las características de capacidad y posibilidad de compra. Este número de visitantes y usuarios es determinado por un software y los resultados son proyectados con base en unas estadísticas de comportamiento en un periodo determinado de tiempo.

8.4 Población objetivo

La población objetivo serán los contadores, administradores de empresas, empresarios y los estudiantes. Esta población esta ubicada en los países de América Latina y España. Cuantificarlos no está al alcance de este proyecto, pues se requeriría un gran despliegue de recursos humanos y técnicos para lograrlo y tampoco es de gran importancia su cuantificación exacta pues existen otras formas de determinar la demanda efectiva del servicio, que como ya se dijo anteriormente se mide por el número de visitas y usuarios registrados. Sin embargo se puede afirmar que en Colombia existen, según datos del Colegio de Contadores, 102.000 Contadores y según datos del ICFES, para el año 2004 había 200.000 estudiantes de contaduría. Si se incluyen los contadores, administradores, estudiantes y empresarios tanto de

Colombia como del resto de países de habla hispana el número de usuarios es de aproximadamente de diez millones.

Por otro lado, según las estadísticas de “El ABC de Internet.com” para el primer semestre de 2005 el número de usuarios de Internet de habla hispana es de 58 millones y han presentado un incremento de cerca del 35% anual. Para Colombia las estadísticas establecen que el número de usuarios de Internet llega a los 3.8 millones.

Por lo amplia y dispersa que resulta la población objetivo, se recurre a la cuantificación de la demanda mediante las proyecciones de visitas diarias y el número de usuarios registrados. Por los antecedentes existentes, se cuenta con un número de 1.000 visitas diarias un promedio de 4 usuarios por día. Las estadísticas de las visitas son llevadas por una software quien registra cada una de las visitas y su país de origen (Al momento 50% de Colombia, 20% de España, 20% de México y 10% otros países. Ver figura No. 2, Tabla No. 5).

De acuerdo a lo anterior la demanda se calculará según la cantidad de personas que visiten la Web y el número de usuarios que se registren. Las estadísticas de este comportamiento indican que la cantidad de visitas aumenta anualmente en un 30% y el número de usuarios registrados en un 30%, dichos datos se han tomado en parte como referencia de una página anteriormente existente (AbcCuentas.tk) que sirvió como antecedente de este proyecto, lo que permite hacer las proyecciones sobre demanda del servicio en cualquier tiempo futuro.

Estas estadísticas son tomadas de los datos proporcionados inicialmente por Contadorwap.com y Asustats, en la actualidad estas estadísticas están provistas por la misma empresa que ofrece el servicio de hosting mediante un software que hace el rastreo de los visitas.

8.5 Generación de recursos

Como alternativas de generación de ingresos la Web venderá servicios de publicidad; publicitará productos y servicios relacionados con la temática de la Web: contabilidad, finanzas, economía, administración, recursos humanos, marketing, derecho laboral y comercial, y cualquier otro relacionado con el quehacer diario del contador, el administrador y el empresario.

8.6 Clientes

Los servicios de publicidad se venderán a una empresa de amplio reconocimiento a nivel internacional como es Google y a la principal empresa de comercio electrónico a nivel mundial que es CorreoDirect

8.6.1 Google

Google ofrece el servicio de publicidad por contenido (AdSense contenido y búsqueda) el cual consiste en que un sistema completamente automatizado analiza el contenido de la Web y según dicho contenido muestra al visitante una publicidad específica dirigida a ese contenido y acorde con él. Tal sistema aprovecha al máximo la temática y el espacio de la Web, ya que sólo mostrará anuncios relacionados con los temas que interesen a visitantes y usuarios, esto potencializa la posibilidad de comprar de un visitante o usuario. Este sistema de publicidad por contenido se paga por cada clic, es decir, que por cada clic que el visitante realice sobre los anuncios, Google le paga unos centavos de dólar, y el hecho de que los anuncios que se muestran tienen una relación directa con el contenido de la Web, es decir con lo que el visitante está buscando, asegura que el 1% de los visitantes realicen un clic sobre alguno de los anuncios que se muestran.

La publicidad contratada por este medio se paga de acuerdo al número de clic que el visitante haga sobre los anuncios mostrados en la página, y el pago varía entre 1 centavo y 180 centavos de dólar por clic válido. Para el caso del sector de finanzas en el que se clasifica La Web tiene un promedio de pago de 20 centavos.

Se considera que un clic es válido cuando ha superado los criterios que Google ha establecido para ello; Google hace un control sobre cada uno de estos clics para evitar un fraude como por ejemplo hacer clics repetitivos desde un mismo computador o mediante un software.

Es importante anotar que los anuncios publicitarios mostrados al visitante por este sistema son dinámicos, es decir se rotan constantemente y de acuerdo al país de origen del visitante, por lo que es un sistema válido en cualquier ubicación geográfica.

Este sistema de publicidad además de garantizar unos ingresos que en todo caso tendrán relación directa con el número de visitantes de la Web, garantiza el pago de los servicios pues se está negociando con una gran empresa de amplia trayectoria y gran respaldo.

8.6.2 CorreoDirect

Es un sistema mediante el cual se envían anuncios publicitarios a las direcciones de correo de las personas que se registren en cualquier Web, para el caso de este proyecto, los usuarios que se registren gratuitamente para poder acceder a los servicios exclusivos que se ofrecen, como es el envío de boletines de actualización por correo.

El proceso para contratar publicidad con CorreoDirect consiste en arrendarles la base de datos de La Web en la cual están las direcciones de correo electrónico de cada usuario registrado, lo cual le permitirá a CorreoDirect el envío de su publicidad. Por este arrendamiento La Web recibirá un (1) euro por año por cada correo válido.

Se entiende que un correo es válido no cuando La Web lo suministra a CorreoDirect, sino cuando el propietario del correo acepta voluntariamente recibir de CorreoDirect el servicio de anuncios de su interés.

Por estadísticas disponibles en Internet, se sabe que el 60% de los correos de una base de datos se consideran como correos válidos, es decir que en el caso de La Web, diariamente se estaría suministrando a CorreoDirect cuatro correos válidos, y cada correo rentará un (1) euro por año.

Los datos anteriores se han considerado sabiendo que no se van a invertir cuantiosos recursos en publicitar la Web, esta se posicionara en Internet por sus propios medios, por su calidad y pertinencia, no esta dentro del proyecto hacer campañas publicitarias masivas. Estas condiciones claro esta, significarán que se requiere de un mayor tiempo para alcanzar óptimos resultados económicos, los cuales se plantearán mas adelante, cuando se trate la financiación y el presupuesto.

8.6.3 Venta de conferencias virtuales

El comercio electrónico permite la venta de un gran número de productos sin restricción de tiempo o espacio, y este es un campo que la Web del proyecto puede aprovechar al máximo, lo que resulta ser una excelente fuente de recursos, que a diferencia de los anteriormente expuestos, son productos propios; ya no se depende de otros, no se requiere publicitar productos ajenos sino que se entra a ofrecer los propios.

En este mercado se ofrecerán conferencias virtuales sobre temas de interés para usuarios y visitantes de la Web, y esto maximiza la posibilidad de venta del producto en la medida en que se ofrece algo que amplía y profundiza lo que el usuario busca y ha encontrado en la Web.

Lo que hace efectivo este sistema es que cuando una persona llega a la Web es porque necesita de una información que nosotros estamos ofreciendo, y como la información que se ofrece es general y los servicios del consultorio solo permite resolver inquietudes muy puntuales, sin profundizar ni ofrecer ejemplos, deja cierto vacío en el usuario, que se verá en un momento dado, en la necesidad de adquirir las conferencias para satisfacer plenamente sus necesidades de información.

8.7 Localización del proyecto

Por ser una Web, su ubicación no tiene importancia, pues esta estará presente en todo tiempo y lugar dentro del ciberespacio, aclarando que va dirigida a un público de habla hispana.

Sin embargo como se requiere de un sitio adecuado para su mantenimiento y actualización y posiblemente para un contacto físico, se optó por ser ubicada en la ciudad de Neiva por ser el sitio más cercano e inmediato para los creadores y responsables del proyecto, sin perjuicio que la Web pueda ser administrada desde cualquier espacio geográfico.

8.8 Tamaño del proyecto

La Web funciona mediante un sistema totalmente automatizado, razón por la cual se requiere de un mínimo de espacio y recurso humano para su funcionamiento. Y como no se trata de inventar nada, la información ofrecida es información que es enviada por terceras personas o es recopilada de Internet lo cual hace mas sencilla la labor de actualización y mantenimiento, porque el trabajo se limita a analizar si la información disponible es o no pertinente para incluirla en la Web. Si se determina que cumple con el propósito de la Web se procede a estructurarla y a organizarla para después publicarla.

Para realizar esta labor se requiere de un profesional por cada una de las siguientes áreas tratadas por la Web: Contabilidad, Finanzas, Economía, Administración y Derecho. Adicionalmente se requiere de un asistente administrativo y el administrador de la Web.

Los recursos materiales serán los que requieran el administrador de la Web y el asistente administrativo como es un computador con acceso a Internet y sus respectivos accesorios, al igual que los demás implementos de oficina necesarios para el normal desarrollo de las funciones del personal. Los equipos para los profesionales serán proporcionados por estos, debido a que se les vinculara mediante un contrato civil en el cual laboraran desde sus lugares de origen y en el horario que ellos consideren.

Para el proyecto se requiere de una oficina de 20 M2 y dos computadores con sus respectivos accesorios.

Adicional al personal y recursos propios, la Web se apoyara en colaboradores, los que no tendrán una relación contractual alguna; serán profesionales que voluntariamente decidan aportar sus conocimientos y experiencias y lo harán desde su lugar de origen y con sus propios equipos y recursos y no tendrán obligación de ningún tipo con la Web. El aporte de estos profesionales será compensado mediante la cesión de un espacio en la Web donde promocionarán sus propios productos y servicios o sus propias Web.

Con la anterior estrategia, solo será necesaria la contratación directa de siete personas en un principio, de las cuales cinco que se encargarán de la supervisión y el control del contenido en sus respectivas áreas, una que será el asistente administrativo y el administrador de la Web.

9. INGENIERIA DEL PROYECTO

En este capítulo se tratará de los aspectos técnicos del proyecto en cuanto a los servicios que se prestarán y las herramientas necesarias para su implementación.

9.1 Diseño de la Web

Para la prestación de los servicios se requiere de una página Web; a continuación se expone la parte técnica y los procesos para su creación.

En la creación y puesta en marcha de la Web se requiere: primero la compra del dominio (Nombre de la página) y del arrendamiento del Hosting (Computador donde se alojara la Web que estará disponible las 24 horas del día los 7 días de la semana). En segundo lugar se tiene que diseñar la página Web. Este diseño obedece a unas características de la temática a tratar y del público al que está dirigida. Esta parte corresponde a un programador, que será el encargado de todo el diseño y montaje de la Web.

Para el diseño de la Web se recurre a dos lenguajes de programación que es HTML y PHP, el primero es un lenguaje muy sencillo de fácil manejo y programación. El segundo es un lenguaje mucho más complicado y de difícil comprensión, pero es mucho más eficiente a la hora de optimizar el servicio de la Web. Este será el lenguaje más importante de la Web puesto que es el que permite a ésta interactuar con el usuario. Haciendo uso de PHP el usuario puede de manera autónoma incluir contenidos en la Web sin restricción alguna. Permite también el envío de boletines de información actualizada a los usuarios por medio de correo electrónico. Este lenguaje es el que permitirá que sean los usuarios los que aporten contenido, ahorrándole al administrador de la Web

tiempo y recursos en consecución y publicación de información, ya que ésta será suministrada gratuitamente por los usuarios, de modo tal que el administrador de la Web solo tendrá que moderar y supervisar la inclusión de tales contenidos.

Es de anotar que mediante el lenguaje PHP, el trabajo de actualizar, incluir nueva información y la corrección de errores, se hará automáticamente, y solo requerirá máximo de 2 minutos por página o artículo (Cada artículo ocupara una pagina, la Web estará conformada por tantas páginas como artículos se publiquen).

Como se puede observar, la sistematización del servicio permitirá que la Web, administrada por una sola persona pueda ser autosuficiente, pues será un software el que haga el trabajo.

El diseño de la Web está pensado para que ésta pueda interactuar con los usuarios sin importar el tiempo y lugar de este, permitiendo que el usuario colabore y aporte sus conocimientos y experiencias en beneficio de la Web y de sus usuarios.

Al ser una Web dinámica en la que los usuarios pueden participar y aportar libremente contenidos, ésta debe tener un sistema que permita al administrador de la Web moderar estos contenidos, el cual tendrá la capacidad de impedir la publicación o inclusión de información y contenidos no aptos o no considerados en la temática de la Web, o de eliminar o editar contenidos que no hayan sido bloqueados por el sistema y que puedan afectar la imagen de la Web y el servicio que se le presta al usuario.

El personal y los colaboradores de la Web entregaran la información que ha de ser publicada para que el administrador la incluya o publique.

9.2 Recolección y selección de la información a publicar

Luego de que la Web esté diseñada e implementada, resta incluir la información que se ofrecerá al usuario. La información a publicar, es una información suministrada por los mismos usuarios o tomada de otros sitios de Internet. Corresponde al equipo de la Web estudiar y analizar esta información para luego decidir sobre su publicación o no. Como ya se explicó con anterioridad este equipo encargado de la publicación de la información estará conformado por profesionales de las diferentes áreas y temáticas tratadas en la Web, y por colaboradores voluntarios que hagan parte de la Web. Cabe anotar que este es un sistema ampliamente difundido en Internet, algunas de las Web que utilizan este sistema son Monografías.com, Gestiopolis.com, Ilustrados.com y Elrincondelvago.com.

La razón por la que se recurre a este sistema es por lo económico que resulta, ya que solo se contrata un profesional por área, los demás son colaboradores que no le representan costos laborales a la Web, y a la vez es muy ventajoso porque permite que éstos colaboren con la Web sin importar su país de origen y permite también la variedad de información, ya que en una misma temática puede colaborar un gran número de profesionales los cuales abordan los temas desde diferentes puntos de vista y con enfoques diferentes. Esto es particularmente importante cuando se trata de información que es diferente dependiendo de cada país, lo que permite solucionar este inconveniente, puesto que habrá uno o más profesionales de cada país que suministrarán información específica a cada uno de sus países.

Con la implementación de este sistema de colaboradores que apoyen la Web suministrando contenido, se logra que la Web solo requiera de un mínimo de personal y de equipo, ya que solo se necesita en un principio de 2 computadores con acceso a Internet, puesto que la gran mayoría del trabajo lo realizará el software, el personal de apoyo conformado por un profesional por

área vinculados mediante contratación civil y los colaboradores. El equipo de la Web solo tendrá a cargo la supervisión de la información y contenido suministrado por los colaboradores y personal de apoyo.

En cuanto a la información publicada en el consultorio virtual que será una herramienta de apoyo al usuario para la solución de inquietudes, ésta estará supervisada por moderadores que pueden ser del personal de apoyo o de los colaboradores.

9.3 Información presentada al usuario

La información que se presentará al usuario por medio de una página Web, será de libre acceso y sin costo alguno. Esta información, en parte es obtenida de los mismo usuarios que la envían por correo electrónico para posteriormente ser publicada, o será tomada de otros sitios y otra parte será producida por la Web.

La información provista por los usuarios, después de ser recibida, se someterá a un proceso de revisión y análisis con el objetivo de determinar si es pertinente, útil y confiable. La información recibida será clasificada por áreas y un colaborador, profesional y experto en dicha área se encargara del tal proceso.

Se considerará que la información es pertinente cuando trate de temas relacionados con la temática de La Web, que amplíe su contenido o lo complemente.

La información será considerada útil si trata un tema de manera clara, profunda y precisa, de tal forma que puede ser suficiente para comprender una problemática y conducir a una solución.

Se entenderá que la información es confiable en la medida que esté exenta de error, que los temas tratados corresponden efectivamente a la realidad, que no se expone información ambigua o que de alguna manera pueda inducir a una interpretación equivocada.

Una vez la información suministrada por los usuarios, se procederá a ser publicada en la Web.

9.4 Información enviada por correo electrónico a los usuarios registrados (Boletines)

Otro de los servicios ofrecidos por la Web, es el envío de información de actualidad a los usuarios que se registren. El procedimiento para la prestación de este servicio consiste en tomar la información emitida por los diferentes entes especializados en los temas tratados por la Web. Lo mismo que el envío a su correo de los últimos artículos publicados y las últimas consultas hechas por los usuarios en el consultorio.

La información será enviada mediante un software (Webmail) el cual permite enviar correos electrónicos automáticamente en forma masiva a la totalidad de los usuarios registrados mediante un proceso que solo tardará máximo 60 segundos, dependiendo de la cantidad de correos electrónicos a los que se les vaya a enviar. Este envío lo realizará el software por lotes de 300 correos para evitar congestionar el servidor y así asegurar que el envío se realice en su totalidad.

9.5 Atención consultas virtuales

El consultorio virtual se organizará por áreas, (Contabilidad, Finanzas, Costos, Auditoría, Presupuestos, Impuestos, Marketing, Recursos humanos, Economía, etc.). Igualmente dichas consultas serán clasificadas por países con el fin de ofrecer información específica según normatividad vigente de cada uno de ellos.

Los países a los que se les prestará el servicio, además de Colombia, serán España, México, Argentina y Chile.

Un colaborador profesional experto en cada área y país será responsable de atender las consultas de los usuarios. En el caso de las áreas de aplicación universal como son: costos, finanzas, marketing, etc, no se clasificarán por países por sobrentenderse que son conceptos utilizados de la misma forma en cualquier tiempo y espacio.

Las consultas y respuestas son de libre inclusión por parte del público usuario, por tal razón en cada una de las áreas habrá un colaborador – moderador encargado de editar o eliminar contenidos no apropiados o erróneos, lo cual garantizará el buen servicio que se prestará al usuario.

Cabe anotar que las respuestas que se den a las consultas realizadas serán muy precisas, no se profundizarán, y tampoco se complementarán con ejemplos ni ayudas que logren en el usuario una plena solución esto con el fin de que se vea en la necesidad de adquirir los productos adicionales que se ofrezcan en la Web.

9.6 Servicio de publicidad

9.6.1 Adense Contenido y búsqueda

Para la prestación del servicio de publicidad que se contratará con Google, se requiere de un código HTML proporcionado por este, el cual se debe incluir en cada una de las páginas del sitio Web. Este código será el que muestre la publicidad al usuario cada vez que este visualice las páginas de la Web (Adense contenido) o cuando haga una búsqueda en el sitio Web (Adense búsqueda). La presentación de la publicidad en el sitio Web se hará de forma automática según la temática o áreas consultadas por el usuario lo que garantiza que la publicidad se presente acorde con lo que el usuario esta consultando.

A continuación se expone este servicio:

AdSense contenido

“Consiga que los usuarios visiten su sitio repetidamente con anuncios segmentados por contexto

Si bien desea aumentar las ganancias que obtiene de la publicidad, no le interesa publicar anuncios no segmentados. AdSense™ de Google soluciona este problema al publicar automáticamente anuncios de texto y anuncios gráficos segmentados de forma precisa en función del contenido de su sitio en cada una de las páginas de éste. De hecho, estos anuncios son tan apropiados que sus usuarios los encontrarán útiles, lo que se traducirá en más clics. Cada clic significa más dinero para usted.

Acceda a miles de anunciantes con un esfuerzo mínimo

Establecer y mantener relaciones con los anunciantes es un trabajo de jornada completa. Por suerte, puede dejarlo en manos de AdSense de Google. Nuestros anunciantes son tanto multinacionales como pequeñas compañías locales que desarrollan sus actividades en los sectores más diversos: educación, viajes, hipotecas, muebles de exterior... casi cualquier cosa que se le ocurra. Quizá lo mejor de todo sea que, una vez iniciado, el programa AdSense no requiere prácticamente mantenimiento.

Obtenga el máximo partido del potencial económico de su sitio

Cuando aparecen anuncios relevantes en sus páginas Web, los visitantes suelen hacer clic en ellos... y Google le paga a usted. El programa AdSense le reportará más ganancias sin necesidad de realizar ninguna inversión ni dedicar tiempo ni personal a implementarlo.

Cuando cambia el contenido, también cambian los anuncios

La tecnología de AdSense de Google va más allá de la simple concordancia de categorías o palabras clave. Nos esforzamos por comprender el contenido y publicar anuncios segmentados con precisión para páginas concretas. Esto sucede de forma automática, independientemente de las miles de páginas que pueda tener un sitio o de si su contenido es muy especializado o muy general. A medida que el contenido cambia, los anuncios de Google cambian para coincidir con éste. Dado que nuestros anuncios también se segmentan por países, las empresas internacionales podrán mostrar publicidad adaptada al ámbito local sin tener que duplicar esfuerzos.

Nuestra misión también es proteger sus estándares empresariales

Nuestro objetivo es mantener los estándares empresariales de nuestros clientes. Por este motivo, las funcionalidades de AdSense de Google ofrecen estas medidas de protección:

- ***Filtros de anuncios de la competencia.*** *Puede bloquear anuncios de la competencia u otros que no desee publicar en su sitio. Basta con que nos haga llegar las URL que desea bloquear.*
- ***Revisión de anuncios.*** *Antes de que los anuncios aparezcan en su sitio, se revisan mediante una combinación de procesos humanos y automatizados. El proceso de revisión tiene en cuenta diversos factores, entre ellos la calidad del anuncio y si es apto para todos los públicos.*
- ***Filtros de contenido delicado.*** *En ocasiones, ciertos anuncios pueden no ser apropiados para algunas páginas. Por ello, Google filtra y elimina automáticamente los anuncios inadecuados, como por ejemplo para una página de noticias sobre una catástrofe.*
- ***Seleccione sus propios anuncios predeterminados.*** *En el caso improbable de que Google no pueda publicar anuncios segmentados en su página, le ofrecemos la opción de visualizar un anuncio predeterminado de su elección. De esta manera, garantizamos que su espacio publicitario siempre se utilizará del modo más efectivo posible.*

Personalice anuncios para complementar su sitio

Usted dedica mucho tiempo a perfeccionar su sitio Web y queremos que AdSense encaje a la perfección con éste. Por este motivo, permitimos a los usuarios personalizar la apariencia de sus anuncios para que complementen plenamente el sitio. Puede elegir entre 200 colores y 24 paletas de colores predefinidas (también puede crear y guardar sus propias paletas de colores mediante una sencilla herramienta que le permite seleccionar los colores con sólo apuntar y hacer clic).

Realice un seguimiento de sus ganancias con los informes en línea

Con AdSense puede supervisar el rendimiento de los anuncios mediante informes en línea personalizables que pueden incluir detalles como el número de impresiones en las páginas o la cantidad y el porcentaje de clics. También puede conocer el rendimiento de formatos, colores y páginas de anuncios concretos. Esto le permitirá detectar las tendencias de un modo rápido y sencillo. Nuestras flexibles herramientas de elaboración de informes le permiten agrupar las páginas de la forma que prefiera. Así obtendrá más información sobre sus ganancias visualizando los resultados, entre otros, por URL, dominio, tipo de anuncio y categoría.

Por supuesto, lo mejor de todo es que puede conocer sus ganancias en cualquier momento.

Comenzar es fácil y rápido

Convertirse en editor de AdSense de Google es fácil. Presentar una solicitud en línea para anuncios de contenido y de búsqueda sólo le llevará unos minutos. Cuando ésta se haya aprobado, acceda en su cuenta, copie un bloque de código HTML y péguelo en su servidor de anuncios o en cualquiera de sus páginas Web. Y esto es todo. Ya ha terminado. Los anuncios segmentados por contexto empezarán a aparecer en sus páginas Web, con lo que empezará a acumular ganancias.”

AdSense búsqueda

“Sus visitantes descubren la Web. Usted obtiene más ganancias.

Combine la búsqueda de Google con AdSense para obtener ingresos de más páginas Web

Estamos ante una norma empresarial básica: lo que es bueno para los clientes es bueno para usted. Y esto hace que buscar en Google sea una magnífica idea.

Al añadir el cuadro de búsqueda de Google a su sitio Web, facilitará el acceso de sus visitantes a nuestro motor de búsqueda. Si, además, combina la funcionalidad de búsqueda con AdSense, la base de anunciantes de Google trabajará para incrementar sus ganancias.

Las búsquedas en Google se traducirán en más tráfico

En su condición de mayor motor de búsqueda del mundo, Google ofrece servicios de búsqueda a algunos de los sitios Web más populares, como Amazon, AOL, AT&T Worldnet, EarthLink y el New York Times. Cada día millones de usuarios utilizan Google porque saben que nuestra política de no cobrar por incluir sitios Web significa que obtendrán resultados totalmente objetivos. Así, la magnífica experiencia que la búsqueda de Google ofrece al usuario implica que sus visitantes pasarán más tiempo en su sitio y volverán a él con más frecuencia. Por ejemplo, AOL ha declarado que las búsquedas en Google han aumentado el tráfico en su sitio en un 33%, además de incrementar la satisfacción de los usuarios con los resultados obtenidos.¹

Las páginas de resultados son dinero

AdSense de Google combina la tecnología de búsqueda de Google con miles de anunciantes por palabras clave que publican anuncios segmentados basados en texto en las páginas de resultados. Los usuarios opinan que estos anuncios son útiles y hacen clic en ellos. Y, cuando lo hacen, Google le paga.

FUNCIONALIDADES

Personalice sus páginas de búsqueda

Puede recurrir al cuadro de búsqueda y los resultados estándar de Google si desea empezar a utilizar esta funcionalidad cuanto antes. Sin embargo, personalizar la apariencia del cuadro de búsqueda de Google para que se adapte a su sitio sólo le llevará unos minutos. Basta con añadir su logotipo y adaptar los resultados a su sitio cambiando, entre otros aspectos, los colores del fondo, el título, el texto y la URL. Puede elegir entre más de 200 colores.

Permita que sus visitantes exploren la Web... o su sitio

Con la búsqueda de Google, sus visitantes podrán acceder a la Web desde su sitio. Además, si ya hemos rastreado su sitio Web (que es lo más probable), nuestra funcionalidad SiteSearch también les permitirá realizar búsquedas en éste. Finalmente, nuestra opción SafeSearch excluye de los resultados las páginas con contenido no apto para menores. (En estos momentos, esta funcionalidad está sólo disponible para páginas en inglés.)

Albergamos los resultados de la búsqueda para usted

Google no se limita a ofrecer tecnología de búsqueda y publicidad: también alberga los resultados de la búsqueda. De esta manera, no tendrá que pagar a técnicos o expertos en software para añadir la búsqueda a su sitio y tampoco tendrá que pagar para que otro la albergue. Por si fuera poco, los administradores de sistemas de Google se dedican a mantener sus búsquedas activas las 24 horas del día.

Filtre y elimine los anuncios indeseables

Google combina tecnología de filtrado, un equipo editorial y la información que usted nos proporciona para crear un potente conjunto de filtros adaptados a sus necesidades, como los que se indican a continuación:

- **Revisión.** Utilizamos una combinación de procesos humanos y automatizados para revisar los anuncios de la red de Google antes de que aparezcan en los sitios de los editores. Este proceso de revisión tiene en cuenta numerosos factores, como la calidad del anuncio y si es para todos los públicos.
- **Filtros personalizables.** Puede filtrar anuncios de la competencia, de socios con los que mantiene una relación exclusiva u otros que desee bloquear.

Haga un seguimiento en línea de los resultados

Puede realizar un seguimiento del número de consultas y clics, del porcentaje de clics y de sus ganancias derivadas de AdSense vía una cuenta basada en Web que puede actualizar fácilmente en cualquier momento.

Realice su solicitud en línea con la máxima facilidad

Tras revisar su solicitud, le haremos saber si cumple los requisitos de participación. Una vez que se apruebe su participación, acceda en su cuenta, copie un bloque de código HTML y péguelo en sus páginas Web. Ya estará preparado para publicar anuncios de búsqueda segmentados y para que Google le pague cada vez que uno de sus visitantes haga clic en un anuncio.

Visite www.google.com/adsense para obtener más información sobre AdSense para búsqueda de Google o bien para realizar su solicitud en línea.

El contenido de calidad merece una recompensa

Cuando se incorpore al programa AdSense, obtendrá acceso a AdSense para búsqueda de Google, que publica anuncios segmentados en las páginas de resultados, y AdSense para contenido, que también publica anuncios en las páginas de contenido. De esta manera, podrá obtener ganancias de su contenido, no únicamente de las búsquedas en Google. Obtenga más información acerca de [AdSense para contenido](#).

9.6.2 Publicidad por correo electrónico

Para ofrecer publicidad vía Email, se requiere que el usuario se registre y suministre sus datos personales, los cuales serán almacenados en una base de datos que posteriormente será utilizada para el envío de información y avisos publicitarios teniendo en cuenta el país de origen del usuario.

Al igual que la publicidad por el sistema Adense, esta será exclusivamente sobre temas relacionados con las áreas tratadas en la Web.

A continuación se presenta la definición oficial del servicio:

"Rentabilidad. Si eres un webmaster y tienes una página web, rellena nuestro formulario para afiliados, en 48 horas empezarás a generar ingresos por cada uno de los e-mails con permiso con los que contribuyes a CorreoDirect.

Ingresos para toda la vida

Con CorreoDirect generarás ingresos por los usuarios que visitan tu web aunque jamás vuelvan a visitarla. A través de concursos y tu hoja de registro,

puedes identificar a tus usuarios, y ganar dinero durante toda la vida de la dirección que has afiliado.

Cómo Ganas Dinero

Ganarás dinero cada vez que CorreoDirect utilice los usuarios aportados por tu web. CorreoDirect repartirá contigo los ingresos obtenidos por la venta de dichos perfiles a sus anunciantes.

Cientos de Miles de Euros

Cada dirección de e-mail que aportes a CorreoDirect puede generarte unos ingresos netos de hasta 1,50 Euros por año. Generando una base de datos opt-in de 10.000 direcciones podrás facturar hasta 15.000 Euros solo el primer año!!!! Hemos pagado ya cientos de miles de Euros a nuestros afiliados este año, no pierdas la oportunidad, afíliate ya.

Integración

Puedes usar varios métodos para conseguir usuarios registrados, puedes usar los banners normales, banners con premios como reclamo, axial como integrar el formulario de registro en tu Web, si usas sistemas de portales con registro de usuario, listas de correo, etc.

Mínimo Esfuerzo

Deja la gestión de tu base de datos en nuestra mano. Cada mes el equipo comercial de CorreoDirect gestiona más de 100 campañas con anunciantes y ofertas de primer orden. Tu única labor será cobrar el cheque que te enviaremos.

Valor

Disponer de una base de datos con información demográfica, profesional y de los gustos de tus usuarios añadirá valor a tu página Web. Podrás consultar online, con tu login y password, la información sobre el crecimiento de tu base de datos, y conocer más de cerca quién y cómo son tus visitantes.

Conformidad con la Ley

La base de datos de CorreoDirect está registrada en la Agencia de Protección de Datos y desarrolla su actividad rigurosamente según la ley vigente. Una partnership con CorreoDirect significa la tranquilidad de despreocuparte de todos los aspectos legales inherentes a la gestión de una lista de marketing con permiso”.

9.7 Venta conferencias virtuales

Para el desarrollo de los cursos y conferencias virtuales se necesita de personal adicional exclusivamente para tal fin. El proceso consiste en definir un tema, el cual será preparado por profesionales expertos en él y luego será revisado por editores gráficos quienes le harán las adaptaciones necesarias para su óptima presentación. Estas conferencias se prepararan una cada 4 meses y la población objetivo será exclusivamente colombiana. La distribución de estos productos se hará por medio de Internet el cual podrá ser descargado por el comprador después de confirmar el pago de los mismos. El anterior método permite ahorrar recursos en la compra de Cds o el pago de correo para la entrega del producto.

10. PRESUPUESTO Y FINANCIACIÓN

10.1 Inversión inicial

Diseño y programación

Diseño de la Web y de las bases de datos, implementación de captura de datos del usuario, Instalación del mecanismo de envío de correo masivo (Webmail) con la información actualizada al correo electrónico de cada usuario, con un Valor \$1.500.000 , se contratará un programador que se encargará del diseño y puesta en funcionamiento de la Web. Esta será diseñada por una sola vez, las modificaciones posteriores serán tratadas como actualizaciones, las cuales consisten en la inclusión de nuevos contenidos, la corrección de eventuales errores y los cambios de formato como color de fondo, tipo y color de fuente, etc.

Equipo

Dos computadores e implementos de oficina \$ 8.000.000

Inicialmente se contará con dos (2) computador con sus respectivos accesorios, los que serán utilizados por el administrador de la Web y por el asistente administrativo. Estos equipos serán depreciados de acuerdo a las normas legales vigentes y se hará su respectiva reposición. A partir del año 6 estos equipos se incrementarán de acuerdo a las necesidades de la Web.

Recolección y manejo de información.

Investigación, recolección, clasificación y estructuración de la información que se presenta al servicio del usuario al momento de publicar la Web. Tendrá un valor de \$2.500.000. La información que se publicará inicialmente se debe pagar, puesto que al inicio de la Web no se contara con colaboradores que suministren gratuitamente esta información. Los colaboradores llegarán a hacer sus aportes después de que la Web este ya posicionada por lo que en un principio se debe asumir el trabajo de recolección y selección de información.

Cabe anotar que la información a publicar ya existe, que no se va a inventar nada nuevo, la Web solo la organizara y la presentará de una forma estructurada y adecuada para que el usuario obtenga el mejor provecho de ella.

Eventualmente se requerirá producir información nueva pero sólo en los casos que los usuarios lo exijan, en tal caso la Web en pro de un buen servicio cubrirá esa falta de información al usuario proveyéndole lo que específicamente solicita. Esto sucederá en el caso de las consultas que el usuario realice al consultorio, el cual cumple precisamente ese objetivo: suministrar al usuario información específica que no le ha sido posible encontrar en la Web.

Posteriormente ésta información será suministrada por los colaboradores o personal de apoyo, y por tal razón no representa costo adicional.

Efectivo para cubrir gastos de personal primer año.

El personal esta representado por el administrador de la Web, un asistente administrativo y cinco profesionales. El administrador de la Web y el asistente administrativo tendrán una vinculación mediante un contrato laboral, en el cual se le reconocen todas las cargas prestacionales y demás derechos consagrados por la ley, estos empleados deberán cumplir con un el horario y demás obligaciones propias de una relación laboral directa.

El personal de apoyo, conformado por los diferentes profesionales por área que serán cinco personas, tendrán una vinculación mediante contrato civil y no deberán cumplir horario ni tendrán que prestar sus servicios en las instalaciones de la Web, sus obligaciones consisten en suministrar semanalmente un articulo nuevo para ser publicado y atender hasta veinte consultas semanales. Las consultas deberán ser relacionadas con su área y deberán ser atendidas en un tiempo no mayor a tres días. Los artículos nuevos pueden ser de su propia autoría, o los artículos que proporcionen los colaboradores, en este ultimo caso deberá hacer el respectivo estudio y análisis para determinar si el articulo debe o no ser publicado. Este personal de apoyo deberá colocar los equipos e implementos necesarios para la correcta prestación del servicio, como es el computador con acceso a Internet.

Los colaboradores no representan erogación alguna, debido a que su participación en la Web es voluntaria y no representa ni obligación ni deber alguno. El colaborador es libre de darse de alta en la Web o de retirarse de ella, o de darse de alta y no hacer aporte alguno a la Web. Al colaborador no se le exige ni su nombre ni dirección, ni cualquier otro medio de identificación, tampoco se le exige hacer aporte alguno a la Web, cualquier aporte será voluntario y no será obligación de la Web publicarlo o utilizarlo, la única obligación de la Web para con el colaborador que decida hacer un aporte, será

el de respetar sus derechos de autor en el caso que la Web utilice o publique su aporte.

El valor de los gastos de personal es de \$ 6.228.133 Mensuales, adicionalmente se tendrá una reserva para contratación eventual de \$ 4.000.000, debido a que en el primer año los ingresos no alcanzan a cubrir los costos y gastos.

Gastos Generales

Servicio Dominio: (1 año)

Registro en la red del nombre de la página Web.

\$50.000

Para la publicación de la Web se hace necesario la compra y registro del dominio, que es el nombre de la Web que la identificará como única en la red mundial que es Internet. La compra y registro se hará por cada año. Los precios de dominios son más o menos constantes, no se espera un alza en sus precios por lo menos en los siguientes años.

Servicio de Hosting (1 año)

Es el servidor (Computador) donde esta alojada la Web, el cual se contrató con una empresa dedicada a prestar tal servicio. Este servicio incluye la parte técnica de la Web, esta debe ser alojada en un servidor (Computador) que este encendido y conectado a Internet todo el tiempo. Para esto se requiere arrendar un espacio en un servidor, dicho arrendamiento se llama Hosting y al

igual que los dominios se contrata por año y tiene valores constantes con tendencia a la baja. Este servicio incluye el mantenimiento técnico de la Web en cuanto al aspecto logístico y de programación. Su valor es de \$1.630.000

Servicios públicos

Los servicios públicos son los necesarios para el funcionamiento de la Web como son energía, teléfono y servicio de Internet, en un principio será moderado pero a partir del año 6 comenzarán a incrementarse por las exigencias mismas de la demanda, lo cual implica nueva adquisición de equipo y la contratación de nuevo personal la cual sirvió de base para la elaboración de los estados financieros. El valor presupuestado es de \$400.000 Mensuales.

Arrendamiento

El servicio de arrendamiento consiste inicialmente en una oficina en la que se ubicarán los computadores y el administrador de la Web. El arrendamiento se pagara hasta el año cinco, en el año seis se comprara una oficina donde funcionara la Web. El arrendamiento tendrá un valor mensual de \$300.000 en el primer año.

Capital de trabajo

El proyecto requerirá de un colchón de seguridad el cual en un principio será de \$4.000.000 para cubrir los gastos del primer periodo (un año) en vista de que los ingresos del primer año no son suficientes para cubrir los gastos necesarios para el normal desarrollo de la Web.

10.2 Ingresos

Los ingresos que obtendrá la página Web estarán representados como primera medida en:

Publicidad

Adsense

Este servicio consiste en el pago por clic que el usuario haga en los anuncios mostrados en la página. Según estadísticas disponibles en las paginas Web mas representativas de la red dedicada a ofrecer ayuda y soporte a los webmaster, el 1% de las personas que visitan la pagina hace uso de esta publicidad; cada clic que el visitante haga sobre los anuncios publicitarios es pagado a veinte centavos de dólar en promedio. Es de anotar que este valor por clic es representativo solo para Web del sector de las finanzas que es uno de los mejor pagados en Internet. De acuerdo a lo anterior y a las proyecciones se espera contar con 1.000.000 visitas el primer año lo cual significaría \$45.000.000.00. Esta cifra se incrementara en un 30% por año. Estos cálculos se basan sobre el incremento del número de visitas a la Web.

E-mail

El servicio de E-mail consiste en el envío de publicidad por correo exclusivamente a las personas que se han registrado en la página como usuarios, estos correos rentan un euro por año. Durante el primer año se espera que se registren 1.800 personas arrojando un ingreso de \$5.130.000.00 y se tiene proyectado un incremento del 30% anual. Para esto se contabilizan solo los correos que sus propietarios ha aceptado recibir tal publicidad. Es de

anotar que al momento de implementar este servicio, el sistema de registro de usuarios se diseñará de tal forma que el la persona que se quiera registrar para acceder a los servicios de la Web, deba necesariamente aceptar los términos en los que se incluye el de recibir publicidad. Por lo anterior el 100% de los usuarios que se registran proporcionaran automáticamente correos validos.

Venta de conferencias virtuales.

La Web desarrollara conferencias virtuales sobre los temas que ésta trata. Estos se venderán al 50% de los visitantes y usuario que según estadísticas proporcionadas por los robots que están al servicio de la Web, corresponden a usuarios colombianos y según estimativos tomados de desarrolloweb.com el 0.001% de los visitantes adquieren estos servicios. Las anteriores proyecciones se incrementaran proporcionalmente al aumento de las visita la cuales exponen ampliamente en los estados financieros proyectados.

Las proyecciones aquí expuestas se hacen sin hacer ajustes por inflación a los activos y patrimonio debido a que la tendencia del incremento de la inflación en el país indica que esta no sera representativa. Sin embargo para la proyección de los gastos de personal, arrendamiento, servicios públicos, etc., si se tuvo en cuenta la inflación en un incremento constante del 5%, debido a que necesariamente estos servicios se incrementan por ley y por las mismas exigencias del mercado.

11. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

11.1 Metodología

La evaluación de proyectos es la metodología escogida para determinar las ventajas y desventajas que se pueden esperar para tomar la decisión de asignar o no recursos hacia objetivos determinados. Como tal se toma como punto de partida la organización, estudio y análisis de los diferentes factores de orden económico, técnico, financiero, administrativo e institucional, considerados en la formulación del proyecto.

La tarea de evaluar consiste en medir objetivamente ciertas magnitudes resultantes de la preparación del proyecto y convertirlas en cifras financieras con el fin de obtener coeficientes o parámetros útiles para medir su rentabilidad.

11.2 Evaluación financiera

En la evaluación financiera se presentarán criterios que tengan en cuenta los elementos de inversión, costos e ingresos y una propuesta distribuida en el tiempo, con el fin de componer indicadores que sirvan de base para la toma de decisiones implícita en la puesta en marcha del proyecto.

Los flujos de evaluación son el resumen de todos los flujos operacionales en el horizonte del proyecto. Existen dos metodologías para encontrar el flujo para la evaluación financiera:

11.2.1 Flujo del proyecto: El flujo del proyecto se utiliza cuando los empresarios tienen todos los recursos para desarrollar el proyecto, como

ocurre con el manejo de balance sin financiación, respaldado únicamente por los aportes de los socios como es el caso de este proyecto.

11.2.2 Flujo del empresario: Se utiliza como alternativa cuando se realiza el proyecto con recursos combinados, es decir con recursos del inversionista y con recursos externos.

Para calcular las tasas internas de rendimiento del proyecto analizado se hace necesario el cálculo a valores presentes de los flujos monetarios, que resultarán durante el periodo del horizonte del proyecto. Así mismo indican las tasas de interés a la que deberán colocarse ahorros de hoy, para obtener los resultados que arrojan las proyecciones. Para el caso de la evaluación financiera se tomará como referencia el flujo neto de caja.

Para el cálculo de los indicadores financieros se empleó como referencia una tasa interna de oportunidad TIO del 20%, dada las aspiraciones de rentabilidad de los inversionistas.

11.2.3 Valor presente neto

Para su análisis se han expuesto todos los flujos recuperados de inversión a precios de hoy, descontándole la tasa de oportunidad del inversionista. El resultado del valor presente neto se interpreta de la siguiente forma:

- $VPN > 0$, indica que se recupera la inversión señalando el proyecto como recomendable.
- $VPN = 0$, significa que el proyecto es indiferente.
- $VPN < 0$, indica que no se recupera la inversión, señalando el proyecto como no recomendable.

$$\text{VPN} = - \text{Inversión} + \overset{-1}{\text{FC1}} (1 + \text{TIO}) + \overset{-2}{\text{FC2}} (1 + \text{TIO}) + \dots + \overset{-n}{\text{FCn}} (1 + \text{TIO})$$

Donde:

FC: Flujos de Caja cada año

TIO: Tasa interna de Oportunidad (20%)

A continuación se relacionan los flujos netos de los ingresos y gastos, para luego aplicarles el valor presente neto:

Con un **VPN de \$74.926.785.82** que es el valor presente de las utilidades generadas por la inversión inicial de \$24,608,133.00 durante los 10 años evaluados, significa que el proyecto es recomendable o conveniente para el inversionista que espera una rentabilidad con una tasa TIO del 20%, es decir, con un interés del 20%, el proyecto genera beneficios debido a que su VPN resultante es positivo, recuperándose la inversión realizada.

11.2.4 Tasa interna de retorno

Para el caso de la evaluación por medio de la tasa interna de retorno hay que hallar el valor presente neto igual a cero para analizar la indiferencia del proyecto para el inversionista desde el punto de vista del valor presente, de tal forma que la inversión la tome el inversionista y se pueda encontrar la polaridad exigida para el análisis de la TIR.

En el proyecto se observa que la TIR estimada es de **53.12%**, indicador que esta por encima de la tasa interna de oportunidad TIO, por lo tanto se puede inferir que el proyecto, se considera atractivo para invertir.

Es importante destacar la rentabilidad presentada en la alternativa de inversión, es decir, cuando el inversionista recurre al apalancamiento financiero. De acuerdo a este análisis podemos concluir que el proyecto debe acogerse por que la TIR muestra una tasa de rendimiento aceptable al proyecto, debido a que alcanza a equilibrar la tasa de oportunidad del mercado.

11.2.5 Análisis de sensibilidad

La sensibilidad del proyecto se asocia a variables que intervienen en el contexto económico, las cuales reaccionan frente a condiciones particulares que se califican de acuerdo a la situación esperada. Al presentarse ciertas situaciones hacen que elementos del proyecto como ingresos y gastos se disminuyan o aumenten.

Se hizo el análisis de sensibilidad teniendo en cuenta las siguientes variables: Ingresos y costos y gastos, y los efectos que estas tienen sobre la utilidad, analizando las variaciones que ésta sufre ante cambios experimentados en los volúmenes de ingresos y egresos previamente estimados. Este modelo permite determinar el comportamiento de la utilidad ante los aumentos o disminuciones del volumen de los ingresos y egresos.

A continuación se presentan y analizan 4 situaciones diferentes para determinar la sensibilidad del proyecto ante diferentes cambios tanto en los ingresos como los egresos.

Para el cálculo de la sensibilidad del proyecto se trabaja con el valor presente neto tanto de los ingresos como de los gastos y costos de los diez años proyectados.

Con este análisis se busca determinar la situación financiera que debe afrontar el proyecto en caso de que las variables tenidas en cuenta se vean alteradas por diferentes causas y circunstancias, ya sean políticas o económicas. Permite también conocer las medidas que se deben adoptar para corregir cualquier dificultad que se presente, en especial el déficit de efectivo, que en caso de presentarse se debe recurrir a financiación externa, financiación que tiene un costo financiero que llega a afectar aun más la liquidez del proyecto.

ESCENARIO 1**Variables:****Ingresos****Costos y gastos**

Escenario: Los ingresos disminuyen en un 10% y los costos y gastos permanecen constantes

gCONCEPTO	HORIZONTE PROYECTO	ANÁLISIS SENSIBILIDAD	VARIACION	%
INGRESOS	1,105,436,886.51	994,893,197.86	110,543,688.65	-10
EGRESOS	932,744,402.94	932,744,402.94	0	0
UTILIDAD OPERACIONAL	172,692,483.56	62,148,794.91	110,543,688.65	-64.01%

Tabla No. 1

Al suceder los anteriores supuestos, la TIR disminuirá a un 24.37% y el VPN del proyecto será de solo \$7,914,097.45 y la utilidad del proyecto disminuye un 64%; la perdida en el primer año llegara a los 20.000.000 y el segundo año será de 8.000.000.

Ante esta situación se requiere incurrir en financiación para poder cubrir los gastos del proyecto, por lo que se recomienda la disminución de dichos gastos con el fin de proteger el capital de trabajo de la empresa.

Para que el proyecto sobreviva a esta situación no es posible adquirir activos fijos como la oficina, el proyecto debe plantearse arrendando el local durante toda su vida

ESCENARIO 2**Variables:****Ingresos****Costos y gastos**

Escenario: Los ingresos disminuyen en un 5% y los costos y gastos aumentan en un 5%.

CONCEPTO	HORIZONTE PROYECTO	ANÁLISIS SENSIBILIDAD	VARIACIÓN	%
INGRESOS	1,105,436,886.51	1,050,165,042.18	55,271,844.33	-5, +5
EGRESOS	932,744,402.94	979,381,623.09	0	0
UTILIDAD OPERACIONAL	172,692,483.56	70,783,419.09	101,909,064.47	-59.01%

Tabla No. 2

Ante tal eventualidad las pérdidas del primer año alcanzan los 22 millones de pesos y en el segundo año llegan a 9 millones de pesos. La TIR es de solo el 26.7% y el VPN del proyecto es de \$12.726.267; la utilidad del proyecto durante sus 10 años disminuirá en un 59%.

El déficit de caja alcanza en el primer año 7.2 millones de pesos, lo que obliga a recurrir a financiación externa lo que puede agudizar la situación financiera del proyecto. Como en el escenario anterior, para que el proyecto sobreviva no es posible adquirir activos fijos como la oficina, el proyecto debe plantearse arrendando el local durante toda su vida.

ESCENARIO 3**Variables:****Ingresos****Costos y gastos**

Escenario: Los ingresos permanecen estables y los gastos aumentan en un 5%.

CONCEPTO	HORIZONTE PROYECTO	ANÁLISIS SENSIBILIDAD	VARIACIÓN	%
INGRESOS	1,105,436,886.51	1,105,436,886.51	0.00	0, +5
EGRESOS	932,744,402.94	979,381,623.09	0	0
UTILIDAD OPERACIONAL	172,692,483.56	126,055,263.41	46,637,220.15	27.01%

Tabla No. 3

En este escenario las pérdidas del primer año alcanzan los 17 millones de pesos y en el segundo año llegan a 3.5 millones de pesos. La TIR es de 41.35% y el VPN del proyecto es de \$46.232.611; la utilidad del proyecto durante sus 10 años disminuirá en un 27%.

El déficit de caja alcanza en el primer año 2.6 millones de pesos, lo que obliga a recurrir a financiación externa, cuyos costos no tiene mayor impacto financiero en el proyecto. Este escenario no afecta las inversiones en activos fijos, el proyecto puede ser rentable aunque las utilidades se disminuyan un poco, es importante anotar que solo se presentan pérdidas en los dos primeros años.

ESCENARIO 4**Variables:****Ingresos****Costos y gastos****Escenario:** Los ingresos aumentan un 10% y los costos y gastos aumentan en un 5%.

CONCEPTO	HORIZONTE PROYECTO	ANÁLISIS SENSIBILIDAD	VARIACIÓN	%
INGRESOS	1,105,436,886.51	1,215,980,575.16	110,543,688.65	+10, +5
EGRESOS	932,744,402.94	979,381,623.09	0	0
UTILIDAD OPERACIONAL	172,692,483.56	236,598,952.06	-63,906,468.50	37.01%

Tabla No. 4

En este escenario las pérdidas del primer año alcanzan los 9 millones de pesos y en el segundo año se comienzan a presentar utilidades. La TIR es de 67% y el VPN del proyecto es de \$113245.299; la utilidad del proyecto durante sus 10 años aumentará en un 37%.

No se presenta déficit de caja; el proyecto se puede desarrollar sin problemas y la rentabilidad es atractiva.

11.2.6 Análisis de riesgo

Generalmente toda alternativa de inversión esta afectada por contingencias de materia económica o política, la cual incide en el desarrollo de la proyección para una empresa, debido a la incertidumbre generada por hechos o factores que no son controlados directamente por la administración de la empresa. Por lo tanto, a mayor variabilidad de los factores económicos o políticos, se dice que el proyecto tiene mayor riesgo, y a menor variabilidad se dice que el proyecto tiene menor riesgo.

Uno de estos factores de riesgo es la actual situación económica que atraviesa el país, donde la capacidad de ingreso de la comunidad se deteriora cada vez más y constituye un factor crítico para la realización del proyecto.

La situación anterior es compensada en buena parte, teniendo en cuenta que solo un 50% de los ingresos provienen de Colombia, el restante 50% son ingresos provenientes de países como España, México, Venezuela, y otros países Latinoamericanos.

Al ser un proyecto virtual y sin fronteras, no va a estar expuesto a los cambios políticos, económicos y sociales de un país determinado lo que minimiza los posibles riesgos que se pueden presentar.

11.2.7 Punto de equilibrio

Esta herramienta de manejo gerencial permite que la empresa determine el nivel de operaciones que debe sostener para cubrir todos sus costos fijos de operación. Es factor básico para la toma de decisiones empresariales. El punto de equilibrio es el nivel mínimo de producción y ventas de bienes o servicios que debe obtener el negocio para cubrir obligaciones imputables al ejercicio

normal de la organización, es en el punto de equilibrio cuando no se obtienen pérdidas ni ganancias

Con el propósito de expresar el punto de equilibrio, se han separado los costos variables y costos fijos (gastos de personal, depreciación, amortización, pago de intereses y gastos de funcionamiento). Para determinar el punto de equilibrio, se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

Donde

PE: Punto de Equilibrio

CV: Costos Variables

CF: Costos Fijos

VT: Ventas Totales

En el siguiente cuadro se presentan los puntos de equilibrio correspondiente a cada uno de los años evaluados en el proyecto:

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos fijos	11,280,000.00	17,527,200.00	23,786,088.00	33,057,221.52	46,841,184.88
Costos variables	89,537,601.91	95,514,482.01	102,090,206.11	109,354,716.41	117,414,452.23
Ventas totales	90,130,000.00	117,169,000.00	152,319,700.00	198,015,610.00	257,420,293.00
PUNTO DE EQUILIBRIO	1,716,187,848.33	94,836,767.90	72,130,724.55	73,830,136.60	86,124,060.76
CONCEPTO	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costos fijos	62,793,976.88	93,250,735.95	138,898,265.39	207,330,446.00	309,938,038.84
Costos variables	224,407,291.69	249,375,689.73	391,217,959.93	416,153,629.13	474,969,086.75
Ventas totales	334,646,380.90	435,040,295.17	565,552,383.72	735,218,098.84	955,783,528.49
PUNTO DE EQUILIBRIO	190,620,017.41	218,500,600.03	450,595,145.69	477,750,143.98	616,108,100.47

Tabla No. 5

11.3 Evaluación social

La evaluación social del proyecto se expresa con el impacto y sus incidencias que generan en el medio. Al implementar el proyecto se brinda un sitio en donde se facilita información contable y financiera que beneficia a un gran número de estudiantes, contadores y empresarios, no solo en Colombia sino en América Latina y España. El impacto que la Web tiene tanto en la profesión como a los usuarios es de gran valor teniendo en cuenta que se esta facilitando y compartiendo información, conocimientos y experiencia que contribuyen a que tanto profesionales y empresarios tengan una herramienta mas que les permita mejorar su desempeño redundando en un bienestar para la sociedad.

Con este proyecto, el impacto social se mide más que por el número de empleos, por su aporte positivo en mejorar la calidad y el nivel de conocimientos de sus usuarios que posteriormente significara un mejor desempeño de estos.

Los efectos indirectos están relacionados con el mejoramiento de las condiciones de prestación de servicios de los profesionales de ciencias contables y financieras y el consecuente beneficio de los usuarios de esta información que en ultimas son los empresarios.

De igual manera se pretende con este proyecto contribuir en el enriquecimiento de conocimientos a los usuarios beneficiados.

12. CONCLUSIONES

- La elaboración de este proyecto proporciona una guía o una herramienta para quienes estén interesados puedan desarrollar ideas que busquen satisfacer necesidades de información o apoyo en las diferentes áreas del conocimiento en el medio virtual.
- Teniendo en cuenta que el Internet se ha convertido en la principal fuente de información y de negocios por su fácil acceso y bajo costo, se utilizó como medio para el ofrecimiento de asesorías contables y financieras contenidas en este proyecto lo cual resulta de gran importancia para la profesión contable.
- De la implementación de asesorías contables y financieras a través de Internet surgió la página Web Gerencie.com (www.gerencie.com), que es el resultado de este proyecto.

FLUJO DE CAJA

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4
SALDO INICIAL	12.608.133,00	2.403.864,42	6.284.349,08	32.511.477,32
VENTAS	90.130.000,00	117.169.000,00	152.319.700,00	198.015.610,00
GASTOS	100.334.268,58	112.521.682,01	125.330.294,11	141.838.637,93
GASTOS FINANCIEROS			0,00	0,00
AMORTIZACION CREDITO			0,00	0,00
PAGO DE IMPUESTO		283.500,00	242.277,65	279.763,50
COMPRA ACTIVOS FIJOS				
COMPRA DE OFICINA		0,00		
PAGO DIVIDENDOS				
PAGO RETENCIONES		483.333,33	520.000,00	546.000,00
PAGO UTILIDADES RETENIDAS				
COMPRA DE EQUIPO				
SALDO FINAL	2.403.864,42	6.284.349,08	32.511.477,32	87.862.685,89
CONSIGNACION BANCOS	2.163.477,98	5.655.914,17	29.260.329,59	79.076.417,30

AMORTIZACION PRESTAMO

VALOR CREDITO	VALOR CUOTA CAPITAL	INTERESES	SALDO
0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00
SALDOS	0,00	0,00	0,00

ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10
87.862.685,89	120.125.121,09	17.642.141,38	73.361.999,93	21.173.108,45	107.818.170,73
257.420.293,00	334.646.380,90	435.040.295,17	565.552.383,72	735.218.098,84	955.783.528,49
163.653.672,11	286.569.205,32	341.477.772,27	528.910.139,25	622.217.684,75	783.577.415,69
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
18.726.285,22	31.872.629,56	14.470.789,32	30.209.854,32	9.567.655,44	36.271.908,30
	18.000.000,00		10.000.000,00		30.000.000,00
0,00	50.000.000,00				
29.427.019,64	50.085.560,74	22.739.811,78	47.472.628,22	15.581.610,29	67.362.115,41
573.300,00	601.965,00	632.063,25	1.148.653,41	1.206.086,08	1.266.390,38
12.777.580,82		0,00	0,00	0,00	0,00
			0,00	0,00	0,00
120.125.121,09	17.642.141,38	73.361.999,93	21.173.108,45	107.818.170,73	145.123.869,45
108.112.608,98	15.877.927,24	66.025.799,93	19.055.797,61	97.036.353,66	130.611.482,50

INVERSION INICIAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	24.608.133,00			

GASTOS

Domino		50.000,00	52.000,00	54.080,00
Desarrollo conferencia		10.000.000,00	12.000.000,00	14.400.000,00
Hosting		1.630.000,00	1.695.200,00	1.763.008,00
Gastos de personal		74.737.601,91	78.474.482,01	82.398.206,11
Servicios		4.800.000,00	5.040.000,00	5.292.000,00
Publicidad		6.000.000,00	12.000.000,00	18.000.000,00
Arrendamiento	VPN Gastos	3.600.000,00	3.780.000,00	3.969.000,00
TOTAL GASTOS		932.744.402,94	100.817.601,91	113.041.682,01

INGRESOS

Publicidad				
Adsense		45.000.000,00	58.500.000,00	76.050.000,00
E-mail		5.130.000,00	6.669.000,00	8.669.700,00
Conferencias virtuales	VPN Ingresos	40.000.000,00	52.000.000,00	67.600.000,00
TOTAL INGRESOS		1.105.436.886,51	90.130.000,00	117.169.000,00

UAI		-10.687.601,91	4.127.317,99	26.443.405,89
IMPUESTOS		516.770,79	516.770,79	315.000,00
UTILIDAD NETA		-24.608.133,00	-11.204.372,71	3.610.547,20

TIR 53,12
VPN 74.926.785,82

Gastos de personal	basico	aux. transporte	cesantias	intereres
administrador	12.000.000,00	0,00	999.600,00	119.952,00
secretaria	4.578.000,00	534.000,00	425.829,60	51.099,55
Personal de apoyo 1	9.600.000,00	0,00	0,00	0,00
Personal de apoyo 1	9.600.000,00	0,00	0,00	0,00
Personal de apoyo 1	9.600.000,00	0,00	0,00	0,00
Personal de apoyo 1	9.600.000,00	0,00	0,00	0,00
Personal de apoyo 1	9.600.000,00	0,00	0,00	0,00
total	74.737.601,91			

6.228.133,49

425.829,60

costos conferencias	año 1	año 2	año 3	año 4
ingreso x conferencia	40.000.000,00	52.000.000,00	67.600.000,00	87.880.000,00
cantidades	500,00	866,67	1.126,67	1.464,67
realizacion conferen.	10.000.000	12.000.000,00	12.600.000,00	13.230.000,00
costo por conferenc	20.000,00	13.846,15	11.183,43	9.032,77

retencion en la fuente				
personal apoyo	48.000.000,00	50.400.000,00	52.920.000,00	55.566.000,00
personal conferencia	10.000.000,00	12.000.000,00	12.600.000,00	13.230.000,00
Base retencion	58.000.000,00	62.400.000,00	65.520.000,00	68.796.000,00
aplicacion retencion	483.333,33	520.000,00	546.000,00	573.300,00

AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
-------	-------	-------	-------	-------	-------

56.243,20	58.492,93	60.832,65	63.265,95	65.796,59	68.428,45
17.280.000,00	20.736.000,00	24.883.200,00	29.859.840,00	35.831.808,00	42.998.169,60
1.833.528,32	1.906.869,45	1.983.144,23	2.062.470,00	2.144.968,80	2.230.767,55
86.518.116,41	90.844.022,23	190.772.446,69	210.326.622,48	331.264.430,40	347.827.651,92
5.556.600,00	5.834.430,00	8.751.645,00	9.189.227,25	24.121.721,53	25.327.807,61
27.000.000,00	40.500.000,00	60.750.000,00	91.125.000,00	136.687.500,00	205.031.250,00
4.167.450,00	4.375.822,50	0,00	0,00	0,00	0,00
142.411.937,93	164.255.637,11	287.201.268,57	342.626.425,68	530.116.225,32	623.484.075,13

98.865.000,00	128.524.500,00	167.081.850,00	217.206.405,00	282.368.326,50	367.078.824,45
11.270.610,00	14.651.793,00	19.047.330,90	24.761.530,17	32.189.989,22	41.846.985,99
87.880.000,00	114.244.000,00	148.517.200,00	193.072.360,00	250.994.068,00	326.292.288,40
198.015.610,00	257.420.293,00	334.646.380,90	435.040.295,17	565.552.383,72	735.218.098,84

55.603.672,07	93.164.655,89	47.445.112,33	92.413.869,49	35.436.158,40	111.734.023,70
19.461.285,22	32.607.629,56	16.605.789,32	32.344.854,32	12.402.655,44	39.106.908,30
36.142.386,84	60.557.026,33	30.839.323,02	60.069.015,17	23.033.502,96	72.627.115,41

primas	vacaciones	salud	pension	riesgos	dotacion
999.600,00	500.000,00	1.440.000,00	1.350.000,00	62.640,00	239.999,00
425.829,60	190.750,00	549.360,00	515.025,00	23.897,16	240.000,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.425.429,60	690.750,00	1.989.360,00	1.865.025,00	86.537,16	479.999,00

año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
114.244.000,00	148.517.200,00	193.072.360,00	250.994.068,00	326.292.288,40	424.179.974,92
1.904,07	2.475,29	3.217,87	4.183,23	5.438,20	7.069,67
13.891.500,00	14.586.075,00	15.315.378,75	16.081.147,69	16.885.205,07	17.729.465,33
7.295,70	5.892,68	4.759,47	3.844,19	3.104,92	2.507,82

58.344.300,00	61.261.515,00	122.523.030,00	128.649.181,50	135.081.640,58	141.835.722,60
13.891.500,00	14.586.075,00	15.315.378,75	16.081.147,69	16.885.205,07	17.729.465,33
72.235.800,00	75.847.590,00	137.838.408,75	144.730.329,19	151.966.845,65	159.565.187,93

601.965,00	632.063,25	1.148.653,41	1.206.086,08	1.266.390,38	1.329.709,90
------------	------------	--------------	--------------	--------------	--------------

AÑO 10

71.165,59
51.597.803,52
2.319.998,25
383.479.986,24
39.891.296,98
307.546.875,00
0,00
784.907.125,59

477.202.471,79
54.401.081,78
424.179.974,92
955.783.528,49

170.876.402,90
59.806.741,01
111.069.661,88

parafiscales

1.080.000,00
412.020,00

0,00
0,00
0,00
0,00
0,00

1.492.020,00 74.737.601,91

CONCEPTO	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9
Costos fijos	62.793.976,88	93.250.735,95	138.898.265,39	207.330.446,00
Costos variables	224.407.291,69	249.375.689,73	391.217.959,93	416.153.629,13
Ventas totales	334.646.380,90	435.040.295,17	565.552.383,72	735.218.098,84
PUNTO DE EQUILIBRIO	190.620.017,41	218.500.600,03	450.595.145,69	477.750.143,98

ANO 10

309.938.038,84

474.969.086,75

955.783.528,49

616.108.100,47

NOTAS AI BALANCE GENERAL

AÑO 1

1. PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO **8.000.000,00**

2 EQUIPOS DE COMPUTO 8.000.000,00

2. DIFERIDOS **2.000.000,00**

Recolección de informacion 2.500.000,00
(se resta el primer año de amortización\$500,000)

3. INTANGIBLES **1.500.000,00**

Diseño y Programación 1.500.000,00

PASIVO

4. IMPUESTOS POR PAGAR **483.333,33**

Impuesto de renta 283.500,00

5. RETENCIONES POR PAGAR **483.333,00**

Retencion servicio personal de apoyo diciembre 400.000,00
Retencion personal conferencias diciembre 83.333,00

PATRIMONIO

6. CAPITAL SOCIAL **24.608.133,00**

Diseño y programación 1.500.000,00
Equipos de oficina 8.000.000,00
Recolección y manejo de la información 2.500.000,00
Efectivo gastos de personal 4.000.000,00
Servicio de dominio 50.000,00
Servicio de Hosting 1.630.000,00
Gastos de personal 6.228.133,00
Servicios publicos 400.000,00
Arrendamientos 300.000,00
24.608.133,00

ESTADO DE RESULTADOS

1. SERVICIOS PROFESIONALES **10.000.000,00**

Elaboración de conferencia 10.000.000,00

2. AMORTIZACION		500.000,00
Servicio recolección de información	500.000,00	

FLUJO DE CAJA

1. SALDO INICIAL **12.608.133,00**

Efectivo gastos de personal	4.000.000,00
Servicio de dominio	50.000,00
Servicio de Hosting	1.630.000,00
Gastos de personal	6.228.133,00
Servicios publicos	400.000,00
Arrendamientos	300.000,00
	12.608.133,00

2. VENTAS

Publicidad		90.130.000,00
Adsense 1,000,000 Visitas a 20cv\$/c/u (1er año)	45.000.000,00	
E-mail 1,800 registros anuales a 1Euro * año	5.130.000,00	
Conferencias virtuales 500 * 80,000 C/U	40.000.000,00	
	90.130.000,00	

3. GASTOS **100.334.268,58**

Domino	50.000,00
Desarrollo conferencia/ incremento 1,2 años sig.	10.000.000,00
Hosting	1.630.000,00
Gastos de personal /Incremento 1,5% anual	74.737.601,91
Servicios	4.800.000,00
Publicidad	6.000.000,00
Arrendamiento	3.600.000,00
Menos Retenciones Practicadas	483.333,33
	100.334.268,58

AÑO 2

NOTAS AL BALANCE GENERAL

1. UTILIDAD DE EJERCICIOS ANTERIORES	-13.071.101,91
CANCELACION UTILIDADES EJERC. ANTERIO-	-13.071.101,91

AÑO 6

NOTAS AL ESTADO DE RESULTADOS

	190.772.446,69
1. GASTOS DE PERSONAL	
Se contrata 1 nuevo auxiliar	190.772.446,69

AÑO 8

1. GASTOS DE PERSONAL	210.326.622,48
Contratación de 2 especialistas adicionales	210.326.622,48

AJUSTE POR INFLACION

Las cuentas no monetarias del balance no fueron ajustadas por inflacion por ser poco representativa la inflacion es minimo y no tiene influencia relevante en los estados financieros, a diferencia correspondiente por que aunque es un incremento minimo si representa una salida de dinero

ntativa y se considero que el incremen
de los costos que si se les aplico el ajust
y el cual hay que evaluarlo

ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

BALANCE GENERAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3
CAJA	240.386,44	628.434,91	3.251.147,73
BANCOS	2.163.477,98	5.655.914,17	29.260.329,59
PROPIEDAD PLANT. Y EQU.	8.000.000,00	8.000.000,00	8.000.000,00
EQUIPO DE COMPUTO			
DEPRECIACION ACUMULADA	-1.600.000,00	-3.200.000,00	-4.800.000,00
DIFERIDOS	2.000.000,00	1.500.000,00	1.000.000,00
INTANGIBLES	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00
TOTAL ACTIVO	12.303.864,42	14.084.349,08	38.211.477,32
PASIVO			
OBLIGACIONES FINANCIERAS	0,00	0,00	0,00
IMPUESTOS POR PAGAR	283.500,00	242.277,65	279.763,50
RETENCIONES POR PAGAR	483.333,33	520.000,00	546.000,00
TOTAL PASIVO	766.833,33	762.277,65	825.763,50
PATRIMONIO			
CAPITAL SOCIAL	24.608.133,00	24.608.133,00	24.608.133,00
RESERVA LEGAL	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-13.071.101,91	1.785.040,34	24.063.642,39
UTILIDAD EJERCICIOS ANTERIORES		-13.071.101,91	-11.286.061,57
TOTAL PATRIMONIO	11.537.031,09	13.322.071,43	37.385.713,82
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	12.303.864,42	14.084.349,08	38.211.477,32
	0,00	0,00	0,00
ESTADO DE RESULTADOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3
VENTAS	90.130.000,00	117.169.000,00	152.319.700,00
COSTO DE VENTA	1.680.000,00	1.747.200,00	1.817.088,00
UTILIDAD EN VENTAS	88.450.000,00	115.421.800,00	150.502.612,00
SERVICIOS PERSONAL	74.737.601,91	78.474.482,01	82.398.206,11
SERVICIOS PROFESIONALES	10.000.000,00	12.000.000,00	14.400.000,00
SERVICIOS PUBLICOS	4.800.000,00	5.040.000,00	5.292.000,00
ARRENDAMIENTOS	3.600.000,00	3.780.000,00	3.969.000,00
DEPRECIACIONES	1.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00
AMORTIZACIONES	500.000,00	500.000,00	500.000,00
PUBLICIDAD	6.000.000,00	12.000.000,00	18.000.000,00
GATOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS	101.237.601,91	113.394.482,01	126.159.206,11
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-12.787.601,91	2.027.317,99	24.343.405,89
IMPUESTO DE RENTA	283.500,00	242.277,65	279.763,50
RESERVA LEGAL	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD/PERDIDA NETA	-13.071.101,91	1.785.040,34	24.063.642,39

FLUJO DE CAJA	ANO 1	ANO 2	ANO 3
SALDO INICIAL	12.608.133,00	2.403.864,42	6.284.349,08
VENTAS	90.130.000,00	117.169.000,00	152.319.700,00
GASTOS	100.334.268,58	112.521.682,01	125.330.294,11
GASTOS FINANCIEROS			0,00
AMORTIZACION CREDITO			0,00
PAGO DE IMPUESTO		283.500,00	242.277,65
COMPRA ACTIVOS FIJOS			
COMPRA DE OFICINA		0,00	
PAGO DIVIDENDOS			
PAGO RETENCIONES		483.333,33	520.000,00
PAGO UTILIDADES RETENIDAS			
COMPRA DE EQUIPO			
PUBLICIDAD		0,00	0,00
SALDO FINAL	2.403.864,42	6.284.349,08	32.511.477,32
CONSIGNACION BANCOS	2.163.477,98	5.655.914,17	29.260.329,59

ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9
8.786.268,59	12.012.512,11	1.764.214,14	7.336.199,99	2.117.310,85	10.781.817,07
79.076.417,30	108.112.608,98	15.877.927,24	66.025.799,93	19.055.797,61	97.036.353,66
8.000.000,00	8.000.000,00	18.000.000,00	18.000.000,00	28.000.000,00	28.000.000,00
		50.000.000,00	50.000.000,00	50.000.000,00	50.000.000,00
-6.400.000,00	-8.000.000,00	-6.100.000,00	-12.200.000,00	-20.300.000,00	-28.400.000,00
500.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00
91.462.685,89	121.625.121,09	81.042.141,38	130.661.999,93	80.373.108,45	158.918.170,73
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
18.726.285,22	31.872.629,56	14.470.789,32	30.209.854,32	9.567.655,44	36.271.908,30
573.300,00	601.965,00	632.063,25	1.148.653,41	1.206.086,08	1.266.390,38
19.299.585,22	32.474.594,56	15.102.852,57	31.358.507,73	10.773.741,52	37.538.298,68
24.608.133,00	24.608.133,00	24.608.133,00	24.608.133,00	24.608.133,00	24.608.133,00
5.350.367,21	14.456.832,80	18.591.344,03	27.222.730,98	29.409.623,65	29.409.623,65
29.427.019,64	50.085.560,74	22.739.811,78	47.472.628,22	15.581.610,29	67.362.115,41
12.777.580,82	0,00	0,00		0,00	0,00
72.163.100,66	89.150.526,53	65.939.288,81	99.303.492,20	69.599.366,94	121.379.872,06
91.462.685,89	121.625.121,09	81.042.141,38	130.661.999,93	80.373.108,45	158.918.170,73
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9
198.015.610,00	257.420.293,00	334.646.380,90	435.040.295,17	565.552.383,72	735.218.098,84
1.889.771,52	1.965.362,38	2.043.976,88	2.125.735,95	2.210.765,39	2.299.196,00
196.125.838,48	255.454.930,62	332.602.404,02	432.914.559,22	563.341.618,33	732.918.902,83
86.518.116,41	90.844.022,23	190.772.446,69	210.326.622,48	331.264.430,40	347.827.651,92
17.280.000,00	20.736.000,00	24.883.200,00	29.859.840,00	35.831.808,00	42.998.169,60
5.556.600,00	5.834.430,00	8.751.645,00	9.189.227,25	24.121.721,53	25.327.807,61
4.167.450,00	4.375.822,50	0,00	0,00	0,00	0,00
1.600.000,00	1.600.000,00	6.100.000,00	6.100.000,00	8.100.000,00	8.100.000,00
500.000,00	500.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
27.000.000,00	40.500.000,00	60.750.000,00	91.125.000,00	136.687.500,00	205.031.250,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
142.622.166,41	164.390.274,73	291.257.291,69	346.600.689,73	536.005.459,93	629.284.879,13
53.503.672,07	91.064.655,89	41.345.112,33	86.313.869,49	27.336.158,40	103.634.023,70
18.726.285,22	31.872.629,56	14.470.789,32	30.209.854,32	9.567.655,44	36.271.908,30
5.350.367,21	9.106.465,59	4.134.511,23	8.631.386,95	2.186.892,67	0,00
29.427.019,64	50.085.560,74	22.739.811,78	47.472.628,22	15.581.610,29	67.362.115,41

ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9
32.511.477,32	87.862.685,89	120.125.121,09	17.642.141,38	73.361.999,93	21.173.108,45
198.015.610,00	257.420.293,00	334.646.380,90	435.040.295,17	565.552.383,72	735.218.098,84
141.838.637,93	163.653.672,11	286.569.205,32	341.477.772,27	528.910.139,25	622.217.684,75
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
279.763,50	18.726.285,22	31.872.629,56	14.470.789,32	30.209.854,32	9.567.655,44
		18.000.000,00		10.000.000,00	
	0,00	50.000.000,00			
	29.427.019,64	50.085.560,74	22.739.811,78	47.472.628,22	15.581.610,29
546.000,00	573.300,00	601.965,00	632.063,25	1.148.653,41	1.206.086,08
	12.777.580,82		0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
87.862.685,89	120.125.121,09	17.642.141,38	73.361.999,93	21.173.108,45	107.818.170,73
79.076.417,30	108.112.608,98	15.877.927,24	66.025.799,93	19.055.797,61	97.036.353,66

ANO 10

14.512.386,94
130.611.482,50
58.000.000,00
50.000.000,00
-42.500.000,00
0,00
1.500.000,00
212.123.869,45
0,00
54.871.741,01
1.329.709,90
56.201.450,91
24.608.133,00
29.409.623,65
101.904.661,88
0,00
155.922.418,53
212.123.869,45
0,00

ANO 10

955.783.528,49
2.391.163,84
953.392.364,64
383.479.986,24
51.597.803,52
39.891.296,98
0,00
14.100.000,00
0,00
307.546.875,00
0,00
796.615.961,75
156.776.402,90
54.871.741,01
0,00
101.904.661,88

ANO 10
107.818.170,73
955.783.528,49
783.577.415,69
0,00
0,00
36.271.908,30
30.000.000,00
67.362.115,41
1.266.390,38
0,00
0,00
0,00
145.123.869,45
130.611.482,50

NOTAS AI BALANCE GENERAL

AÑO 1

1. PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO **8.000.000,00**

2 EQUIPOS DE COMPUTO 8.000.000,00

2. DIFERIDOS **2.000.000,00**

Recolección de informacion 2.500.000,00
(se resta el primer año de amortización\$500,000)

3. INTANGIBLES **1.500.000,00**

Diseño y Programación 1.500.000,00

PASIVO

4. IMPUESTOS POR PAGAR **283.500,00**

Impuesto de renta 283.500,00

5. RETENCIONES POR PAGAR **483.333,00**

Retencion servicio personal de apoyo diciembre 400.000,00
Retencion personal conferencias diciembre 83.333,00

PATRIMONIO

6. CAPITAL SOCIAL **24.608.133,00**

Diseño y programación 1.500.000,00
Equipos de oficina 8.000.000,00
Recolección y manejo de la información 2.500.000,00
Efectivo gastos de personal 4.000.000,00
Servicio de dominio 50.000,00
Servicio de Hosting 1.630.000,00
Gastos de personal 6.228.133,00
Servicios publicos 400.000,00
Arrendamientos 300.000,00
24.608.133,00

ESTADO DE RESULTADOS

1. SERVICIOS PROFESIONALES **10.000.000,00**

Elaboración de conferencia 10.000.000,00

2. AMORTIZACION		500.000,00
Servicio recolección de información	500.000,00	

FLUJO DE CAJA

1. SALDO INICIAL **12.608.133,00**

Efectivo gastos de personal	4.000.000,00
Servicio de dominio	50.000,00
Servicio de Hosting	1.630.000,00
Gastos de personal	6.228.133,00
Servicios publicos	400.000,00
Arrendamientos	300.000,00
	12.608.133,00

2. VENTAS

Publicidad		91.620.000,00
Adsense 1,000,000 Visitas a 20cv\$/c/u (1er año)	46.400.000,00	
E-mail 1,800 registros anuales a 1Euro * año	5.220.000,00	
Conferencias virtuales 500 * 80,000 C/U	40.000.000,00	
	91.620.000,00	

3. GASTOS **100.334.268,58**

Domino	50.000,00
Desarrollo conferencia/ incremento 1,2 años sig.	10.000.000,00
Hosting	1.630.000,00
Gastos de personal /Incremento 1,5% anual	74.737.601,91
Servicios	4.800.000,00
Publicidad	6.000.000,00
Arrendamiento	3.600.000,00
Menos Retenciones Practicadas	483.333,33
	100.334.268,58

AÑO 2

NOTAS AL BALANCE GENERAL

1. UTILIDAD DE EJERCICIOS ANTERIORES	-11.581.101,91
CANCELACION UTILIDADES EJERC. ANTERIO-	-11.581.101,91

AÑO 6

NOTAS AL ESTADO DE RESULTADOS

	190.772.446,69
1. GASTOS DE PERSONAL	
Se contrata 1 nuevo auxiliar	190.772.446,69

AÑO 8

1. GASTOS DE PERSONAL	331.264.430,40
Contratación de 2 especialistas adicionales	331.264.430,40

AJUSTE POR INFLACION

Las cuentas no monetarias del balance no fueron ajustadas por inflacion por ser poco represe la inflacion es minimo y no tiene influencia relevante en los estados financieros , a diferencia c correspondiente por que aunque es un incremento minimo si representa una salida de dinero

ntativa y se considero que el incremento
de los costos que si se les aplico el ajust
y el cual hay que evaluarlo

**BALANCE GENERAL
AÑO 1**

ACTIVO		
Corriente		2.403.864
Caja	240.386	
General Neiva	<u>240.386</u>	
		-
Bancos	2.163.478	
Ganadero - Neiva Cta Cte.	<u>2.163.478</u>	
Propiedad Planta y Equipo		6.400.000
Equipo de Computación	8.000.000,00	
Depreciación Acumulada	<u>-1.600.000,00</u>	
Diferidos		2.000.000
Recolección de información	<u>2.000.000,00</u>	
Intangibles		1.500.000
Diseño y programación	<u>1.500.000,00</u>	
TOTAL ACTIVO		<u>12.303.864</u>
PASIVO		
Corriente		766.833
obligaciones Financieras	0,00	
Impuestos por pagar	283.500	
Retenciones por pagar	483.333,33	
TOTAL PASIVO		766.833
PATRIMONIO		11.537.031
Capital Social	24.608.133	
Reserva Legal	0	
Utilidad del Ejercicio	-13.071.102	
Utilidad de Ejercicios anteriores	<u>-</u>	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>12.303.864</u>

**BALANCE GENERAL
AÑO 2**

ACTIVO		
Corriente		6.284.349
Caja	628.435	
General Neiva	628.435	
Bancos	5.655.914	
Ganadero - Neiva Cta Cte.	<u>5.655.914</u>	
Propiedad Planta y Equipo		4.800.000
Equipo de Computación	8.000.000	
Depreciación Acumulada	<u>-3.200.000</u>	
Diferidos		1.500.000
Recolección de información	<u>1.500.000</u>	
Intangibles		1.500.000
Diseño y programación	<u>1.500.000</u>	
TOTAL ACTIVO		<u><u>14.084.349</u></u>
PASIVO		
Corriente		762.278
obligaciones Financieras	0,00	
Impuestos por pagar	242.278	
Retenciones por pagar	520.000,00	
TOTAL PASIVO		762.278
PATRIMONIO		13.322.071
Capital Social	24.608.133	
Reserva Legal	0	
Utilidad del Ejercicio	1.785.040	
Utilidad de Ejercicios anteriores	<u>(13.071.102)</u>	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u><u>14.084.349</u></u>

**BALANCE GENERAL
AÑO 3**

ACTIVO		
Corriente		32.511.477
Caja	3.251.148	
General Neiva	3.251.148	
Bancos	29.260.330	
Ganadero - Neiva Cta Cte.	<u>29.260.330</u>	
Propiedad Planta y Equipo		3.200.000
Equipo de Computación	8.000.000,00	
Depreciación Acumulada	<u>-4.800.000,00</u>	
Diferidos		1.000.000
Recolección de información	<u>1.000.000,00</u>	
Intangibles		1.500.000
Diseño y programación	<u>1.500.000,00</u>	
TOTAL ACTIVO		<u><u>38.211.477</u></u>
PASIVO		
Corriente		825.763
obligaciones Financieras	0,00	
Impuestos por pagar	279.763	
Retenciones por pagar	546.000,00	
TOTAL PASIVO		825.763
PATRIMONIO		37.385.714
Capital Social	24.608.133	
Reserva Legal	0	
Utilidad del Ejercicio	24.063.642	
Utilidad de Ejercicios anteriores	<u>(11.286.062)</u>	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u><u>38.211.477</u></u>

**BALANCE GENERAL
AÑO 4**

ACTIVO		
Corriente		87.862.686
Caja	8.786.269	
General Neiva	8.786.269	
Bancos	79.076.417	
Ganadero - Neiva Cta Cte.	<u>79.076.417</u>	
Propiedad Planta y Equipo		1.600.000
Equipo de Computación	8.000.000,00	
Depreciación Acumulada	<u>-6.400.000,00</u>	
Diferidos		500.000
Recolección de información	<u>500.000,00</u>	
Intangibles		1.500.000
Diseño y programación	<u>1.500.000,00</u>	
TOTAL ACTIVO		<u><u>91.462.686</u></u>
PASIVO		
Corriente		19.299.585
obligaciones Financieras	0,00	
Impuestos por pagar	18.726.285	
Retenciones por pagar	573.300,00	
TOTAL PASIVO		19.299.585
PATRIMONIO		72.163.101
Capital Social	24.608.133	
Reserva Legal	5.350.367	
Utilidad del Ejercicio	29.427.020	
Utilidad de Ejercicios anteriores	<u>12.777.581</u>	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u><u>91.462.686</u></u>

**BALANCE GENERAL
AÑO 5**

ACTIVO		
Corriente		120.125.121
Caja	12.012.512	
General Neiva	12.012.512	
Bancos	108.112.609	
Ganadero - Neiva Cta Cte.	<u>108.112.609</u>	
Propiedad Planta y Equipo		0
Equipo de Computación	8.000.000,00	
Depreciación Acumulada	<u>-8.000.000,00</u>	
Diferidos		0
Recolección de información	<u>0,00</u>	
Intangibles		1.500.000
Diseño y programación	<u>1.500.000,00</u>	
TOTAL ACTIVO		<u><u>121.625.121</u></u>
PASIVO		
Corriente		32.474.595
obligaciones Financieras	0,00	
Impuestos por pagar	31.872.630	
Retenciones por pagar	601.965,00	
TOTAL PASIVO		32.474.595
PATRIMONIO		89.150.527
Capital Social	24.608.133	
Reserva Legal	14.456.833	
Utilidad del Ejercicio	50.085.561	
Utilidad de Ejercicios anteriores	<u>-</u>	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u><u>121.625.121</u></u>

**BALANCE GENERAL
AÑO 6**

ACTIVO		
Corriente		17.642.141
Caja	1.764.214	
General Neiva		
Bancos	15.877.927	
Ganadero - Neiva Cta Cte.	<u>15.877.927</u>	
Propiedad Planta y Equipo		61.900.000
Equipo de Computación	18.000.000,00	
Construcciones y edificación	50.000.000,00	
Depreciación Acumulada	<u>-6.100.000,00</u>	
Diferidos		0
Recolección de información	<u>0,00</u>	
Intangibles		1.500.000
Diseño y programación	<u>1.500.000,00</u>	
TOTAL ACTIVO		<u>81.042.141</u>
PASIVO		
Corriente		15.102.853
obligaciones Financieras	0,00	
Impuestos por pagar	14.470.789	
Retenciones por pagar	632.063,25	
TOTAL PASIVO		15.102.853
PATRIMONIO		65.939.289
Capital Social	24.608.133	

Reserva Legal	18.591.344	
Utilidad del Ejercicio	22.739.812	
Utilidad de Ejercicios anteriores	-	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>81.042.141</u>

**BALANCE GENERAL
AÑO 7**

ACTIVO		
Corriente		73.362.000
Caja	7.336.200	
General Neiva	7.336.200	
Bancos	66.025.800	
Ganadero - Neiva Cta Cte.	<u>66.025.800</u>	
Propiedad Planta y Equipo		55.800.000
Equipo de Computación	18.000.000,00	
Construcciones y edificación	50.000.000,00	
Depreciación Acumulada	<u>-12.200.000,00</u>	
Diferidos		0
Recolección de información	<u>0,00</u>	
Intangibles		1.500.000
Diseño y programación	<u>1.500.000,00</u>	
TOTAL ACTIVO		<u>130.662.000</u>
PASIVO		
Corriente		31.358.508
obligaciones Financieras	0,00	
Impuestos por pagar	30.209.854	

Retenciones por pagar	1.148.653,41	
TOTAL PASIVO		31.358.508

PATRIMONIO		99.303.492
-------------------	--	-------------------

Capital Social	24.608.133	
Reserva Legal	27.222.731	
Utilidad del Ejercicio	47.472.628	
Utilidad de Ejercicios anteriores	-	

TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>130.662.000</u>
----------------------------------	--	---------------------------

**BALANCE GENERAL
AÑO 8**

ACTIVO		
---------------	--	--

Corriente		21.173.108
------------------	--	-------------------

Caja	2.117.311	
General Neiva	2.117.311	

Bancos	19.055.798	
Ganadero - Neiva Cta Cte.	<u>19.055.798</u>	

Propiedad Planta y Equipo		57.700.000
----------------------------------	--	-------------------

Equipo de Computación	28.000.000,00	
Construcciones y edificac.	50.000.000,00	
Depreciación Acumulada	<u>-20.300.000,00</u>	

Diferidos		0
------------------	--	----------

Recolección de información	<u>0,00</u>	
----------------------------	-------------	--

Intangibles		1.500.000
--------------------	--	------------------

Diseño y programación	<u>1.500.000,00</u>	
-----------------------	---------------------	--

TOTAL ACTIVO		<u>80.373.108</u>
---------------------	--	--------------------------

PASIVO		
---------------	--	--

Corriente		10.773.742
------------------	--	-------------------

obligaciones Financieras	0,00	
Impuestos por pagar	9.567.655	
Retenciones por pagar	1.206.086,08	
TOTAL PASIVO		10.773.742
PATRIMONIO		69.599.367
Capital Social	24.608.133	
Reserva Legal	29.409.624	
Utilidad del Ejercicio	15.581.610	
Utilidad de Ejercicios anteriores	-	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>80.373.108</u>

BALANCE GENERAL AÑO 9

ACTIVO		
Corriente		107.818.171
Caja	10.781.817	
General Neiva	10.781.817	
Bancos	97.036.354	
Ganadero - Neiva Cta Cte.	<u>97.036.354</u>	
Propiedad Planta y Equipo		49.600.000
Equipo de Computación	28.000.000,00	
Construcciones y edificac.	50.000.000,00	
Depreciación Acumulada	<u>-28.400.000,00</u>	
Diferidos		0
Recolección de información	<u>0,00</u>	
Intangibles		1.500.000
Diseño y programación	<u>1.500.000,00</u>	
TOTAL ACTIVO		<u>158.918.171</u>

PASIVO		
Corriente		37.538.299
obligaciones Financieras	0,00	
Impuestos por pagar	36.271.908	
Retenciones por pagar	1.266.390,38	
TOTAL PASIVO		37.538.299
PATRIMONIO		121.379.872
Capital Social	24.608.133	
Reserva Legal	29.409.624	
Utilidad del Ejercicio	67.362.115	
Utilidad de Ejercicios anteriores	-	
		<hr/>
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>158.918.171</u>

**BALANCE GENERAL
AÑO 10**

ACTIVO		
Corriente		145.123.869
Caja	14.512.387	
General Neiva	14.512.387	
Bancos	130.611.483	
Ganadero - Neiva Cta Cte.	<u>130.611.483</u>	
Propiedad Planta y Equipo		65.500.000
Equipo de Computación	58.000.000,00	
Construcciones y edificación	50.000.000,00	
Depreciación Acumulada	<u>-42.500.000,00</u>	
Diferidos		0
Recolección de información	<u>0,00</u>	
Intangibles		1.500.000
Diseño y programación	<u>1.500.000,00</u>	

TOTAL ACTIVO		<u>212.123.869</u>
PASIVO		
Corriente		56.201.451
obligaciones Financieras	0,00	
Impuestos por pagar	54.871.741	
Retenciones por pagar	1.329.709,90	
TOTAL PASIVO		56.201.451
PATRIMONIO		155.922.419
Capital Social	24.608.133	
Reserva Legal	29.409.624	
Utilidad del Ejercicio	101.904.662	
Utilidad de Ejercicios anteriores	-	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>212.123.869</u>

ESTADO DE RESULTADOS ECONOMICOS**AÑO 1**

VENTAS		90.130.000,00
Adsense	45.000.000,00	
E-mail	5.130.000,00	
Conferencias virtuales	40.000.000,00	
COSTO DE VENTAS		(1.680.000,00)
Costo de producción y Ventas		
Costos ventas	1.680.000	
UTILIDAD BRUTA		88.450.000
GASTOS		101.237.601,91
Administración y Ventas	101.237.601,91	
SERVICIOS PERSONAL	74.737.601,91	
SERVICIOS PROFESIONALES	10.000.000,00	
SERVICIOS PUBLICOS	4.800.000,00	
ARRENDAMIENTOS	3.600.000,00	
DEPRECIACIONES	1.600.000,00	
AMORTIZACIONES	500.000,00	
PUBLICIDAD	6.000.000,00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO		(12.787.601,91)
PROVISION PARA IMPUESTO 35% - SOBRE OTROS INGRESOS		283.500,00
RESERVA LEGAL DEL 10%		-
UTLIDADES A DISTRIBUIR		<u>(13.071.101,91)</u>

ESTADO DE RESULTADOS ECONOMICOS

AÑO 2

VENTAS		117.169.000,00
Adsense	58.500.000,00	
E-mail	6.669.000,00	
Conferencias virtuales	52.000.000,00	
COSTO DE VENTAS		(1.747.200,00)
Costo de producción y Ventas		
Costos ventas	1.747.200	
UTILIDAD BRUTA		115.421.800
GASTOS		113.394.482,01
Administración y Ventas	113.394.482,01	
SERVICIOS PERSONALES	78.474.482,01	
SERVICIOS PROFESIONALES	12.000.000,00	
SERVICIOS PUBLICOS	5.040.000,00	
ARRENDAMIENTOS	3.780.000,00	
DEPRECIACIONES	1.600.000,00	
AMORTIZACIONES	500.000,00	
PUBLICIDAD	12.000.000,00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO		2.027.317,99
PROVISION PARA IMPUESTO 35% - SOBRE OTROS INGRESOS		242.277,65
RESERVA LEGAL DEL 10%		-
UTILIDADES A DISTRIBUIR		<u>1.785.040,34</u>

ESTADO DE RESULTADOS ECONOMICOS

AÑO 3

VENTAS		152.319.700,00
Adsense	76.050.000,00	
E-mail	8.669.700,00	
Conferencias virtuales	67.600.000,00	
COSTO DE VENTAS		(1.817.088,00)
Costo de producción y Ventas		
Costos ventas	1.817.088	
UTILIDAD BRUTA		150.502.612

GASTOS		126.159.206,11
Administración y Ventas	126.159.206,11	
SERVICIOS PERSONALES	82.398.206,11	
SERVICIOS PROFESIONALES	14.400.000,00	
SERVICIOS PUBLICOS	5.292.000,00	
ARRENDAMIENTOS	3.969.000,00	
DEPRECIACIONES	1.600.000,00	
AMORTIZACIONES	500.000,00	
PUBLICIDAD	18.000.000,00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO		24.343.405,89
PROVISION PARA IMPUESTO 35% - SOBRE OTROS INGRESOS		279.763,50
RESERVA LEGAL DEL 10%		-
UTILIDADES A DISTRIBUIR		<u>24.063.642,39</u>

ESTADO DE RESULTADOS ECONOMICOS
AÑO 4

VENTAS		198.015.610,00
Adsense	98.865.000,00	
E-mail	11.270.610,00	
Conferencias virtuales	87.880.000,00	
COSTO DE VENTAS		(1.889.771,52)
Costo de producción y Ventas		
Costos ventas	1.889.772	
UTILIDAD BRUTA		196.125.838
GASTOS		142.622.166,41
Administración y Ventas	142.622.166,41	
SERVICIOS PERSONALES	86.518.116,41	
SERVICIOS PROFESIONALES	17.280.000,00	
SERVICIOS PUBLICOS	5.556.600,00	
ARRENDAMIENTOS	4.167.450,00	
DEPRECIACIONES	1.600.000,00	
AMORTIZACIONES	500.000,00	
PUBLICIDAD	27.000.000,00	

UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO	53.503.672,07
PROVISION PARA IMPUESTO 35% - SOBRE OTROS INGRESOS	18.726.285,22
RESERVA LEGAL DEL 10%	5.350.367,21
UTILIDADES A DISTRIBUIR	<u>29.427.019,64</u>

ESTADO DE RESULTADOS ECONOMICOS
AÑO 5

VENTAS		257.420.293,00
Adsense	128.524.500,00	
E-mail	14.651.793,00	
Conferencias virtuales	114.244.000,00	
COSTO DE VENTAS		(1.965.362,38)
Costo de producción y Ventas		
Costos ventas	1.965.362	
UTILIDAD BRUTA		255.454.931
GASTOS		164.390.274,73
Administración y Ventas	164.390.274,73	
SERVICIOS PERSONALES	90.844.022,23	
SERVICIOS PROFESIONALES	20.736.000,00	
SERVICIOS PUBLICOS	5.834.430,00	
ARRENDAMIENTOS	4.375.822,50	
DEPRECIACIONES	1.600.000,00	
AMORTIZACIONES	500.000,00	
PUBLICIDAD	40.500.000,00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO		91.064.655,89
PROVISION PARA IMPUESTO 35% - SOBRE OTROS INGRESOS		31.872.629,56
RESERVA LEGAL DEL 10%		9.106.465,59
UTILIDADES A DISTRIBUIR		<u>50.085.560,74</u>

ESTADO DE RESULTADOS ECONOMICOS

AÑO 6

VENTAS		334.646.380,90
Adsense	167.081.850,00	
E-mail	19.047.330,90	
Conferencias virtuales	148.517.200,00	
COSTO DE VENTAS		(2.043.976,88)
Costo de producción y Ventas		
Costos ventas	2.043.977	
UTILIDAD BRUTA		332.602.404
GASTOS		291.257.291,69
Administración y Ventas	291.257.291,69	
SERVICIOS PERSONALES	190.772.446,69	
SERVICIOS PROFESIONALES	24.883.200,00	
SERVICIOS PUBLICOS	8.751.645,00	
ARRENDAMIENTOS	-	
DEPRECIACIONES	6.100.000,00	
AMORTIZACIONES	-	
PUBLICIDAD	60.750.000,00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO		41.345.112,33
PROVISION PARA IMPUESTO 35% - SOBRE OTROS INGRESOS		14.470.789,32
RESERVA LEGAL DEL 10%		4.134.511,23
UTILIDADES A DISTRIBUIR		<u>22.739.811,78</u>

ESTADO DE RESULTADOS ECONOMICOS

AÑO 7

VENTAS		435.040.295,17
Adsense	217.206.405,00	
E-mail	24.761.530,17	
Conferencias virtuales	193.072.360,00	
COSTO DE VENTAS		(2.125.735,95)
Costo de producción y Ventas		
Costos ventas	2.125.736	

UTILIDAD BRUTA		432.914.559
GASTOS		346.600.689,73
Administración y Ventas	346.600.689,73	
SERVICIOS PERSONALES	210.326.622,48	
SERVICIOS PROFESIONALES	29.859.840,00	
SERVICIOS PUBLICOS	9.189.227,25	
ARRENDAMIENTOS	-	
DEPRECIACIONES	6.100.000,00	
AMORTIZACIONES	-	
PUBLICIDAD	91.125.000,00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO		86.313.869,49
PROVISION PARA IMPUESTO 35% - SOBRE OTROS INGRESOS		30.209.854,32
RESERVA LEGAL DEL 10%		8.631.386,95
UTILIDADES A DISTRIBUIR		<u>47.472.628,22</u>

ESTADO DE RESULTADOS ECONOMICOS
AÑO 8

VENTAS		565.552.383,72
Adsense	282.368.326,50	
E-mail	32.189.989,22	
Conferencias virtuales	250.994.068,00	
COSTO DE VENTAS		(2.210.765,39)
Costo de producción y Ventas		
Costos ventas	2.210.765	
UTILIDAD BRUTA		563.341.618
GASTOS		536.005.459,93
Administración y Ventas	536.005.459,93	
SERVICIOS PERSONALES	331.264.430,40	
SERVICIOS PROFESIONALES	35.831.808,00	
SERVICIOS PUBLICOS	24.121.721,53	
ARRENDAMIENTOS	-	

DEPRECIACIONES	8.100.000,00	
AMORTIZACIONES	-	
PUBLICIDAD	136.687.500,00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO		27.336.158,40
PROVISION PARA IMPUESTO 35% - SOBRE OTROS INGRESOS		9.567.655,44
RESERVA LEGAL DEL 10%		2.186.892,67
UTILIDADES A DISTRIBUIR		<u>15.581.610,29</u>

ESTADO DE RESULTADOS ECONOMICOS

AÑO 9

VENTAS			735.218.098,84
Adsense	367.078.824,45		
E-mail	41.846.985,99		
Conferencias virtuales	326.292.288,40		
COSTO DE VENTAS			(2.299.196,00)
Costo de producción y Ventas			
Costos ventas		2.299.196	
UTILIDAD BRUTA			732.918.903
GASTOS			629.284.879,13
Administración y Ventas		629.284.879,13	
SERVICIOS PERSONALES	347.827.651,92		
SERVICIOS PROFESIONALES	42.998.169,60		
SERVICIOS PUBLICOS	25.327.807,61		
ARRENDAMIENTOS	-		
DEPRECIACIONES	8.100.000,00		
AMORTIZACIONES	-		
PUBLICIDAD	205.031.250,00		
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO			103.634.023,70
PROVISION PARA IMPUESTO 35% - SOBRE OTROS INGRESOS			36.271.908,30
RESERVA LEGAL DEL 10%			-
UTILIDADES A DISTRIBUIR			<u>67.362.115,41</u>

ESTADO DE RESULTADOS ECONOMICOS

AÑO 10

VENTAS		955.783.528,49
Adsense	477.202.471,79	
E-mail	54.401.081,78	
Conferencias virtuales	424.179.974,92	
COSTO DE VENTAS		(2.391.163,84)
Costo de producción y Ventas		
Costos ventas	2.391.164	
UTILIDAD BRUTA		953.392.365
GASTOS		797.115.961,75
Administración y Ventas	797.115.961,75	
SERVICIOS PERSONALES	383.479.986,24	
SERVICIOS PROFESIONALES	51.597.803,52	
SERVICIOS PUBLICOS	39.891.296,98	
ARRENDAMIENTOS	-	
DEPRECIACIONES	14.100.000,00	
AMORTIZACIONES	-	
PUBLICIDAD	307.546.875,00	
GATOS FINANCIEROS	500.000,00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO		156.276.402,90
PROVISION PARA IMPUESTO 35% - SOBRE OTROS INGRESOS		54.871.741,01
RESERVA LEGAL DEL 10%		-
UTILIDADES A DISTRIBUIR		<u>101.404.661,88</u>

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO AÑO

INGRESOS	
Saldo Inicial	12.608.133
TOTAL INGRESOS	90.130.000
EGRESOS	
GASTOS	100.334.269
GASTOS FINANCIEROS	
AMORTIZACION CREDITO	
PAGO DE IMPUESTO	
COMPRA ACTIVOS FIJOS	
COMPRA DE OFICINA	
PAGO DIVIDENDOS	
PAGO UTILIDADES RETENIDAS	
COMPRA DE EQUIPO	
PUBLICIDAD	
	0
TOTAL EGRESOS	100.334.269
SALDO FINAL EN CAJA	2.403.864
CONSIGNACION BANCOS	2.163.478

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO AÑO

INGRESOS	
Saldo Inicial	2.403.864
TOTAL INGRESOS	117.169.000
EGRESOS	

GASTOS	112.521.682
GASTOS FINANCIEROS	
AMORTIZACION CREDITO	
PAGO DE IMPUESTO	283.500
COMPRA ACTIVOS FIJOS	
COMPRA DE OFICINA	0
PAGO DIVIDENDOS	
PAGO RETENCIONES	483.333
PAGO UTILIDADES RETENIDAS	
COMPRA DE EQUIPO	
PUBLICIDAD	0
	0
TOTAL EGRESOS	113.288.515
SALDO FINAL EN CAJA	6.284.349
CONSIGNACION BANCOS	5.655.914

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO AÑO

INGRESOS	
Saldo Inicial	6.284.349
TOTAL INGRESOS	152.319.700
EGRESOS	
GASTOS	125.330.294
GASTOS FINANCIEROS	0
AMORTIZACION CREDITO	0
PAGO DE IMPUESTO	242.278
COMPRA ACTIVOS FIJOS	
COMPRA DE OFICINA	0
PAGO RETENCIONES	520.000
PAGO DIVIDENDOS	
COMPRA DE EQUIPO	
PUBLICIDAD	0
	0
TOTAL EGRESOS	126.092.572

SALDO FINAL EN CAJA	32.511.477
CONSIGNACION BANCOS	29.260.330

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO AÑO

INGRESOS	
Saldo Inicial	32.511.477
TOTAL INGRESOS	198.015.610
EGRESOS	
GASTOS	141.838.638
GASTOS FINANCIEROS	0
AMORTIZACION CREDITO	0
PAGO DE IMPUESTO	279.763
COMPRA ACTIVOS FIJOS	
COMPRA DE OFICINA	0
PAGO DIVIDENDOS	
PAGO RETENCIONES	546.000
PAGO UTILIDADES RETENIDAS	
COMPRA DE EQUIPO	
PUBLICIDAD	0
	0
TOTAL EGRESOS	142.664.401
SALDO FINAL EN CAJA	87.862.686
CONSIGNACION BANCOS	79.076.417

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO AÑO

--	--

INGRESOS

Saldo Inicial 87.862.686

TOTAL INGRESOS 257.420.293

EGRESOS

GASTOS 163.653.672

GASTOS FINANCIEROS 0

AMORTIZACION CREDITO 0

PAGO DE IMPUESTO 18.726.285

COMPRA ACTIVOS FIJOS

COMPRA DE OFICINA 0

PAGO DIVIDENDOS 29.427.020

PAGO RETENCIONES 573.300

PAGO UTILIDADES RETENIDAS 12.777.580,82

COMPRA DE EQUIPO

PUBLICIDAD 0

0

TOTAL EGRESOS 225.157.858

SALDO FINAL EN CAJA 120.125.121

CONSIGNACION BANCOS 108.112.609

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO AÑO

--	--

INGRESOS

Saldo Inicial 120.125.121

TOTAL INGRESOS 334.646.381

EGRESOS

GASTOS 286.569.205

GASTOS FINANCIEROS	0
AMORTIZACION CREDITO	0
PAGO DE IMPUESTO	31.872.630
COMPRA ACTIVOS FIJOS	18.000.000
COMPRA DE OFICINA	50.000.000
PAGO DIVIDENDOS	50.085.561
PAGO RETENCIONES	601.965
PAGO UTILIDADES RETENIDAS	
COMPRA DE EQUIPO	
PUBLICIDAD	0
	0
TOTAL EGRESOS	437.129.361
SALDO FINAL EN CAJA	17.642.141
CONSIGNACION BANCOS	15.877.927

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO AÑO

INGRESOS	
Saldo Inicial	17.642.141
TOTAL INGRESOS	435.040.295
EGRESOS	
GASTOS	341.477.772
GASTOS FINANCIEROS	0
AMORTIZACION CREDITO	0
PAGO DE IMPUESTO	14.470.789
COMPRA ACTIVOS FIJOS	0
COMPRA DE OFICINA	0
PAGO DIVIDENDOS	22.739.812
PAGO RETENCIONES	632.063
PAGO UTILIDADES RETENIDAS	
COMPRA DE EQUIPO	
PUBLICIDAD	0
	0
TOTAL EGRESOS	379.320.437

SALDO FINAL EN CAJA	73.362.000
CONSIGNACION BANCOS	66.025.800

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO AÑO

INGRESOS	
Saldo Inicial	73.362.000
TOTAL INGRESOS	565.552.384
EGRESOS	
GASTOS	528.910.139
GASTOS FINANCIEROS	0
AMORTIZACION CREDITO	0
PAGO DE IMPUESTO	30.209.854
COMPRA ACTIVOS FIJOS	10.000.000
COMPRA DE OFICINA	0
PAGO DIVIDENDOS	47.472.628
PAGO RETENCIONES	1.148.653
PAGO UTILIDADES RETENIDAS	
COMPRA DE EQUIPO	
PUBLICIDAD	0
	0
TOTAL EGRESOS	617.741.275
SALDO FINAL EN CAJA	21.173.108
CONSIGNACION BANCOS	19.055.798

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO AÑO

--	--

INGRESOS	
Saldo Inicial	21.173.108
TOTAL INGRESOS	735.218.099
EGRESOS	
GASTOS	622.217.685
GASTOS FINANCIEROS	0
AMORTIZACION CREDITO	0
PAGO DE IMPUESTO	9.567.655
COMPRA ACTIVOS FIJOS	0
COMPRA DE OFICINA	0
PAGO DIVIDENDOS	15.581.610
PAGO RETENCIONES	1.206.086
PAGO UTILIDADES RETENIDAS	
COMPRA DE EQUIPO	
PUBLICIDAD	0
	0
TOTAL EGRESOS	648.573.037
SALDO FINAL EN CAJA	107.818.171
CONSIGNACION BANCOS	97.036.354

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO AÑO

INGRESOS	
Saldo Inicial	107.818.171
TOTAL INGRESOS	955.783.528
EGRESOS	
GASTOS	783.577.416
GASTOS FINANCIEROS	0
AMORTIZACION CREDITO	0
PAGO DE IMPUESTO	36.271.908
COMPRA ACTIVOS FIJOS	30.000.000
COMPRA DE OFICINA	0
PAGO DIVIDENDOS	67.362.115

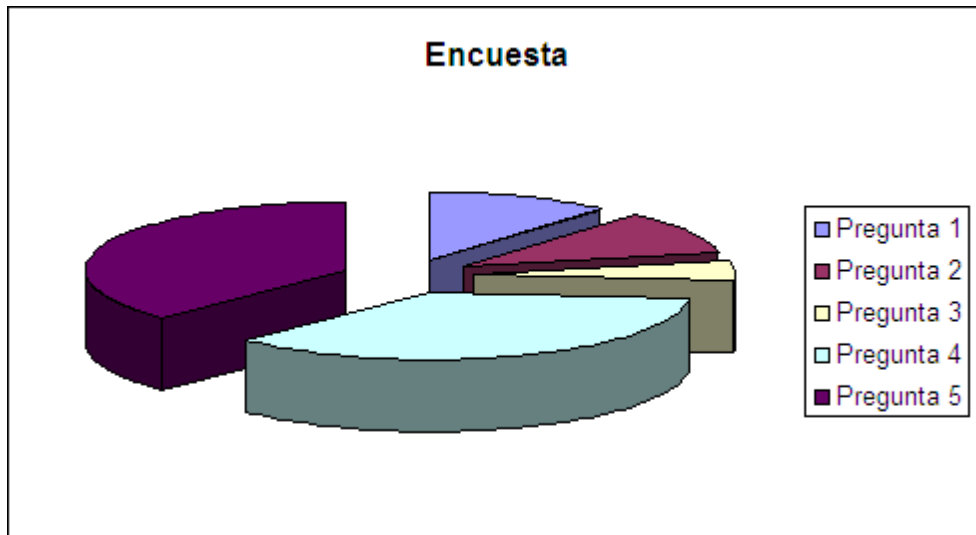
PAGO RETENCIONES	1.266.390
PAGO UTILIDADES RETENIDAS	0
COMPRA DE EQUIPO	0
PUBLICIDAD	0
TOTAL EGRESOS	918.477.830
SALDO FINAL EN CAJA	145.123.869
CONSIGNACION BANCOS	130.611.483

ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO

1. Encuentra con facilidad en Internet información relacionada con su área y temas de su interés? SI_____ NO_____
2. Encuentra varias opciones o fuentes de información a la hora de consultar? SI_____ NO_____
3. Encuentra en un solo sitio la información que requiere? SI_____ NO_____
4. Considera que es positivo un sitio Web en el que se ofrezca además de la información de su área o especialidad, información complementaria? SI_____ NO_____
5. Le gustaría encontrar un sitio Web en el que puede expresar su opinión y compartir sus experiencias con otros colegas suyos? SI_____ NO_____

Resultados de la encuesta

PREGUNTA	SI	NO
Pregunta 1	30%	70%
Pregunta 2	28%	72%
Pregunta 3	12%	88%
Pregunta 4	96%	4%
Pregunta 5	100%	0%



LEY 527 DE 1999

(Agosto 18)

Diario Oficial No. 43.673, de 21 de agosto 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.

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

PARTE I.

PARTE GENERAL

CAPITULO I.

DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1o. AMBITO DE APLICACION. La presente ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos, salvo en los siguientes casos:

- a) En las obligaciones contraídas por el Estado colombiano en virtud de convenios o tratados internacionales;
- b) En las advertencias escritas que por disposición legal deban ir necesariamente impresas en cierto tipo de productos en razón al riesgo que implica su comercialización, uso o consumo.

ARTICULO 2o. DEFINICIONES. Para los efectos de la presente ley se entenderá por:

- a) Mensaje de datos. La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax;
- b) Comercio electrónico. Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones:

toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera;

c) Firma digital. Se entenderá como un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos y que, utilizando un procedimiento matemático conocido, vinculado a la clave del iniciador y al texto del mensaje permite determinar que este valor se ha obtenido exclusivamente con la clave del iniciador y que el mensaje inicial no ha sido modificado después de efectuada la transformación;

d) Entidad de Certificación. Es aquella persona que, autorizada conforme a la presente ley, está facultada para emitir certificados en relación con las firmas digitales de las personas, ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico de la transmisión y recepción de mensajes de datos, así como cumplir otras funciones relativas a las comunicaciones basadas en las firmas digitales;

e) Intercambio Electrónico de Datos (EDI). La transmisión electrónica de datos de una computadora a otra, que está estructurada bajo normas técnicas convenidas al efecto;

f) Sistema de Información. Se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos.

ARTICULO 3o. INTERPRETACION. En la interpretación de la presente ley habrán de tenerse en cuenta su origen internacional, la necesidad de promover la uniformidad de su aplicación y la observancia de la buena fe.

Las cuestiones relativas a materias que se rijan por la presente ley y que no estén expresamente resueltas en ella, serán dirimidas de conformidad con los principios generales en que ella se inspira.

ARTICULO 4o. MODIFICACION MEDIANTE ACUERDO. Salvo que se disponga otra cosa, en las relaciones entre partes que generan, envían, reciben, archivan o procesan de alguna otra forma mensajes de datos, las disposiciones del Capítulo III, Parte I, podrán ser modificadas mediante acuerdo.

ARTICULO 5o. RECONOCIMIENTO JURIDICO DE LOS MENSAJES DE DATOS. No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a todo tipo de información por la sola razón de que esté en forma de mensaje de datos.

CAPITULO II.

APLICACIÓN DE LOS REQUISITOS JURÍDICOS DE LOS MENSAJES DE DATOS

ARTICULO 6o. ESCRITO. Cuando cualquier norma requiera que la información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos, si la información que éste contiene es accesible para su posterior consulta.

Lo dispuesto en este artículo se aplicará tanto si el requisito establecido en cualquier norma constituye una obligación, como si las normas prevén consecuencias en el caso de que la información no conste por escrito.

ARTICULO 7o. FIRMA. Cuando cualquier norma exija la presencia de una firma o establezca ciertas consecuencias en ausencia de la misma, en relación con un mensaje de datos, se entenderá satisfecho dicho requerimiento si:

- a) Se ha utilizado un método que permita identificar al iniciador de un mensaje de datos y para indicar que el contenido cuenta con su aprobación;
- b) Que el método sea tanto confiable como apropiado para el propósito por el cual el mensaje fue generado o comunicado.

Lo dispuesto en este artículo se aplicará tanto si el requisito establecido en cualquier norma constituye una obligación, como si las normas simplemente prevén consecuencias en el caso de que no exista una firma.

ARTICULO 8o. ORIGINAL. Cuando cualquier norma requiera que la información sea presentada y conservada en su forma original, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos, si:

- a) Existe alguna garantía confiable de que se ha conservado la integridad de la información, a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, como mensaje de datos o en alguna otra forma;
- b) De requerirse que la información sea presentada, si dicha información puede ser mostrada a la persona que se deba presentar.

Lo dispuesto en este artículo se aplicará tanto si el requisito establecido en cualquier norma constituye una obligación, como si las normas simplemente prevén consecuencias en el caso de que la información no sea presentada o conservada en su forma original.

ARTICULO 9o. INTEGRIDAD DE UN MENSAJE DE DATOS. Para efectos del artículo anterior, se considerará que la información consignada en un mensaje de datos es íntegra, si ésta ha permanecido completa e inalterada, salvo la adición de algún endoso o de algún cambio que sea inherente al proceso de comunicación, archivo o presentación. El grado de confiabilidad requerido, será determinado a la luz de los fines para los que se generó la información y de todas las circunstancias relevantes del caso.

ARTICULO 10. ADMISIBILIDAD Y FUERZA PROBATORIA DE LOS MENSAJES DE DATOS. Los mensajes de datos serán admisibles como medios de prueba y su fuerza probatoria es la otorgada en las disposiciones del Capítulo VIII del Título XIII, Sección Tercera, Libro Segundo del Código de Procedimiento Civil.

En toda actuación administrativa o judicial, no se negará eficacia, validez o fuerza obligatoria y probatoria a todo tipo de información en forma de un mensaje de datos, por el sólo hecho que se trate de un mensaje de datos o en razón de no haber sido presentado en su forma original.

ARTICULO 11. CRITERIO PARA VALORAR PROBATORIAMENTE UN MENSAJE DE DATOS. Para la valoración de la fuerza probatoria de los mensajes de datos a que se refiere esta ley, se tendrán en cuenta las reglas de la sana crítica y demás criterios reconocidos legalmente para la apreciación de las

pruebas. Por consiguiente habrán de tenerse en cuenta: la confiabilidad en la forma en la que se haya generado, archivado o comunicado el mensaje, la confiabilidad en la forma en que se haya conservado la integridad de la información, la forma en la que se identifique a su iniciador y cualquier otro factor pertinente.

ARTICULO 12. CONSERVACION DE LOS MENSAJES DE DATOS Y DOCUMENTOS. Cuando la ley requiera que ciertos documentos, registros o informaciones sean conservados, ese requisito quedará satisfecho, siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

1. Que la información que contengan sea accesible para su posterior consulta.
2. Que el mensaje de datos o el documento sea conservado en el formato en que se haya generado, enviado o recibido o en algún formato que permita demostrar que reproduce con exactitud la información generada, enviada o recibida, y
3. Que se conserve, de haber alguna, toda información que permita determinar el origen, el destino del mensaje, la fecha y la hora en que fue enviado o recibido el mensaje o producido el documento.

No estará sujeta a la obligación de conservación, la información que tenga por única finalidad facilitar el envío o recepción de los mensajes de datos.

Los libros y papeles del comerciante podrán ser conservados en cualquier medio técnico que garantice su reproducción exacta.

ARTICULO 13. CONSERVACIÓN DE MENSAJES DE DATOS Y ARCHIVO DE DOCUMENTOS A TRAVÉS DE TERCEROS. El cumplimiento de la obligación de conservar documentos, registros o informaciones en mensajes de datos, se podrá realizar directamente o a través de terceros, siempre y cuando se cumplan las condiciones enunciadas en el artículo anterior.

<Jurisprudencia Vigencia>

CAPITULO III.

COMUNICACIÓN DE LOS MENSAJES DE DATOS

ARTICULO 14. FORMACIÓN Y VALIDEZ DE LOS CONTRATOS. En la formación del contrato, salvo acuerdo expreso entre las partes, la oferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de un mensaje de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación uno o más mensajes de datos.

ARTICULO 15. RECONOCIMIENTO DE LOS MENSAJES DE DATOS POR LAS PARTES. En las relaciones entre el iniciador y el destinatario de un mensaje de datos, no se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a una manifestación de voluntad u otra declaración por la sola razón de haberse hecho en forma de mensaje de datos.

ARTICULO 16. ATRIBUCION DE UN MENSAJE DE DATOS. Se entenderá que un mensaje de datos proviene del iniciador, cuando éste ha sido enviado por:

1. El propio iniciador.
2. Por alguna persona facultada para actuar en nombre del iniciador respecto de ese mensaje, o
3. Por un sistema de información programado por el iniciador o en su nombre para que opere automáticamente.

ARTICULO 17. PRESUNCION DEL ORIGEN DE UN MENSAJE DE DATOS. Se presume que un mensaje de datos ha sido enviado por el iniciador, cuando:

1. Haya aplicado en forma adecuada el procedimiento acordado previamente con el iniciador, para establecer que el mensaje de datos provenía efectivamente de éste, o
2. El mensaje de datos que reciba el destinatario resulte de los actos de una persona cuya relación con el iniciador, o con algún mandatario suyo, le haya dado acceso a algún método utilizado por el iniciador para identificar un mensaje de datos como propio.

ARTICULO 18. CONCORDANCIA DEL MENSAJE DE DATOS ENVIADO CON EL MENSAJE DE DATOS RECIBIDO. Siempre que un mensaje de datos provenga del iniciador o que se entienda que proviene de él, o siempre que el destinatario tenga derecho a actuar con arreglo a este supuesto, en las relaciones entre el iniciador y el destinatario, este último tendrá derecho a considerar que el mensaje de datos recibido corresponde al que quería enviar el iniciador, y podrá proceder en consecuencia.

El destinatario no gozará de este derecho si sabía o hubiera sabido, de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que la transmisión había dado lugar a un error en el mensaje de datos recibido.

ARTICULO 19. MENSAJES DE DATOS DUPLICADOS. Se presume que cada mensaje de datos recibido es un mensaje de datos diferente, salvo en la medida en que duplique otro mensaje de datos, y que el destinatario sepa, o debiera saber, de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que el nuevo mensaje de datos era un duplicado.

ARTICULO 20. ACUSE DE RECIBO. Si al enviar o antes de enviar un mensaje de datos, el iniciador solicita o acuerda con el destinatario que se acuse recibo del mensaje de datos, pero no se ha acordado entre éstos una forma o método determinado para efectuarlo, se podrá acusar recibo mediante:

- a) Toda comunicación del destinatario, automatizada o no, o
- b) Todo acto del destinatario que baste para indicar al iniciador que se ha recibido el mensaje de datos.

Si el iniciador ha solicitado o acordado con el destinatario que se acuse recibo del mensaje de datos, y expresamente aquél ha indicado que los efectos del mensaje de datos estarán condicionados a la recepción de un acuse de recibo, se considerará que el mensaje de datos no ha sido enviado en tanto que no se haya recepcionado el acuse de recibo.

ARTICULO 21. PRESUNCIÓN DE RECEPCIÓN DE UN MENSAJE DE DATOS. Cuando el iniciador recepcione acuse recibo del destinatario, se presumirá que éste ha recibido el mensaje de datos.

Esa presunción no implicará que el mensaje de datos corresponda al mensaje recibido. Cuando en el acuse de recibo se indique que el mensaje de datos recepcionado cumple con los requisitos técnicos convenidos o enunciados en alguna norma técnica aplicable, se presumirá que ello es así.

ARTICULO 22. EFECTOS JURÍDICOS. Los artículos 20 y 21 únicamente rigen los efectos relacionados con el acuse de recibo. Las consecuencias jurídicas del mensaje de datos se regirán conforme a las normas aplicables al acto o negocio jurídico contenido en dicho mensaje de datos.

ARTICULO 23. TIEMPO DEL ENVÍO DE UN MENSAJE DE DATOS. De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido cuando ingrese en un sistema de información que no esté bajo control del iniciador o de la persona que envió el mensaje de datos en nombre de éste.

ARTICULO 24. TIEMPO DE LA RECEPCIÓN DE UN MENSAJE DE DATOS. De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el momento de la recepción de un mensaje de datos se determinará como sigue:

a) Si el destinatario ha designado un sistema de información para la recepción de mensaje de datos, la recepción tendrá lugar:

1. En el momento en que ingrese el mensaje de datos en el sistema de información designado; o

2. De enviarse el mensaje de datos a un sistema de información del destinatario que no sea el sistema de información designado, en el momento en que el destinatario recupere el mensaje de datos;

b) Si el destinatario no ha designado un sistema de información, la recepción tendrá lugar cuando el mensaje de datos ingrese a un sistema de información del destinatario.

Lo dispuesto en este artículo será aplicable aun cuando el sistema de información esté ubicado en lugar distinto de donde se tenga por recibido el mensaje de datos conforme al artículo siguiente.

ARTICULO 25. LUGAR DEL ENVÍO Y RECEPCIÓN DEL MENSAJE DE DATOS.

De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido en el lugar donde el iniciador tenga su establecimiento y por recibido en el lugar donde el destinatario tenga el suyo. Para los fines del presente artículo:

- a) Si el iniciador o destinatario tienen más de un establecimiento, su establecimiento será el que guarde una relación más estrecha con la operación subyacente o, de no haber una operación subyacente, su establecimiento principal;
- b) Si el iniciador o el destinatario no tienen establecimiento, se tendrá en cuenta su lugar de residencia habitual.

PARTE II.

COMERCIO ELECTRÓNICO EN MATERIA DE TRANSPORTE DE MERCANCÍAS

ARTICULO 26. ACTOS RELACIONADOS CON LOS CONTRATOS DE

TRANSPORTE DE MERCANCÍAS. Sin perjuicio de lo dispuesto en la parte I de la

presente ley, este capítulo será aplicable a cualquiera de los siguientes actos que guarde relación con un contrato de transporte de mercancías, o con su cumplimiento, sin que la lista sea taxativa:

- a) I. Indicación de las marcas, el número, la cantidad o el peso de las mercancías.
II. Declaración de la naturaleza o valor de las mercancías.
III. Emisión de un recibo por las mercancías.
IV. Confirmación de haberse completado el embarque de las mercancías;
- b) I. Notificación a alguna persona de las cláusulas y condiciones del contrato.
II. Comunicación de instrucciones al transportador;
- c) I. Reclamación de la entrega de las mercancías.
II. Autorización para proceder a la entrega de las mercancías.

- III. Notificación de la pérdida de las mercancías o de los daños que hayan sufrido;
- d) Cualquier otra notificación o declaración relativas al cumplimiento del contrato;
 - e) Promesa de hacer entrega de las mercancías a la persona designada o a una persona autorizada para reclamar esa entrega;
 - f) Concesión, adquisición, renuncia, restitución, transferencia o negociación de algún derecho sobre mercancías;
 - g) Adquisición o transferencia de derechos y obligaciones con arreglo al contrato.

ARTICULO 27. DOCUMENTOS DE TRANSPORTE. Con sujeción a lo dispuesto en el inciso 3o. del presente artículo, en los casos en que la ley requiera que alguno de los actos enunciados en el artículo 26 se lleve a cabo por escrito o mediante documento emitido en papel, ese requisito quedará satisfecho cuando el acto se lleve a cabo por medio de uno o más mensajes de datos.

El inciso anterior será aplicable, tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación o si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que no se lleve a cabo el acto por escrito o mediante un documento emitido en papel.

Cuando se conceda algún derecho a una persona determinada y a ninguna otra, o ésta adquiera alguna obligación, y la ley requiera que, para que ese acto surta efecto, el derecho o la obligación hayan de transferirse a esa persona mediante el envío o utilización de un documento emitido en papel, ese requisito quedará satisfecho si el derecho o la obligación se transfiere mediante la utilización de uno o más mensajes de datos, siempre que se emplee un método confiable para garantizar la singularidad de ese mensaje o esos mensajes de datos.

Para los fines del inciso tercero, el nivel de confiabilidad requerido será determinado a la luz de los fines para los que se transfirió el derecho o la obligación y de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo pertinente.

Cuando se utilicen uno o más mensajes de datos para llevar a cabo alguno de los actos enunciados en los incisos f) y g) del artículo 26, no será válido ningún

documento emitido en papel para llevar a cabo cualquiera de esos actos, a menos que se haya puesto fin al uso de mensajes de datos para sustituirlo por el de documentos emitidos en papel. Todo documento con soporte en papel que se emita en esas circunstancias deberá contener una declaración en tal sentido. La sustitución de mensajes de datos por documentos emitidos en papel no afectará los derechos ni las obligaciones de las partes.

Cuando se aplique obligatoriamente una norma jurídica a un contrato de transporte de mercancías que esté consignado, o del que se haya dejado constancia en un documento emitido en papel, esa norma no dejará de aplicarse, a dicho contrato de transporte de mercancías del que se haya dejado constancia en uno o más mensajes de datos por razón de que el contrato conste en ese mensaje o esos mensajes de datos en lugar de constar en documentos emitidos en papel.

PARTE III.

FIRMAS DIGITALES, CERTIFICADOS Y ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN

CAPITULO I.

FIRMAS DIGITALES

ARTICULO 28. ATRIBUTOS JURÍDICOS DE UNA FIRMA DIGITAL. Cuando una firma digital haya sido fijada en un mensaje de datos se presume que el suscriptor de aquella tenía la intención de acreditar ese mensaje de datos y de ser vinculado con el contenido del mismo.

PARÁGRAFO. El uso de una firma digital tendrá la misma fuerza y efectos que el uso de una firma manuscrita, si aquélla incorpora los siguientes atributos:

1. Es única a la persona que la usa.
2. Es susceptible de ser verificada.
3. Está bajo el control exclusivo de la persona que la usa.
4. Está ligada a la información o mensaje, de tal manera que si éstos son cambiados, la firma digital es invalidada.

5. Está conforme a las reglamentaciones adoptadas por el Gobierno Nacional.

CAPITULO II.

ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN

ARTICULO 29. CARACTERÍSTICAS Y REQUERIMIENTOS DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN. Podrán ser entidades de certificación, las personas jurídicas, tanto públicas como privadas, de origen nacional o extranjero y las cámaras de comercio, que previa solicitud sean autorizadas por la Superintendencia de Industria y Comercio y que cumplan con los requerimientos establecidos por el Gobierno Nacional, con base en las siguientes condiciones:

- a) Contar con la capacidad económica y financiera suficiente para prestar los servicios autorizados como entidad de certificación;
- b) Contar con la capacidad y elementos técnicos necesarios para la generación de firmas digitales, la emisión de certificados sobre la autenticidad de las mismas y la conservación de mensajes de datos en los términos establecidos en esta ley;
- c) Los representantes legales y administradores no podrán ser personas que hayan sido condenadas a pena privativa de la libertad, excepto por delitos políticos o culposos; o que hayan sido suspendidas en el ejercicio de su profesión por falta grave contra la ética o hayan sido excluidas de aquélla. Esta inhabilidad estará vigente por el mismo período que la ley penal o administrativa señale para el efecto.

ARTICULO 30. ACTIVIDADES DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN. Las entidades de certificación autorizadas por la Superintendencia de Industria y Comercio para prestar sus servicios en el país, podrán realizar, entre otras, las siguientes actividades:

1. Emitir certificados en relación con las firmas digitales de personas naturales o jurídicas.

2. Emitir certificados sobre la verificación respecto de la alteración entre el envío y recepción del mensaje de datos.
3. Emitir certificados en relación con la persona que posea un derecho u obligación con respecto a los documentos enunciados en los literales f) y g) del artículo 26 de la presente ley.
4. Ofrecer o facilitar los servicios de creación de firmas digitales certificadas.
5. Ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico en la generación, transmisión y recepción de mensajes de datos.
6. Ofrecer los servicios de archivo y conservación de mensajes de datos.

ARTICULO 31. REMUNERACIÓN POR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS. La remuneración por los servicios de las entidades de certificación serán establecidos libremente por éstas.

ARTICULO 32. DEBERES DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN. Las entidades de certificación tendrán, entre otros, los siguientes deberes:

- a) Emitir certificados conforme a lo solicitado o acordado con el suscriptor;
- b) Implementar los sistemas de seguridad para garantizar la emisión y creación de firmas digitales, la conservación y archivo de certificados y documentos en soporte de mensaje de datos;
- c) Garantizar la protección, confidencialidad y debido uso de la información suministrada por el suscriptor;
- d) Garantizar la prestación permanente del servicio de entidad de certificación;
- e) Atender oportunamente las solicitudes y reclamaciones hechas por los suscriptores;
- f) Efectuar los avisos y publicaciones conforme a lo dispuesto en la ley;
- g) Suministrar la información que le requieran las entidades administrativas competentes o judiciales en relación con las firmas digitales y certificados emitidos y en general sobre cualquier mensaje de datos que se encuentre bajo su custodia y administración;

- h) Permitir y facilitar la realización de las auditorias por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio;
- i) Elaborar los reglamentos que definen las relaciones con el suscriptor y la forma de prestación del servicio;
- j) Llevar un registro de los certificados.

ARTICULO 33. TERMINACIÓN UNILATERAL. Salvo acuerdo entre las partes, la entidad de certificación podrá dar por terminado el acuerdo de vinculación con el suscriptor dando un preaviso no menor de noventa (90) días. Vencido este término, la entidad de certificación revocará los certificados que se encuentren pendientes de expiración.

Igualmente, el suscriptor podrá dar por terminado el acuerdo de vinculación con la entidad de certificación dando un preaviso no inferior a treinta (30) días.

ARTICULO 34. CESACIÓN DE ACTIVIDADES POR PARTE DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN. Las entidades de certificación autorizadas pueden cesar en el ejercicio de actividades, siempre y cuando hayan recibido autorización por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio.

CAPITULO III.

CERTIFICADOS

ARTICULO 35. CONTENIDO DE LOS CERTIFICADOS. Un certificado emitido por una entidad de certificación autorizada, además de estar firmado digitalmente por ésta, debe contener por lo menos lo siguiente:

1. Nombre, dirección y domicilio del suscriptor.
2. Identificación del suscriptor nombrado en el certificado.
3. El nombre, la dirección y el lugar donde realiza actividades la entidad de certificación.
4. La clave pública del usuario.

5. La metodología para verificar la firma digital del suscriptor impuesta en el mensaje de datos.
6. El número de serie del certificado.
7. Fecha de emisión y expiración del certificado.

ARTICULO 36. ACEPTACIÓN DE UN CERTIFICADO. Salvo acuerdo entre las partes, se entiende que un suscriptor ha aceptado un certificado cuando la entidad de certificación, a solicitud de éste o de una persona en nombre de éste, lo ha guardado en un repositorio.

ARTICULO 37. REVOCACIÓN DE CERTIFICADOS. El suscriptor de una firma digital certificada, podrá solicitar a la entidad de certificación que expidió un certificado, la revocación del mismo. En todo caso, estará obligado a solicitar la revocación en los siguientes eventos:

1. Por pérdida de la clave privada.
2. La clave privada ha sido expuesta o corre peligro de que se le dé un uso indebido.

Si el suscriptor no solicita la revocación del certificado en el evento de presentarse las anteriores situaciones, será responsable por las pérdidas o perjuicios en los cuales incurran terceros de buena fe exenta de culpa que confiaron en el contenido del certificado.

Una entidad de certificación revocará un certificado emitido por las siguientes razones:

1. A petición del suscriptor o un tercero en su nombre y representación.
2. Por muerte del suscriptor.
3. Por liquidación del suscriptor en el caso de las personas jurídicas.
4. Por la confirmación de que alguna información o hecho contenido en el certificado es falso.

5. La clave privada de la entidad de certificación o su sistema de seguridad ha sido comprometido de manera material que afecte la confiabilidad del certificado.
6. Por el cese de actividades de la entidad de certificación, y
7. Por orden judicial o de entidad administrativa competente.

ARTICULO 38. TERMINO DE CONSERVACIÓN DE LOS REGISTROS. Los registros de certificados expedidos por una entidad de certificación deben ser conservados por el término exigido en la ley que regule el acto o negocio jurídico en particular.

CAPITULO IV.

SUSCRIPTORES DE FIRMAS DIGITALES

ARTICULO 39. DEBERES DE LOS SUSCRIPTORES. Son deberes de los suscriptores:

1. Recibir la firma digital por parte de la entidad de certificación o generarla, utilizando un método autorizado por ésta.
2. Suministrar la información que requiera la entidad de certificación.
3. Mantener el control de la firma digital.
4. Solicitar oportunamente la revocación de los certificados.

ARTICULO 40. RESPONSABILIDAD DE LOS SUSCRIPTORES. Los suscriptores serán responsables por la falsedad, error u omisión en la información suministrada a la entidad de certificación y por el incumplimiento de sus deberes como suscriptor.

CAPITULO V.

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

ARTICULO 41. FUNCIONES DE LA SUPERINTENDENCIA. La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las facultades que legalmente le han sido

asignadas respecto de las entidades de certificación, y adicionalmente tendrá las siguientes funciones:

1. Autorizar la actividad de las entidades de certificación en el territorio nacional.
2. Velar por el funcionamiento y la eficiente prestación del servicio por parte de las entidades de certificación.
3. Realizar visitas de auditoría a las entidades de certificación.
4. Revocar o suspender la autorización para operar como entidad de certificación.
5. Solicitar la información pertinente para el ejercicio de sus funciones.
6. Imponer sanciones a las entidades de certificación en caso de incumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación del servicio.
7. Ordenar la revocación de certificados cuando la entidad de certificación los emita sin el cumplimiento de las formalidades legales.
8. Designar los repositorios y entidades de certificación en los eventos previstos en la ley.
9. Emitir certificados en relación con las firmas digitales de las entidades de certificación.
10. Velar por la observancia de las disposiciones constitucionales y legales sobre la promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas, competencia desleal y protección del consumidor, en los mercados atendidos por las entidades de certificación.
11. Impartir instrucciones sobre el adecuado cumplimiento de las normas a las cuales deben sujetarse las entidades de certificación.

ARTICULO 42. SANCIONES. La Superintendencia de Industria y Comercio de acuerdo con el debido proceso y el derecho de defensa, podrá imponer según la naturaleza y la gravedad de la falta, las siguientes sanciones a las entidades de certificación:

1. Amonestación.

2. Multas institucionales hasta por el equivalente a dos mil (2.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, y personales a los administradores y representantes legales de las entidades de certificación, hasta por trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes, cuando se les compruebe que han autorizado, ejecutado o tolerado conductas violatorias de la ley.
3. Suspende de inmediato todas o algunas de las actividades de la entidad infractora.
4. Prohibir a la entidad de certificación infractora prestar directa o indirectamente los servicios de entidad de certificación hasta por el término de cinco (5) años.
5. Revocar definitivamente la autorización para operar como entidad de certificación.

CAPITULO VI.

DISPOSICIONES VARIAS

ARTICULO 43. CERTIFICACIONES RECIPROCAS. Los certificados de firmas digitales emitidos por entidades de certificación extranjeras, podrán ser reconocidos en los mismos términos y condiciones exigidos en la ley para la emisión de certificados por parte de las entidades de certificación nacionales, siempre y cuando tales certificados sean reconocidos por una entidad de certificación autorizada que garantice en la misma forma que lo hace con sus propios certificados, la regularidad de los detalles del certificado, así como su validez y vigencia.

ARTICULO 44. INCORPORACIÓN POR REMISIÓN. Salvo acuerdo en contrario entre las partes, cuando en un mensaje de datos se haga remisión total o parcial a directrices, normas, estándares, acuerdos, cláusulas, condiciones o términos fácilmente accesibles con la intención de incorporarlos como parte del contenido o hacerlos vinculantes jurídicamente, se presume que esos términos están incorporados por remisión a ese mensaje de datos. Entre las partes y conforme a

la ley, esos términos serán jurídicamente válidos como si hubieran sido incorporados en su totalidad en el mensaje de datos.

PARTE IV.

REGLAMENTACIÓN Y VIGENCIA

ARTICULO 45. La Superintendencia de Industria y Comercio contará con un término adicional de doce (12) meses, contados a partir de la publicación de la presente ley, para organizar y asignar a una de sus dependencias la función de inspección, control y vigilancia de las actividades realizadas por las entidades de certificación, sin perjuicio de que el Gobierno Nacional cree una unidad especializada dentro de ella para tal efecto.

ARTICULO 46. PREVALENCIA DE LAS LEYES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. La presente ley se aplicará sin perjuicio de las normas vigentes en materia de protección al consumidor.

ARTICULO 47. VIGENCIA Y DEROGATORIA. La presente ley rige desde la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

El Presidente del honorable Senado de la República,

FABIO VALENCIA COSSIO.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

MANUEL ENRÍQUEZ ROSERO.

El Presidente de la honorable Cámara de Representantes,

EMILIO MARTÍNEZ ROSALES.

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes,

GUSTAVO BUSTAMANTE MORATTO.

REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL

PUBLÍQUESE Y EJECÚTESE.

Dada en Santa Fe de Bogotá, D. C., a 18 de agosto de 1999.

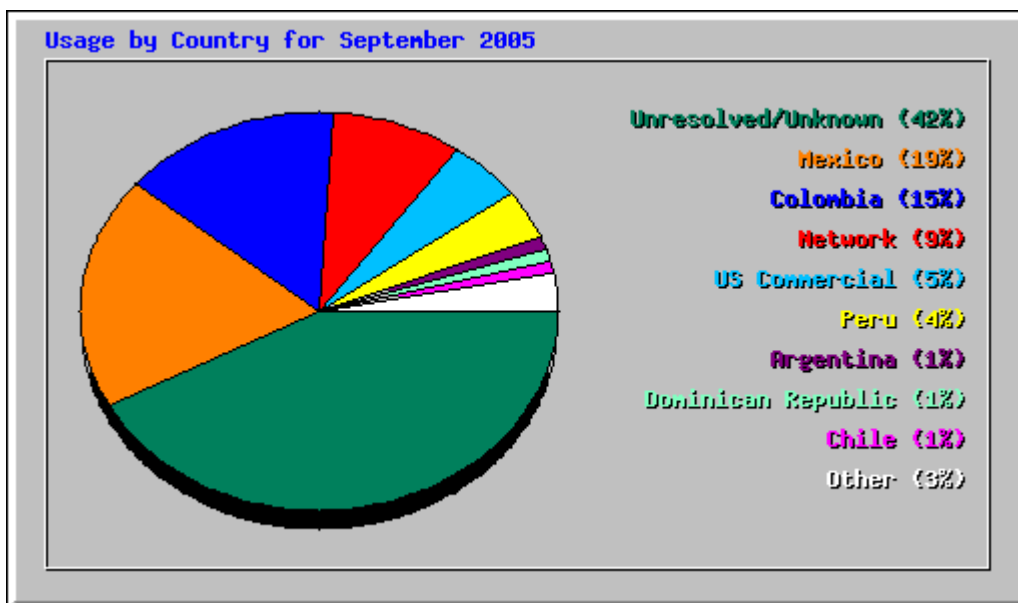
ANDRÉS PASTRANA ARANGO

El Ministro de Desarrollo Económico,
FERNANDO ARAÚJO PERDOMO.

La Ministra de Comercio Exterior,
MARTHA LUCÍA RAMÍREZ DE RINCÓN.

La Ministra de Comunicaciones,

ESTADÍSTICAS DE VISITAS POR PAÍSES



	Hits		Files		KBytes		Country
1	56837	42.41%	30666	41.45%	1751058	41.97%	Unresolved/Unknown
2	26135	19.50%	14779	19.98%	640832	15.36%	Mexico
3	19696	14.70%	10549	14.26%	773293	18.53%	Colombia
4	12347	9.21%	7344	9.93%	331871	7.95%	Network
5	6814	5.08%	4376	5.92%	343381	8.23%	US Commercial
6	5418	4.04%	3102	4.19%	145201	3.48%	Peru
7	1446	1.08%	845	1.14%	38025	0.91%	Argentina
8	1088	0.81%	602	0.81%	21774	0.52%	Dominican Republic
9	899	0.67%	520	0.70%	23523	0.56%	Chile
10	610	0.46%	316	0.43%	16818	0.40%	Guatemala
11	452	0.34%	246	0.33%	10464	0.25%	Venezuela
12	366	0.27%	189	0.26%	10542	0.25%	Ecuador
13	322	0.24%	158	0.21%	7171	0.17%	Nicaragua
14	248	0.19%	189	0.26%	6530	0.16%	Spain
15	227	0.17%	209	0.28%	17073	0.41%	US Educational
16	182	0.14%	121	0.16%	9719	0.23%	Brazil
17	133	0.10%	80	0.11%	2389	0.06%	Old style Arpanet (arpa)
18	123	0.09%	84	0.11%	2094	0.05%	Uruguay
19	100	0.07%	70	0.09%	2992	0.07%	Costa Rica
20	91	0.07%	61	0.08%	2285	0.05%	Paraguay
21	84	0.06%	53	0.07%	1043	0.03%	Honduras
22	68	0.05%	42	0.06%	2449	0.06%	Cuba
23	48	0.04%	31	0.04%	1412	0.03%	El Salvador
24	41	0.03%	29	0.04%	858	0.02%	Bolivia
25	40	0.03%	25	0.03%	2893	0.07%	Netherlands
26	38	0.03%	22	0.03%	1938	0.05%	Italy
27	33	0.02%	24	0.03%	297	0.01%	Portugal
28	28	0.02%	22	0.03%	382	0.01%	Czech Republic
29	27	0.02%	15	0.02%	348	0.01%	Non-Profit Organization
30	18	0.01%	12	0.02%	530	0.01%	Germany