

GENERAR UN PLAN DE CONSULTORÍA PARA LA EMPRESA WEBCAM STUDIO
CHAKAR UBICADA EN CÚCUTA NORTE DE SANTANDER

AUTOR(ES)

Karen Yesenia Delgado Calderón

Deisy Patricia Villamizar Lizcano

Liliana María Carmona Vargas

Leidy Viviana Müller Sanguino

Cristian Emilio Almeida Garrido

Elver Alexis Carreño Suarez

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CÚCUTA – NORTE DE SANTANDER

2021



Tabla de Contenido

Contenido

Introducción	6
CAPÍTULO 1. Gerencia Estratégica	8
1.2 Justificación	8
1.3 Objetivos General y Específico	9
1.3.1 Objetivo general	9
1.3.2 Objetivos específicos	9
1.3.3 Objetivos estratégicos	9
1.4 Presentación de la empresa consultora	10
1.4.1 Misión	10
1.4.2 Visión	10
1.5 Portafolio de servicios	10
1.6 Logo empresa consultora	11
1.7 Empresa a realizar consultoría: Studio Chakar	11
1.7.1 Historia de la empresa Studio Chakar	11
1.7.2 Ciclo de vida	12
1.7.3 Análisis de la situación interna de la empresa	13
1.8 Talento humano	13
1.8.1 Selección del personal	13
1.8.2 Disciplina y compromiso	14
1.8.3 Aprender ingles	14
1.8.4 Horario estable de transmisión	15
1.8.5 Interactuar en redes sociales	15
1.8.6 Show novedosos	15
1.9 Plan de mejoramiento	16
Capítulo. 2. Análisis del entorno nacional e internacional	17
2.1 Análisis Entorno Económico Nacional e Internacional	17
2.1.1 Análisis de entorno	17
2.1.2 Análisis de contexto Económico	18
2.1.3 Contexto Nacional e internacional	19
2.2 Tasa de cambio del dólar	22





2.2.1 Política monetaria	22
2.2.2 Política fiscal	23
Capítulo 3. Análisis Talento Humano y Cultura Corporativa	24
3.1 Marco conceptual del Talento Humano	24
3.2 Diagnóstico de procesos gestión humana	26
3.3. Análisis y descripción de cargos	27
3.4 Selección de personal	28
3.4.1 Mantener la disciplina y compromiso.....	29
3.4.2 Aprender inglés	29
3.4.3 Horario estable de transmisión.....	29
3.4.4 Interactuar en redes sociales	30
3.4.5 Shows novedosos.....	30
Capítulo 4. Gerencia Mercadeo y Análisis Competitivo	31
4.1 Diagnóstico de área de mercadeo Análisis de Mercado (Competencia)	31
4.1.1 Competencia.....	31
4.1.2 Análisis de precios	32
4.2 Portafolio de Servicios	33
4.2.1 Participación en el mercado	34
4.3 Marketing Mix o Las 4'P de la empresa	34
4.3.1 Producto	34
4.3.2 Precio.....	34
4.3.4 Plaza.....	34
4.3.4 Promoción.....	35
4.4. Definición de segmento y nicho de mercado	35
4.5 Diamante de Porter	35
4.6 Plan de Mejoramiento.....	36
Capítulo 5. Gerencia Financiera.....	37
5.1 1. Análisis y Evaluación financiera. Presentación de Balance General y Estados de Pérdidas y Ganancias.	37
5.2 ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS, ESTRUCTURA FINANCIERA Y DE CAPITAL.	40
5.3 ANÁLISIS FINANCIACIÓN INTERNACIONAL.	47
5.4 ANÁLISIS FLUJO DE FONDOS.....	49
Capítulo 6. Gerencia de Producción y Servicios.....	51
6.1 Análisis y evaluación de operaciones productivas y/o servicios.....	51
6.2 Análisis y evaluación de tecnología, investigación y desarrollo.....	51



6.3 Cadena de Valor.....	52
6.4 Herramientas para la Gerencia de Producción y Servicios como Estrategia de Productividad.....	54
6.5 Procesos	55
6.5.1 Reclutamiento (Plan de mejora).....	55
6.5.2 Entrevista	55
6.5.3 Entrenamiento de modelos	56
6.6 Plan de mejoramiento.....	57
Capítulo 7. Planes Tácticos y Operativos.....	58
7.1 Concepto de Planeación Estratégica	58
7.1.1 Fases de la planificación estratégica.....	58
7.1.2 Establecer la visión y misión de la empresa.....	58
7.2 Realizar un análisis externo.....	58
7.2.1 Realizar un análisis interno	58
7.2.2 Elaborar el diagnóstico y la formulación de objetivos	58
7.2.3 Elaborar el análisis estratégico.....	59
7.2.4 Efectuar el análisis competitivo	59
7.3 Planeación Cuantitativa	59
Capítulo 8. Indicadores Gestión y Balanced Scorecard.....	1
8.1 Perspectiva de Clientes	1
8.2 Perspectiva de Procesos Internos	1
8.3 Perspectiva de Capacidades	2
Recomendaciones o Plan de Mejora.....	4
Conclusiones	6
Referencias bibliográficas	9



ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL

Avanzamos... ¡Es nuestro objetivo!



SC-CER96940



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750



Introducción

Mediante el desarrollo de las actividades académicas, en cada uno de los periodos de la carrera profesional, se ve un avance en los diferentes aspectos del ámbito profesional, marcando alguna de las pautas para el ejercicio real, y ajustándose a las necesidades de la sociedad, que en los últimos 10 años, ha tenido un impacto, respecto a la manera en el que las organizaciones realizan sus actividades económicas.

Por lo anterior es importante resaltar, la práctica (praxis), como uno de los elementos importantes en el desarrollo e implementación de cada uno de los conceptos aprendidos en la academia, surgiendo de esta manera, la aplicación al ejercicio de consultoría que se hace a continuación.

La Consultoría debe ser una profesión muy permanente dado que exactamente su administración primordial radica en contribuir a otras organizaciones a salir de problemáticas en oportunidades muy complicadas. La identidad, la credibilidad y la reducción del riesgo en la prestación del servicio se pueden lograr solamente a partir de una buena organización y clarificación de conceptos. Es indispensable el establecimiento de una Normatividad consistente en pautas claras o normas que regulen las actividades de los consultores y les permitan un mejor desempeño de su labor ya que su supervivencia está garantizada solo por una sobresaliente calidad, integridad y profesionalismo.

Es importante investigar la tarea de las compañías consultoras y de los consultores independientes, cómo la definen y cómo la están realizando. De igual manera analizar qué problemáticas específicas destacan ellos. De este modo, se podrán diagnosticar objetivamente las falencias en todas las áreas tenidas en cuenta dentro del proceso de la consultoría. En nuestro



ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
Avanzamos... ¡Es nuestro objetivo!



país este estudio resulta prioritario ya que la consultoría es una profesión que día a día adquiere más relevancia. Las asociaciones voluntarias de consultores deben actuar de forma más abierta y tratar de aumentar su impacto, pasando al nivel profesional, no existe duda alguna de que la Consultoría puede y debe organizarse mejor en nuestro país. El trabajo de la Mesa Sectorial permitirá que la profesión de la Consultoría pueda autorregularse y profesionalizarse. La presente caracterización permite conocer que hace la empresa Consultora y el Consultor independiente y es un Estudio que puede servir de consulta para todos los Consultores y las empresas que deseen adquirir sus servicios



SC-CER96940



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750



CAPÍTULO 1. Gerencia Estratégica

1. Introducción

La dinámica empresarial caracterizada actualmente por una renovación constante, gran competencia, alta velocidad de cambio y una tendencia marcada a la globalización exige a las organizaciones una óptima labor, actualización permanente y mucha ayuda externa que permita llevar un ritmo extremadamente acelerado, consecuente con el ritmo del mercado. La Consultoría de empresas es un servicio que presta ese soporte de ayuda externa y beneficia a muchas organizaciones alrededor del mundo. Su labor es considerada muy útil y necesaria.

Por lo tanto, mediante el desarrollo de este trabajo se pretende identificar aquellos puntos de la empresa Studio Chakar, generando una revisión mediante la consultoría, que permita tomar planes de acción, en búsqueda de mejoras, que impacten de manera positiva, el desarrollo de cada una de sus actividades económicas, marcando un avance en su crecimiento corporativo.

1.2 Justificación

La aparición de las nuevas plataformas dedicadas al contenido explícito, algunas moralmente menos aceptadas, entre esas la manera en que el ciber-sexo (sexo-streaming free) es ofrecido, el modelaje webcam, es un sector en el que solo en Colombia se calcula hay más de 50.000 personas trabajando es por ello que se ve la oportunidad de este ámbito en el mercado colombiano, en cuanto a que las empresas cada vez más competitivas quieren tener mejores argumentos a la hora de vender, por eso nació esta idea, la cual quiere presentar en esta consultoría la opción de brindar a las organizaciones la oportunidad de poder forjar sus productos de una manera más sofisticada y eficaz mediante el internet.

1.3 Objetivos General y Específico

1.3.1 Objetivo general

-Generar un plan de consultoría para la empresa webcam Studio Chakar

1.3.2 Objetivos específicos

-Describir el contexto y comportamiento del sector webcam dentro del marco de la investigación.

-Diseñar una estrategia comercial y de servicio a través de la cual sea posible incursionar en el mercado con respecto a sus competidores.

-Elaborar un estudio de mercado en el campo de consultorías de la industria webcam.

1.3.3 Objetivos estratégicos

-Crear un sistema de fidelización de clientes mediante el mantenimiento de los mejores precios y ofertas en nuestros servicios.

-Conformar red de modelos a vincular, mediante capacitación e innovación permanentes de nuestros servicios.

-Adquirir y adecuar permanentemente la infraestructura física y tecnológica empleada en nuestros servicios.



1.4 Presentación de la empresa consultora

1.4.1 Misión

Prisma Consultores SAS, siendo una de las empresas líderes en consultoría empresarial, vela por los intereses de cada uno de sus clientes, generando valor en cada una de sus consultorías. Trabajando de la mano responsablemente con cada uno de los miembros de la compañía.

1.4.2 Visión

Para el año 2025 ser la empresa líder en el desarrollo de metodologías comerciales expansivas e inversión en los modelos de negocios en Colombia, creando fidelización y reconocimiento por su buen servicio.

1.5 Portafolio de servicios.

1. **Estudio de Marketing:** Revisar las mejores estrategias, que definen el posicionamiento de la empresa.
3. **Cliente incógnito:** Visita técnica que se realiza en el punto de venta de manera anónima para valorar la experiencia y comprar y medir la calidad de los servicios ofrecidos.
4. **Gestión de proyectos:** Planificación organización supervisión y control de todos los aspectos del proyecto en un proceso continuo para lograr sus objetivos.
- 5- **Estudio Estadísticos:** Este estudio consiste en recoger, ordenar y analizar una serie de datos.
- 6- **Consultoría en recursos humanos:** Planeación de clima organizacional, creación de actividades con incentivos para los colaboradores.



SC-CER96940



1.6 Logo empresa consultora



1.7 Empresa a realizar consultoría: Studio Chakar

1.7.1 Historia de la empresa Studio Chakar

La empresa inicia el 17 de julio 2018 , ubicada en la ciudad de Cúcuta , cuando mi esposo me dijo que había una oportunidad de crear nuestra propia empresa relacionado con el modelaje Webcam de allí surge todo, Porque se llama Studio Chakar , del apellido de mi esposo Chávez y de mi nombre Karen , nos gustó como sonaba y decidimos dejarlo así , iniciamos con una primera sede ubicada en ceiba 2 con solo 4 Rooms el cual fuimos adecuando de acuerdo a las necesidades que se requería para el buen funcionamiento y comodidad de las modelos , seguido a esto nos empezamos a capacitar en todos los aspectos para poder brindarles a ellas todo este conocimiento adquirido , fuimos creciendo como empresa y montamos nuestras segunda sede también ubicada en ceiba dos pero en ella contamos con 6 rooms , la dinámica en las dos sedes es la misma y seguimos capacitándonos para llegar a ser un gran estudio a nivel nacional , actualmente estoy contemplando llevar Studio Chakar a la ciudad de Bucaramanga y montar mi tercera sede en la ciudad de Cúcuta.

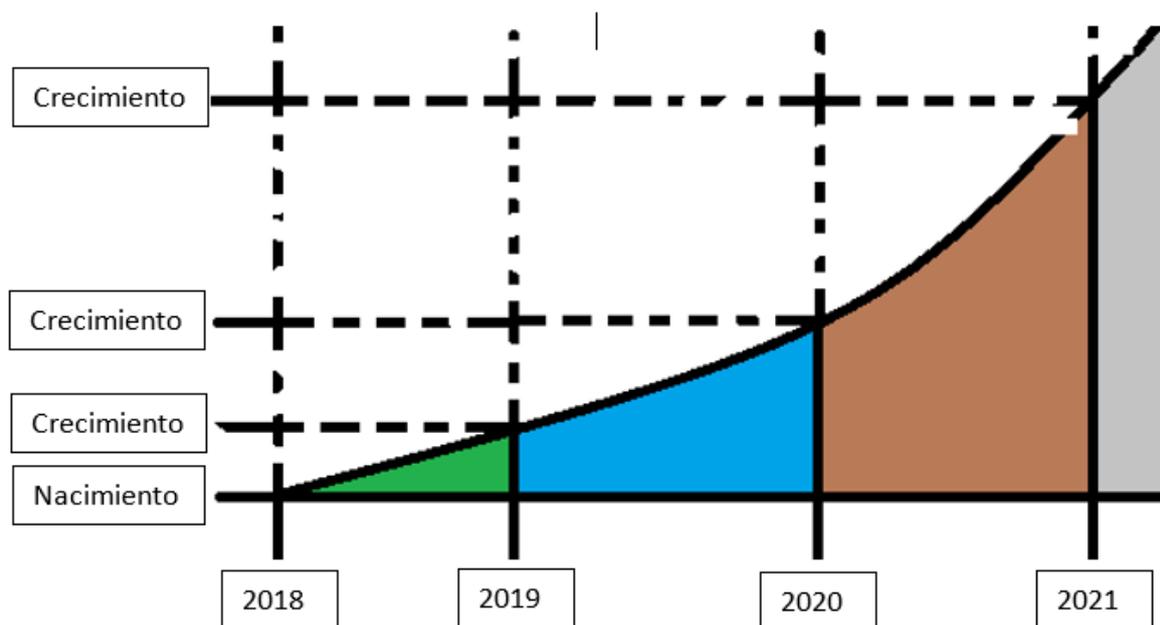
1.7.2 Ciclo de vida

2018: la empresa, nace y se empieza a invertir para asegurar sostenimiento, se constituye legalmente y se instala en local comercial.

2019: Se maximiza la inversión, las operaciones se sostienen por sí sola, incrementa la cartera de clientes, la plantilla de empleados aumenta.

2020: se está alcanzando el éxito, se realiza apertura de nuevas sedes, y se empieza a competir por una posición importante en el mercado regional.

2021: Se tiene planeado la apertura de nuevos, en otras ciudades del país, con la instalación de otra sede (Bucaramanga).



1.7.3 Análisis de la situación interna de la empresa

Para llevar a cabo el diagnóstico de la investigación se debe hacer uso de la matriz DOFA como herramienta de evaluación de factores que dan lugar a determinar la situación de los procesos objetos de estudio, su aplicación es sencilla y permite visualizar una perspectiva más completa, lo que da lugar a generar y justificar la necesidad de mejora en un proceso a través de nuevas estrategias diferenciadoras.

1.8 Talento humano

1.8.1 Selección del personal

-Para esto la empresa utiliza diferentes estrategias, para llevar a cabo la selección del personal, como la publicación de post en redes sociales entendiendo esto como una de las mejores estrategias, para mostrar que el ejercicio de este tipo de actividad genera ganancias no solo a nivel económico, y también a nivel personal.

-También es utilizado la voz a voz como herramienta fundamental, para la atracción de nuevos talentos que le puedan aportar a los procesos de expansión de la compañía.

-El buen nombre de la empresa, con la influencia de las modelos que están laborando en la empresa.

El plan de referidos como una de las herramientas usadas para que desde el cliente interno se incentive, por medio de las ganancias para cada una de ellas. El perfil que se requiere para que se pueda iniciar labores en la compañía es: ser mayor de 18 años, únicamente personal



femenino para aplicar a las transmisiones, manejo mínimo de herramientas ofimáticas, buenas presentación personal, mediante este proceso se genera más interacción en cuanto al plan de negocio a su vez incentiva tanto a los modelos como al cliente.

1.8.2 Disciplina y compromiso

Disciplina y compromiso son palabras clave para todas aquellas que quieren triunfar como modelo webcam. Ser modelo webcam es un oficio como cualquier otro, por tanto, para lograr grandes resultados es preciso dedicarle el tiempo necesario y el esfuerzo que requiere. Estos dos atributos determinarán el éxito o fracaso de la carrera, pues requiere, en la mayoría de los casos, cumplir con exactitud el plan de entrenamiento y lograr las metas específicas. Se cuenta dentro del tiempo en el que se trabaja en el estudio, un espacio que permite crear contenido específico, haciendo que los perfiles de cada una de las modelos sean más llamativo, generando mayor tráfico para ellas.

1.8.3 Aprender inglés

El inglés es el idioma universal y es la lengua oficial en el mundo de los negocios, de los viajes y de las relaciones internacionales; los espectadores que se conectan provienen de diferentes partes del mundo y para comunicarse con ellos será más fácil hacerlo en inglés que en la lengua nativa. Dominando el inglés se logrará mantener una conversación con los usuarios internacionales.



1.8.4 Horario estable de transmisión

El Studio establece unas horas que son pactadas con las modelos una vez ingresen a nuestra compañía, con una intensidad de 6 a 7 horas diarias con 30 minutos de receso de lunes a sábado, donde las horas de conexión son pieza fundamental para el buen posicionamiento dentro de sus páginas y reconocimiento en la industria.

1.8.5 Interactuar en redes sociales

La importancia de las redes sociales juega un papel muy importante ya que son medios directos donde la Modelo puede generar gran tráfico orgánico y estar en contacto constante con sus seguidores donde ellos conocerán su día a día cuando no están en sus transmisiones. Uno de los aspectos más importantes, en el mundo del modelaje webcam, es estar actualizado en redes sociales, y que pueda ser usado como una herramienta de expansión, mostrando las actividades cotidianas de cada una de ellas, después de sus transmisiones empresariales.

1.8.6 Show novedosos

Como primero se debe identificar el perfil de cada modelo, teniendo esto procedemos hacer un plan de trabajo en donde cada modelo debe estar informada que es lo que está en tendencia y cuáles son los show más apetecidos por el usuario, requiere de mucha creatividad, variedad, originalidad y buenos escenarios al momento de crear sus shows para captar la atención de nuevos usuarios y satisfacer sus necesidades para que ellos se sientan complacidos al momentos de ingresar a sus salas.



1.9 Plan de mejoramiento

En un ambiente cambiante como lo es el actual, las empresas deben estar preparadas para participar en un mercado nacional, tener claras ventajas competitivas ante la competencia y hacer uso efectivo de las tecnologías; éstas nuevas exigencias generan en las empresas presiones y la necesidad de transformaciones, lo cual implica que las organizaciones se replanteen muchos de sus procesos para que se convierta cada vez más en una parte importante para la planificación y dirección estratégica de la empresa. Es lo que se desea realizar en Studio Chakar marcarse en el mercado potencial de las empresas de este sector para ir creciendo y poder mejorar así la calidad laboral de los empleados así como también ser una empresa exitosa.



SC-CER96940



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750

Capítulo. 2. Análisis del entorno nacional e internacional

2.1 Análisis Entorno Económico Nacional e Internacional

2.1.1 Análisis de entorno

En la sociedad colombiana el modelaje webcam se ha consolidado como una de las prácticas sexuales más comunes, teniendo un crecimiento exorbitante en los últimos años. En la búsqueda de información para la exploración de los modelos webcam, se descubrió distintas fuentes dónde se ha podido evidenciar que la forma de hacer estas prácticas tiene diferentes formas en relación a la zona y cultura. Y que varios de los inconvenientes para solucionar las indagaciones respondían al por qué se hace esta clase de trabajo, qué los influye, etc. Como el caso del ciber sexo que se ha formado como una cultura para los jóvenes adolescentes hispanos, aunque se considera para la región latinoamericana un tabú, el tipo de recreación existe por parte de las mujeres y hombres que llegan hasta abusar del ciber sexo y pornografía convirtiéndose casi en adicto. (García, 2018) Cabe resaltar que, en el ámbito local.

El próspero negocio ya tiene a más de 40.000 colombianos (mujeres, hombres y transexuales) inmersos en este sector. Se estima que quienes aún están iniciando ganan entre 3 millones a 5 millones de pesos, mientras que las más experimentadas podrían tener un salario mensual de hasta 50 millones de pesos. La presencia de mujeres en este mercado es notablemente mayor a la de los hombres o transexuales. Según ese medio, actualmente 90 % de las personas que se dedican a este negocio son damas, el 5 % son parejas; el 3 % hombres; y el 2 % transexuales.

Es importante resaltar que el crecimiento de esta industria ha sido tan grande que en 2017 se lanzó la primera academia de modelos WEB CAM en Medellín., se trata de la Universidad Juan Bustos en donde se aprende de este oficio y las técnicas avanzadas para hacerlo bien.

2.1.2 Análisis de contexto Económico

El senador Jonatan Tamayo, conocido como 'Manguito', dijo que por medio de un proyecto de ley busca que la industria webcam le aporte a Colombia \$1,5 billones, que serían distribuidos en deporte, transporte, educación, entre otros sectores. La finalidad del proyecto de ley formulado por el senador es reglamentar las industrias webcam y establecer un destino para sus recursos por explotación, ya que Colombia es el segundo país del mundo con más modelos webcam después de Rumania. Además, al ser reguladas, se asegura que no pueda haber menores de edad trabajando en la industria.

Pese a que actualmente es difícil medir las cifras exactas de este negocio debido a que aún no está regulado, se cree que Medellín tiene el 30 % de participación, seguido de Cali, con 25 %, Bogotá, con 15 %, Eje Cafetero, con 10 % y la Costa Atlántica, con 10 %.

Webcam es un método laboral corporal online que está enormemente racializada. Ya que los académicos han reconocido las formas en que las condiciones laborales chocan en el triunfo, las vivencias de explotación, el agrado laboral y la agencia de una trabajadora sexual. El estudio de las prácticas de los modelos webcam, van desde el ámbito social y psicológico, porque el actuar de las personas varía según las instituciones que lo hayan formado como ser; desde la familia, escuela, iglesia y demás. Llegar a estas prácticas como mostrar el cuerpo para obtener dinero, nace también de la necesidad o la inmovilidad laboral que se encuentra en el sector por

ejemplo en Popayán el nivel de desempleo es bastante alto al igual que la falta de educación lo que lleva a jóvenes pertenecientes de la población LGBT a realizar el rol de modelo webcam, además también como una transición de encontrarse a sí mismo y poder reflejar lo que siente como persona que se identifica con cierto tipo de orientación sexual. En este caso ser Gay, Lesbiana o identificarse con otro género diferente al de su sexo como lo es una persona transexual.

2.1.3 Contexto Nacional e internacional

En la situación de indagaciones hechas en Colombia, los adolescentes manifiestan una narrativa desde lo sexual, la utilización de la tecnología cambió las maneras de consumir material para mayores como la pornografía en diferentes formatos como el sexting (mensajes sexuales, eróticos o pornográficos, por medio de teléfonos móviles), y los modelos webcam. Toda la información para saber este tipo de prácticas se hace desde las encuestas, la etnografía donde se conoce de cerca el comportamiento cultural. La práctica del cibersexo en hombres jóvenes modelos webcam, a través de sus narrativas sexuales son demasiadas, por eso deben ser estudiadas con detenimiento y centrarse en una, en este caso los modelos webcam.

Se puede ver que Dos mil usuarios pueden estar conectados al mismo tiempo observando y ‘tokeando’ a cualquiera de los cerca de cuarenta mil modelos webcam colombianos en su mayoría mujeres que, según los empresarios de esta industria en el país, están hoy activos en los miles de plataformas webcam que hay en el mundo en cada token, los usuarios añaden a los perfiles de sus webcams favoritas cinco centavos de dólar que, al final de un turno de seis horas, pueden traducirse en 150 dólares en un día. Mil en una semana. Cuatro mil en un mes. Todo depende de la popularidad de cada modelo, según la revista el tiempo.



Aunque su actividad económica no está especificada en las normas colombianas, los estudios webcam no son ilegales y han encontrado la manera de insertarse en la reglamentación existente. Operan insertos en el código 6010 de la Dian, el de las “actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora”.

Según reportó al mundo la Agencia France-Press, varios empresarios colombianos de este negocio hablan de un aumento del 30 % en la demanda de este servicio. Y la cifra coincide con otro dato suministrado por esa agencia, cuando cita a Christophe Soret, portavoz de CAM4, en Francia, una de las páginas más visitadas del sector, y quien afirma que el número de usuarios en todo el planeta subió 33 % en el último mes, con un promedio de 18 millones de visitas diarias solo a su plataforma.

La llegada de la pandemia ha significado más ingresos por cada token, en vista de que la moneda de pago es el dólar y hoy está por encima de los 3.900 pesos colombianos.

Un punto en el que sin duda influye la fuerte penetración de la cultura digital, especialmente en las nuevas generaciones.

Ahora, Cano pide no perder de vista el factor socioeconómico como impulsor de esta industria. “Tenemos una generación de jóvenes que tienen unas condiciones socioeconómicas muy particulares, que cada vez tienen menos acceso a la universidad y que si tienen la suerte de trabajar, lo hacen en condiciones muy precarias. Y son las mujeres las que están en la cola de las oportunidades laborales”.

Basta señalar que el desempleo entre los jóvenes de 14 a 28 años en Colombia fue 18,7 % entre diciembre del 2019 y febrero del 2020, con una tasa del 25 % para las mujeres. Y el



último reporte del Dane para el conjunto de esta franja de edad, a marzo, ya habla de una tasa del 20,5.

También existe el peligro de las extorsiones y acosos por la viralización de alguno de sus videos. De hecho, muchos modelos dejan sus redes sociales abiertas con sus nicknames de girlcam visibles, pues así se blindan de extorsiones y del bullying, que ya causó un suicidio en Medellín, en el 2017. Lo otro es que hay ‘estudios’ que funcionan como fachadas para negocios de prostitución.

Pero con dos mil usuarios conectados al tiempo y miles de dólares al mes, nada indica que este negocio, con entrañas todavía muy debatibles y que se sofistican cada vez más, vaya a desaparecer. Todo lo contrario.

La Corte Constitucional reconoció los derechos laborales de las personas que se dedican al modelaje webcam luego de que el alto tribunal fallara a favor de una mujer que tenía un "contrato a término indefinido" y que fue desvinculada sin garantía laboral alguna cuando tenía 8 meses de embarazo el 14 de mayo del 2019.

Que el parágrafo 3 del artículo 368 del Estatuto Tributario, adicionado por el artículo 65 de la Ley 1943 de 2018, dispuso como agentes de retención a “las personas jurídicas y naturales exportadoras de servicios de entretenimiento para adulto a través del sistema webcam, que mediante contrato de mandato como hecho generador practiquen la retención en la fuente por servicios al mandante en el respectivo pago o abono en cuenta, de conformidad con el artículo 392. Estas empresas estarán organizadas en una Federación de Comercio Electrónico para Adultos para su control y el sector será reglamentado mediante ley”. Artículo 1.2.4.12.1. Definiciones. Para efecto de lo señalado en el parágrafo 3 del artículo 368 del Estatuto Tributario

Por ahora la única norma que hace referencia a esta actividad es la Ley 2010 de 2019, donde se contempla que tienen calidad de agentes retenedores los exportadores de servicios de entretenimiento para adultos a través del sistema webcam.

2.2 Tasa de cambio del dólar

Al estudiar los cambios de la moneda extranjera se generan distintos estudios en cuanto a comportamientos cuantitativos, con el objetivo de estar actualizados en cuanto a sus fluctuaciones.

Desde el punto de vista de fluctuación, en cuanto a la moneda extranjera (DÓLAR), se determinan dos aspectos importantes, para la operación de cambios, representado en las ganancias generadas en cada uno de los servicios es decir:

- 1.El cambio de la moneda teniendo en cuenta el TRM (Tasa Representativa del mercado), cuando esta se encuentra en un punto alto respecto a la moneda nacional (Peso)
- 2.El cambio de la moneda teniendo en cuenta el TRM (Tasa Representativa del mercado), cuando esta se encuentra en un punto más bajo respecto a la moneda nacional (Peso).

2.2.1 Política monetaria

Es determinada por las entidades como DIAN, CÁMARA DE COMERCIO, en donde la política monetaria, está relacionada, teniendo en cuenta el dinero de forma controlada bajo las políticas legales, que se encuentren en circulación en la economía es baja, el público no tiene dinero para comprar bienes o demanda una cantidad menor que la que se puede ofrecer según la capacidad productiva del país, por lo que las empresas se ven en problemas para vender sus



productos, se presenta una abundancia de bienes y, consecuentemente, el precio de éstos baja, produciéndose, por lo tanto, el efecto contrario a la inflación, llamado deflación.

2.2.2 Política fiscal

Se toma en cuenta entidades como la DIAN, CÁMARA DE COMERCIO, en donde se implementa la política monetaria y su relación con la política fiscal, ya que la empresa se encuentra regida por cada una de las terminaciones legales establecidas, cabe resaltar que la política fiscal de Colombia es ejecutada por el Gobierno Nacional y en este caso cada una de las entidades que la comprenden como la DIAN y la Cámara de comercio, con previa aprobación del Congreso de la República. Una es la política fiscal expansiva (Aumento del gasto público o disminución de los impuestos) y la otra es la política fiscal contractiva Disminución del gasto público o aumento de los impuestos.



Capítulo 3. Análisis Talento Humano y Cultura Corporativa

3.1 Marco conceptual del Talento Humano

El empleo del esfuerzo físico o mental en un trabajo es tan natural como jugar o descansar. Al ser humano promedio no le disgusta de manera innata el trabajo. De acuerdo con ciertas condiciones controlables, el trabajo puede ser una fuente de satisfacción (y debe desempeñarse voluntaria-mente) o una fuente de sanción (que debe evitarse en lo posible). El control externo y la amenaza de sanciones no son los únicos medios para obtener la cooperación con el fin de lograr los objetivos organizacionales. El hombre tiene que conducirse y controlarse a sí mismo para ponerse al servicio de los objetivos que se le confían.

Para Studio Chakar es importante examinar los distintos significados que le puede atribuir una modelo WebCam a su cuerpo, según sus creencias, maneras de ver el planeta, valores, anhelos, ideas, prácticas, etc. Por esto, es requisito hacer un reconocimiento teórico previo, en el que se evidenciará el pensamiento y enfoque a utilizar en oposición al tema de estudio.

Por lo anterior, se considera el construccionismo social como paradigma apropiado, pues según los autores Bruno, Acevedo, Castro & Garza (2018) dicho paradigma ...insiste en que las ciencias son construcciones de la realidad y la realidad es un significado producido por el sujeto... El construccionismo social se trata, según Gergen, de un conjunto de conversaciones que se desarrollan en todas partes del mundo y participan, todas ellas, en un proceso que tiende a generar significados, comprensiones, conocimientos y valores colectivos (Gergen, 2006). (P. 4).



Por esto el pensamiento posibilita sentir las narrativas, con las vivencias de la modelo WebCam, y de esta forma poder abarcar las percepciones que tiene de su cuerpo y las fluídas construidas en el tema familiar, antes y luego de haber empezado a laborar en la industria del cibersexo.

De esto viene que el estudio tiene por intención admitir desde la experiencia de una WebCam la forma cómo siente y ha constituido su crónica desde la vinculación a la industria. Es por ello por lo cual la visión de género influye en la creación del cuerpo y feminidad de las mujeres, que se usa para el consumo masculino, ya que estos son los superiores clientes. Si bien las mujeres no son obligadas a entrar a la industria y ven en ella una posibilidad de movilidad social, pero sus cuerpos se convierten en mercancías, donde hay una transacción económica.

Studio Chakar evalúa lo siguiente:

Desde Estudio

- Ser mayor de edad.
- Tener cédula de ciudadanía o pasaporte original.
- Leer y escribir español.
- Saber manipular los programas básicos de un computador.

En el estudio nosotros nos preocupamos por nuestros modelos. Queremos que trabajen en un lugar limpio, cómodo y bonito. Estamos convencidos de que la responsabilidad de un estudio es brindarle a la modelo herramientas para que se profesionalicen día a día. Creemos que el modelaje webcam es un oficio como cualquier otro y como tal debe desarrollarse en un entorno de trabajo profesional como un estudio. Esta perspectiva nos ha llevado a tener unas



instalaciones bonitas y tecnológicas que ayudan al modelo a lograr más fácilmente sus objetivos

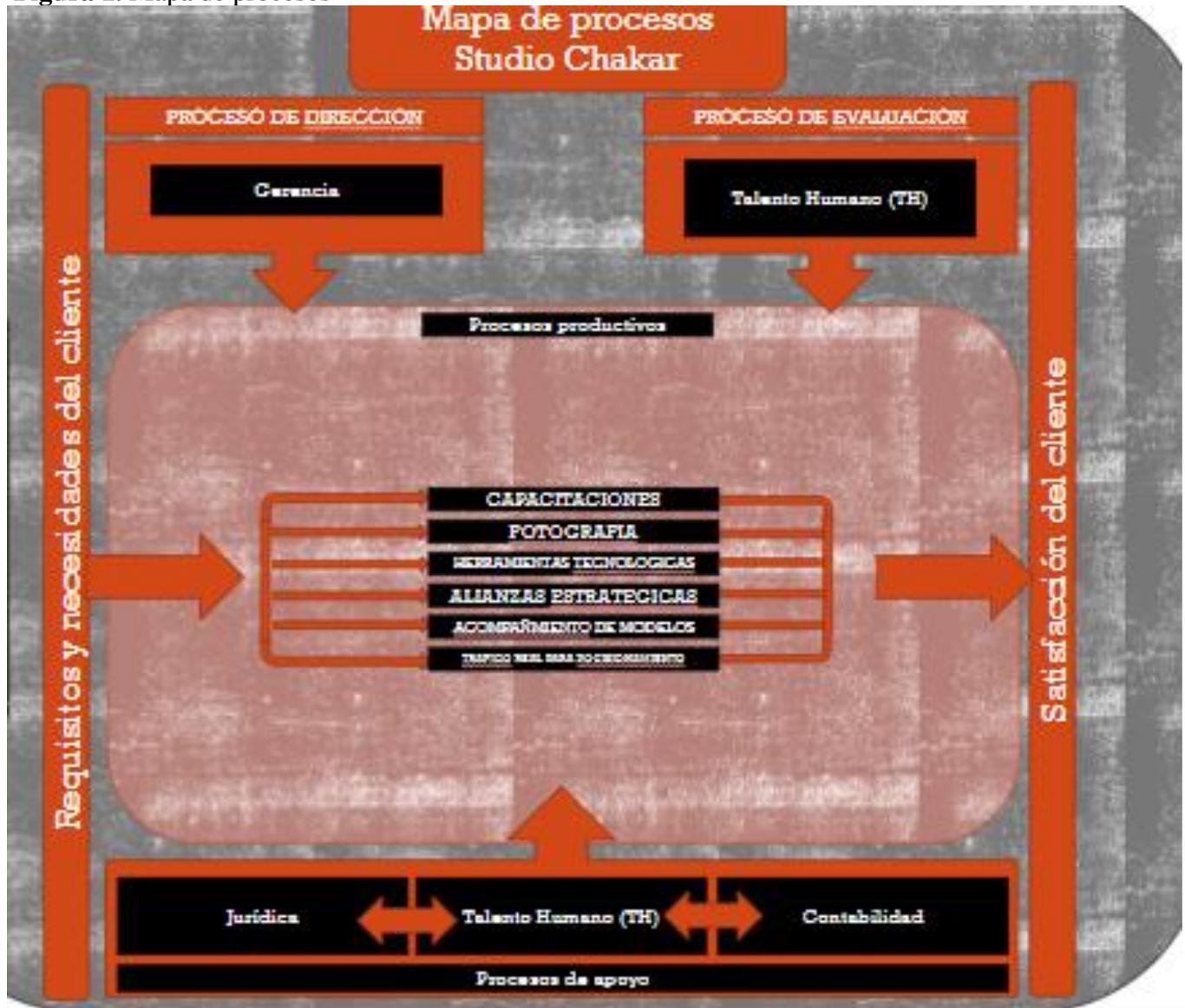
3.2 Diagnóstico de procesos gestión humana

Los objetivos específicos de la evaluación y diagnóstico de procesos representan básicamente los fundamentos del estudio, por lo que tenerlos en mente ayudará a encontrar la verdadera utilidad y relevancia de esta y por medio de ella lograr determinar los procesos y/o sus actividades y componentes.

Para llevar a cabo el diagnóstico del estudio se utilizó la matriz DOFA como herramienta de evaluación de factores que dan lugar a determinar la situación de los procesos objetos de estudio, su aplicación es sencilla y permite visualizar una perspectiva más completa, lo que da lugar a generar y justificar la necesidad de mejora en un proceso a través de nuevas estrategias diferenciadoras, Thompson y Strikland (1998) establecen que el análisis DOFA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas.

3.3. Análisis y descripción de cargos

Figura 1. Mapa de procesos



3.4 Selección de personal

Cuando se habla de modelo webcam es la persona encargada de ofrecer diversión por medio de la red, puede ser artístico, intelectual, sexual, fetichista o cualquier persona que sea su capacidad.

Antes de comenzar a trabajar como Modelo Webcam debes cumplir ciertos requisitos técnicos que el estudio necesita... Sin embargo, lo más importante es tener disposición de trabajo

Desde Studio Chakar.

- Ser mayor de edad
- Tener cédula de ciudadanía o pasaporte original.
- Leer y escribir español.
- Saber manipular los programas básicos de un computador.

La modelo webcam interactúa por medio de la computadora con personas de cualquier parte del mundo a través de páginas especializadas en entretenimiento para adultos. Puede utilizar su voz o escritura para comunicarse (casi todo el tiempo en inglés), podrá utilizar traductores para lograr una comunicación fluida. Si la modelo aprueba en el estudio una entrevista de admisión se le capacitará con una inducción sobre el manejo de los programas de Modelos Webcam Colombia y los diferentes sitios.

Modelos Webcam Colombia bloquea el país o el estado de Estados Unidos que la modelo desee. La modelo podrá transmitir bajo un seudónimo para ocultar su identidad real. Durante los primeros días de transmisión la modelo cuenta con una monitora desde nuestro estudio que la estará guiando en todo el proceso de aprendizaje. No todos los shows son de carácter sexual, los usuarios de estas plataformas buscan además del sexo vía internet, alguien con quien hablar,



alguien que les saque una sonrisa o simplemente los entretengan con un show diferente, con teatro, danza, canto, cosplay, o cualquier ocurrencia que tenga la modelo webcam. Entre los requisitos que se tiene para ser parte del equipo de trabajo de las modelos webcam deben:

3.4.1 Mantener la disciplina y compromiso

Compromiso y disciplina para todas aquellas que desean vencer como modelo webcam. Ser modelo webcam es un trabajo como todos, por consiguiente, para conseguir enormes resultados es exacto dedicarle el tiempo primordial y el esfuerzo que necesita. Estos dos atributos determinarán el éxito o fracaso de la carrera, pues requiere, en la mayoría de los casos, cumplir con exactitud el plan de entrenamiento y lograr las metas específicas.

3.4.2 Aprender inglés

El inglés es el idioma universal y es la lengua oficial en el mundo de los negocios, de los viajes y de las relaciones internacionales; los espectadores que se conectan provienen de diferentes partes del mundo y para comunicarse con ellos le será más fácil hacerlo en inglés que en la lengua nativa. Dominando el inglés se logrará mantener una conversación con los usuarios internacionales.

3.4.3 Horario estable de transmisión

Webcam es un trabajo, en el que se debe cumplir una agenda, y es parte de un compromiso si en realidad se quiere triunfar en el negocio webca. De esta forma, y sumando horas de trabajo harán que también se gane más dinero.

3.4.4 Interactuar en redes sociales

Al ser modelo webcam se puede idear un personaje, a su vez crear un perfil con el nuevo nombre y subir fotografías de calidad con las mejores poses que se tenga. Se debe publicar regularmente y dar vida a un personaje webcam para atraer a miles de seguidores, con quienes se podrá interactuar.

3.4.5 Shows novedosos

Hay que hacer una agenda de trabajo y tomar en cuenta la creación de temas atrayentes cada semana, en donde la imaginación realice de cada show el más interesante, con situaciones diferentes y particulares para los individuos, que les realice desear contactarte de nuevo. Motivación (Salario Emocional), empresas felices, capacitación y formación, seguridad y salud en el trabajo

En Studio Chakar se cumple con todos los requisitos legales y autorizaciones para el funcionamiento del estudio, se cuenta con la parte jurídica, contable, recursos humanos, fotografía, Acompañamiento Psicológico, Asesoramiento a las modelos, Capacitaciones, asesoramiento de imagen, actividades Físicas. A su vez se ofrece atención medica donde se cuenta con un médico en caso de alguna emergencia, Monitores, personal de Aseo, Servicio de Transporte cuando es Requerido, cumpliendo así con todo lo requerido en la salud y seguridad en laboral.

Capítulo 4. Gerencia Mercadeo y Análisis Competitivo

4.1 Diagnóstico de área de mercadeo Análisis de Mercado (Competencia)

Con más de 500 empresas constituidas legalmente, según cifras preliminares, la industria del entretenimiento para adultos en internet, más conocido como modelaje ‘webcam’, ya acapara la atención nacional, la industria webcam tendría que cumplir con ciertos estándares de calidad para poder garantizar la salud y la dignidad de las trabajadoras. Además, los usuarios, tanto colombianos como extranjeros, tendrían que cumplir con la normatividad del gobierno colombiano para poder consumir este tipo de contenidos. El proyecto de ley del senador Tamayo también busca disminuir la tasa de menores de edad explotados en actividades sexuales.

Sin embargo, hasta ahora no se han reglamentado este tipo de actividades, lo que dificulta la situación de las trabajadoras sexuales independientes. Frente a las dificultades causadas por la pandemia, estas no tienen otra opción que seguir ejerciendo el mismo trabajo de antes, pero con menos clientes, que “se ha reducido en un 70 u 80 % comparado con los inicios de 2020”. Las trabajadoras sexuales viven del ingreso diario que obtienen, y tanto el confinamiento como la falta de apoyo por parte de las autoridades han dificultado que muchas de las modelos se vean obligadas a optar por otro tipo de actividades económicas.

4.1.1 Competencia

El sector webcam es tan lucrativo que en los últimos años el número de modelos ha aumentado hasta un 35%, por lo que la competencia no sólo ha aumentado respecto al número de plataformas disponibles, sino que también ha aumentado notablemente en cuanto al número de las modelos que buscan llamar la atención de usuarios posibles, los cuales terminarán pagando por poder verlas en su espectáculo en vivo.

Todo esto ha generado una gran saturación del mercado, aunque los usuarios siguen siendo los mismos. Se estima que los portales top de este nicho tienen alrededor de 200 millones de visitas al mes, número que no ha cambiado mucho con el pasar de los años, ya que mientras algunos dejan de usarlas, nuevos usuarios comienzan a utilizar dichas plataformas.

Es por eso que la competencia por palabras clave como relacionadas al sector de webcams son muy competidas y suelen ser palabras en las que las plataformas invierten una gran cantidad de dinero para poder aparecer en los primeros lugares de búsqueda.

Otra competencia que se debe mencionar para los modelos webcam son las trabajadoras sexuales que a raíz de la pandemia se han incrementado en gran medida siendo un fuerte en este nicho.

4.1.2 Análisis de precios

En Colombia, según cifras aproximadas hay 25.000 mujeres que ejercen este oficio, y con una buena preparación, podrían ganar entre 6 a 8 millones al mes, lo máximo que se ha llegado a ganar en un modelo en esta profesión es 40 millones mensuales. Comparando, una persona con las mismas características básicas como tener una profesión, hablar un segundo idioma y trabajar el mismo tiempo, en promedio gana entre \$1.000.000 y \$1.500.000 al mes, lo que viene siendo entre \$30.000 y \$50.000 diarios. Una web cam, por el contrario, gana de \$200.000 a \$300.000 diarios.



En Studio Chakar una modelo web se puede ganar al día aproximadamente 200.000 según los servicios que tenga agendados, el sueldo depende inicialmente de la dedicación que tenga la persona y la creatividad y agilidad para enganchar al cliente.

4.2 Portafolio de Servicios

En Studio Chakar ubicada en Cúcuta Norte de Santander se cuentan con el siguiente portafolio:

- Shows free.
- Ticket Show.
- Show grupal.
- Cam to cam.
- Show privado
- Show exclusivo.
- Plasma Messenger (Offline modelos).
- Club de fans.
- Plan de referidos.
- Time Line.
- Time

4.2.1 Participación en el mercado

En la actualidad Studio Chakar cuenta con dos sedes tal como se mencionó anteriormente, ofreciendo 10 habitaciones con temáticas diferentes, se utiliza para la promoción de estos servicios varias redes sociales sin embargo se desea crear la página web oficial, así como también colocar una tercera oficina en Bucaramanga con la finalidad de captar una mayor población y expandir el negocio cubriendo la demanda en este sector y ofertando mas opciones.

4.3 Marketing Mix o Las 4’P de la empresa

4.3.1 Producto

Studio Chakar es una empresa que se encuentra registrada teniendo los permisos para operar como empresa que presta el servicio para el entretenimiento de adultos, disponiendo de contratos laborales que facilitan a las modelos y pagan impuestos, pues es agente retenedor.

4.3.2 Precio

Los precios de estos servicios varían según el perfil de la modelo que el usuario seleccione y el horario o tiempo del servicio, pero se puede dar como precio promedio 60.000 y 500.000 en una jornada de trabajo.

4.3.4 Plaza

Las dos sedes de Studio Chakar se encuentran ubicadas en Cúcuta Norte de Santander, se está trabajando en la tercera sede en Cúcuta con una proyección a mediano plazo para abrir sede en la ciudad de Bucaramanga.

4.3.4 Promoción

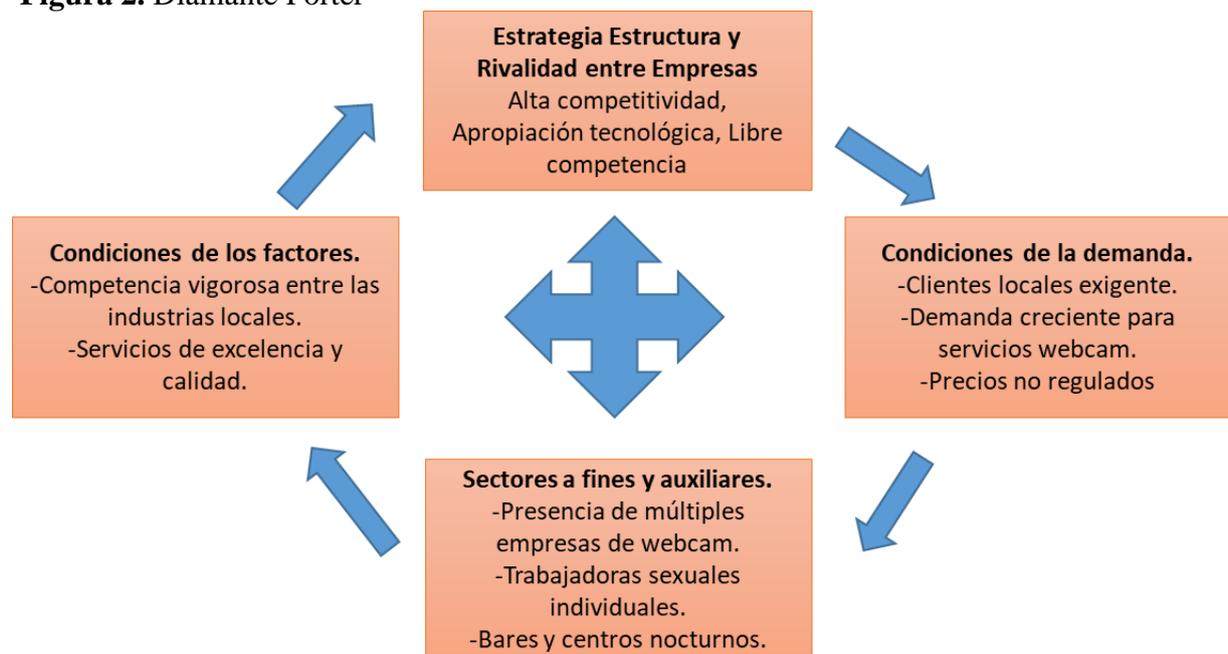
La publicidad y promoción de los servicios de la empresa Studio Chakar se realizan a través de las redes sociales de las modelos, y en las plataformas free.

4.4. Definición de segmento y nicho de mercado

El nicho de mercado cubre Studio Chakar son hombres y mujeres, mayores de edad (Comunidad LGTBI, heterosexuales, homosexuales, lesbianas etc..), con necesidad de satisfacer sus deseos íntimos y que cuenten con el poder adquisitivo para poder acceder (pagar) este tipo de servicios.

4.5 Diamante de Porter

Figura 2. Diamante Porter



En la imagen anterior se muestra el diamante de Porter donde se detalla la estrategia, estructura y Rivalidad entre empresas, condiciones de la demanda, sectores fines y auxiliares y condiciones de los factores.

Formulación de Estrategias de Mercadeo.

Estrategia Digital 1: Apertura de una nueva línea de servicios funcionales que respondan a un mercado con nuevas tendencias y a un cliente cada vez más exigente, una vez creado utilizar las redes sociales para impulsar, colocar un nombre llamativo a cada servicio creado.

Estrategia Digital 2: creación de una página web llamativa y agradable al cliente.

Estrategia Digital 3: Apertura de un nuevo punto en Bucaramanga, Promocionar el nuevo punto a través de propagandas digitales.

Estrategia Digital 4: Realizar campañas que resalten la diferenciación del servicio y su calidad: campañas de marketing e información, estrategia que surge de la fortaleza de tener un servicio de calidad con respaldo a nivel local.

4.6 Plan de Mejoramiento.

Tácticas para lograr los objetivos de Marketing

Producto: Desarrollar e innovar en los servicios acordes con la tendencia del consumidor: nuevas temáticas en habitaciones, página web llamativa.

Precio: Mejorar el poder de negociación con el cliente (Relativo).

Plaza: Diversificar geográficamente la empresa.

Promoción: Establecer estrategias que permitan la consolidación y el crecimiento en el mercado cubriendo más plataformas web, respaldadas por una página web llamativa.

Capítulo 5. Gerencia Financiera

5.1 1. Análisis y Evaluación financiera. Presentación de Balance General y Estados de Pérdidas y Ganancias.

PRESENTACIÓN DE BALANCE GENERAL

STUDIO CHAKAR				
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA A JUN 30 DE 2020 y 2021				
NIT:1030630692-1				
Expresado en pesos colombianos				
ACTIVO				
ACTIVO CORRIENTE		NOTA	2020	2021
Efectivo			500.000	0
Bancos nacionales			21.210.595	38.618.800
Efectivo y equivalente de efectivo		3	21.710.595	38.618.800
Cuentas por cobrar			0	0
Otras cuentas por cobrar			300.000	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE			22.010.595	38.618.800
ACTIVO NO CORRIENTE				
Total Propiedad Planta y equipo		4	9.950.001	19.950.001
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE			9.950.001	19.950.001
TOTAL ACTIVOS			31.960.596	58.568.801
PASIVO				
PASIVO CORRIENTE		NOTA	2020	2021
Cuentas por pagar			10.715.000	6.692.555
Retención en la fuente			15.000	11.000
IVA por pagar			1.989.000	1.441.000
Cuentas por pagar		5	12.719.000	8.144.555
Aportes Laborales		6	227.396	227.396
TOTAL PASIVO CORRIENTE			12.946.396	8.371.951
TOTAL PASIVO			12.946.396	8.371.951
PATRIMONIO				
		NOTA	2.020	2021
Capital Social		7	6.000.000	5.000.000
Utilidad acumulada			13.014.200	13.014.200
Utilidad actual del ejercicio				32.182.650
TOTAL PATRIMONIO DE LOS SOCIOS			19.014.200	50.196.850

TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		31.960.596	58.568.801
REPRESENTANTE LEGAL		CONTADOR PUBLICO	
KAREN YEZENIA DELGADO CALDERON		Nombre	
NIT:1030630692-1		Cedula	
		Tarjeta Profesional	

ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

STUDIO CHAKAR				
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS A CORTE DIC 31 DE 2020				
NIT:1030630692-1				
(Expresado en pesos colombianos)				
INGRESOS				
		NOTA	2020	2021
Ingresos operacionales		8	\$ 230.250.000	\$ 250.158.000
Costo de venta		9	\$ 184.200.000	\$ 200.126.400
UTILIDAD OPERACIONAL			\$ 46.050.000	\$ 50.031.600
GASTOS				
		NOTA	2020	2021
Gastos de administracion		10	\$ 2.469.950	\$ 10.354.000
Beneficios empleados			\$ 2.217.820	\$ 2.469.950
UTILIDAD OPERACIONAL			\$ 41.362.230	\$ 37.207.650
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			\$ 41.362.230	\$ 37.207.650
IMPUESTOS			\$ 3.015.000	\$ 5.025.000
UTILIDAD DEL EJERCICIO			\$ 53.831.380	\$ 32.182.650
REPRESENTANTE LEGAL				



	CONTADOR PUBLICO
KAREN YEZENIA DELGADO CALDERON	CEDULA
NIT:1030630692-1	TARJETA PROFESIONAL

BASES DE PREPARACION

Los estados financieros de la compañía KAREN YEZENIA DELGADO CALDERON han sido preparados de acuerdo con las normas internacionales de información financiera (NIIF) para PYMES y sus correspondientes interpretaciones (CINIIF) [C2] emitidas por el International Accounting Standards Board (IASB[C3]).

La preparación de los estados financieros de acuerdo con NIIF requiere el uso de ciertos estimados contables críticos. También requiere que la gerencia ejerza su juicio en el proceso de aplicación de las políticas contables.

DECLARACION DE CUMPLIMIENTO

Los estados financieros del STUDIO CHAKAR y su representante de KAREN YEZENIA DELGADO CALDERON, correspondientes al 30 de junio del 2021, elaborados de acuerdo a los requerimientos emitidos por el consejo internacional de normas de contabilidad (AISB por sus siglas en ingles) y adoptadas en Colombia bajo el decreto único reglamentario de la información financiera y aseguramiento de la información, N° 2420 del 14 de diciembre de 2015 y sus respectivas modificaciones; cumplen los requerimientos de las NIIF para las PYMES.

[C1]Las Normas Internacionales de Información financiera (NIIF)

[C2]Comité de Interpretaciones de Normas Internacionales de Información Financiera –
CINIIF

[C3]La sigla IASB se refiere a normas financieras que están establecidas internacionalmente

5.2 ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS, ESTRUCTURA FINANCIERA Y DE CAPITAL.

Indicadores de liquidez: La liquidez de **STUDIOS CHAKAR** es juzgada por la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen.

NOTA 3 EFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFECTIVO	2020	2021
Efectivo	\$500.000	0
banco Bancolombia (1)	\$21.210.595	\$ 38.618.800
total efectivo y equivalentes de efectivo	\$21.710.595	\$ 38.618.800

(1) La cuenta de ahorro corresponde al saldo de 30 de junio de 2020 y 2021

El efectivo y equivalente de efectivo descritos anteriormente no tienen ningún tipo de restricciones, observaciones o limitaciones adicionales a las ya indicadas sobre los anteriores rubros discriminados.

NOTA 4 PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	2020	2021
Maquinaria y equipo		
Costo	\$14.180.000	\$25.000.000
Depreciación	\$ 4.299.999	\$5.049.999
Total equipo de computo	\$ 9.950.001	\$19.950.001
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 9.950.001	\$19.950.001

NOTA 5 CUENTAS COMERCIALES POR PAGAR Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR

OTRAS CUENTAS POR PAGAR	2020	2021
Cuentas por pagar a accionistas (1)	\$10.715.000	\$ 6.692.555
Aportes laborales (2)	\$227.396	\$\$227.396
Retención e IVA por pagar (3)	\$2.004.000	\$1.452.000
TOTAL OTRAS CUENTAS POR PAGAR +APORTES LABORALES	\$12.946.396	\$ 8.371.951

(1) La accionista KAREN YEZENIA DELGADO CALDERON ha prestado a la compañía para cubrir la compra de maquinaria, equipo y pago de la nómina del mes de diciembre.

(2) Los aportes laborales corresponden a la nómina de junio de 2021 los cuales serán cancelados en julio de 2021.

(3) Corresponde a los valores liquidados por los impuestos que se pagaran en el mes de julio de 2021.

(4) En conclusión, se evidencia que el estudio cuenta con la capacidad suficiente de activos para solventar o pagar las deudas a corto y largo plazo, según análisis del periodo hasta junio de este año.

Indicadores De Eficiencia: En este caso los indicadores de eficiencia permitieron medir el nivel de ejecución del proceso, se concentra en el Cómo se hicieron las cosas y se mide el rendimiento de los recursos utilizados.

NOTA 7 CAPITAL SOCIAL

De acuerdo a los registros oficiales de la compañía, el capital social a 30 de junio de 2021

CAPITAL	2020	2021
Capital Social	\$6.000.000	\$ 5.000.000
TOTAL CAPITAL	\$6.000.000	\$ 5.000.000

El capital social está compuesto por mil (1.000) acciones de valor \$1.000 cada una.

NOTA 8 INGRESOS OPERACIONALES

INGRESOS	2020	2021
Servicios de streaming	\$230.250.000	\$ 250.158.000
TOTAL INGRESOS	\$230.250.000	\$ 250.158.000

Los ingresos operacionales fueron más factibles en el año 2021, teniendo un alza en el valor siento este positivo para la empresa.

De igual manera se les recomienda continuar con las estrategias y evaluar los resultados de su ejecución.

Indicadores de eficacia: con este indicador nos permite medir el logro de los resultados propuestos, se toma en cuenta la misión de la empresa, lo proyectado y presupuestado a finales del año 2020.

Para medir este indicador se revisa el estado de ganancias y pérdidas donde nos muestra un total en utilidad operacional de \$50.031.600, una utilidad operacional antes de impuestos de \$37.207.650, impuestos \$5.025.000 dando como resultado una utilidad del ejercicio por el

valor de \$32.182.650. Valor que se genera de la resta de los impuestos a la utilidad operacional.

Es decir, la utilidad del ejercicio (\$32.182.650) comprende el beneficio final que obtiene STUDIO CHAKAR durante el periodo de tiempo establecido (un año).

- **Indicadores de desempeño:** Para el departamento de finanzas el indicador de desempeño quienes permiten ver la salud de la empresa y nos permite medirnos para un futuro presupuestal, en este caso de toma como margen la utilidad operacional del año 2021 que fue de \$50.031.600, donde se evidencia que se obtuvieron más ingresos que costos dando una margen positiva a la empresa.

INGRESOS							
					NOTA	2020	2021
Ingresos operacionales					8	\$230.250.000	\$ 250.158.000
Costo de venta					9	\$184.200.000	\$ 200.126.400
UTILIDAD OPERACIONAL						46.050.000	\$ 50.031.600

- **Indicadores de productividad:** tomado en cuenta la nota 8 ingresos operacionales, se evidencia que para la fecha de corte del análisis trabajado el STUDIO CHAKAR cuenta con una producción del 100%, esto se evalúa teniendo en cuenta el área del personal que trabaja, es decir, en el estudio se hace un análisis semanal donde se revisa el nivel de desempeño de cada modelo y teniendo en cuenta su nivel de desempeño se mide la productividad de la empresa. En el caso de que las modelos no rindieran o su desempeño fuese bajo, la empresa no generaría ingresos y su productividad seria baja a compañía ración de otras semanas.

- **Indicadores de endeudamiento:** En esta instancia se analiza el nivel o capacidad que tiene el estudio para endeudarse o adquirir crédito ya sea para compra de equipos, terreno o incluso los beneficios a los empleados en este caso cesantías, vacaciones entre otros.

NOTA 6 BENEFICIOS A EMPLEADOS

BENEFICIOS A EMPLEADOS	2020	2021
Cesantías	\$ 144.851	\$ 144.851
Intereses	\$ 17.389	\$ 17.389
Vacaciones	\$ 65.156	\$ 65.156
TOTAL OTRAS CUENTAS POR PAGAR	\$ 227.396	\$ 227.396

Los gastos se presentan desglosados utilizando una clasificación basada en la naturaleza de los mismos de la compañía, con el fin de proporcionar una información más viable y relevante.

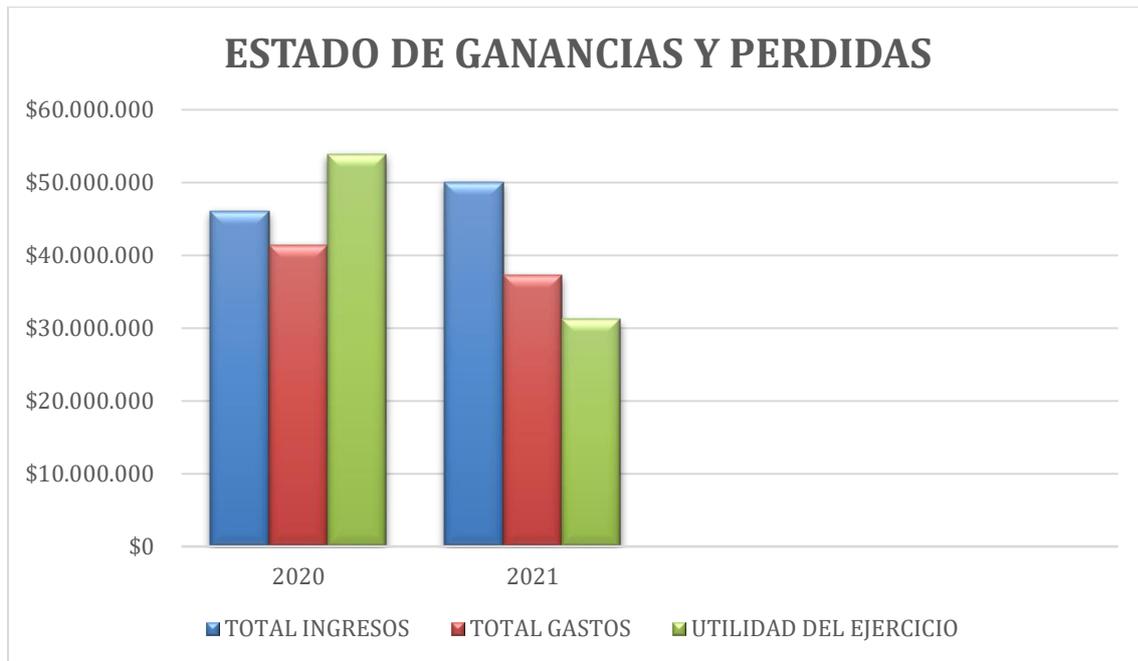
Los intereses de cesantías serán cancelados en enero de 2022, las cesantías en febrero 14 de 2022

Para este análisis se toma en cuenta también la NOTA 5 CUENTAS COMERCIALES POR PAGAR Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR, donde revisamos que el estudio cuenta con créditos, cuentas por pagar y Declaraciones que se deben realizar y como se puede observar el valor adeudado es menos que el total de activos y patrimonio, siendo este un punto a favor ya que nos permitirá generar nuevas deudas las cuales permitan pagar las actuales e incluir otras con mayor valor, siempre y cuando no dejando a un lado el análisis del rendimiento de la empresa.

- **Indicadores de diagnóstico financiero:**

El diagnóstico financiero se toma de un conjunto de indicadores que, a diferencia de los indicadores de análisis financiero, se construyen no solamente a partir de las cuentas del Balance General sino además de cuentas del Estado de Resultados, Flujo de Caja y de otras fuentes externas de valoración de mercado que la parte contable le suministre a la gerente del estudio.

Esto conlleva a que sus conclusiones y análisis midan en términos más dinámicos, y no estáticos, el comportamiento de una organización en términos de rentabilidad y efectividad en el uso de sus recursos, tal como se muestra en el siguiente gráfico:



NOTA 7 CAPITAL SOCIAL

De acuerdo a los registros oficiales de la compañía, el capital social a 30 de junio de 2021

CAPITAL	2020	2021
Capital Social	\$6.000.000	\$ 5.000.000
TOTAL CAPITAL	\$6.000.000	\$ 5.000.000



5.3 ANÁLISIS FINANCIACIÓN INTERNACIONAL.

Para este análisis se toma en cuenta la matriz DOFA ya que se toma una de las fortalezas que tiene el estudio como el músculo financiero. En base a esto se pueden implementar estrategias de marketing y compra de medios comunicativos como páginas en Facebook, Instagram, YouTube y otros, esto para ser más reconocidos a nivel nacional e internacional.

Se espera ingresar al mercado de los Países Europeos, Estados Unidos Y España.

Para esto se debe generar un rubro y presupuestar para el año 2022, tomándolo como adquisición de equipos y/o gastos operativos según como la contadora crea conveniente.

Se debe generar contrato de adquisición de servicios y cotizar el más factible para la empresa.



MONEDA FUNCIONAL Y TRADUCCIÓN DE MONEDA EXTRANJERA

Moneda funcional y moneda de presentación.

Los presentes estados financieros del STUDIO CHAKAR y su representante KAREN YEZENIA DELGADO CALDERÓN, son preparados en pesos colombianos, que corresponden a la moneda funcional y de presentación de la compañía, y que representa la moneda del entorno económico principal en que la entidad opera.

Transacciones y saldos.

Las transacciones en moneda extranjera se traducen a la moneda funcional usándolos tipos de cambio vigentes; es decir que se medirá en pesos colombianos aplicando la tasa representativa del mercado (TRM) emitida por el banco de la república en la fecha que ocurra la transacción.

Las ganancias y pérdidas por diferencias en cambio que resulten del pago de tales transacciones y de la traducción a los tipos de cambio, al cierre del año de activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera, se reconocen en el estado de resultado de periodo y otro resultado integral.

Las ganancias en cambio relacionadas con préstamos, efectivo y equivalente de efectivo se presentan en el estado de resultado del periodo y otro resultado integral en el rubro “Ingresos Financieros”. Las pérdidas en cambio se presentan en el estado de resultado del periodo y otro resultado integral en el rubro “Gastos Financieros”.

5.4 ANÁLISIS FLUJO DE FONDOS.

Como se dijo anteriormente el análisis de flujo de caja es importante, porque constituye un método de comprobación sobre la salud financiera de su empresa.

Para realizar el análisis del flujo de caja se debe estudiar los movimientos de dinero en efectivo del negocio para determinar los patrones más adecuados tanto para cobrar como para pagar, puesto que el objetivo de este análisis es mantener suficiente efectivo disponible para las operaciones mes a mes.

En esta ocasión se le dieron una serie de recomendaciones a la representante del estudio para que junto con sus colaboradores en la parte financiera revisaran temas como:

- Determine la cantidad de dinero que llegará a su empresa.
- Determine la cantidad de dinero que fluirá fuera de su empresa durante el mes. Esto son los gastos que se van a tener, que pueden incluir equipamientos para oficina, publicidad, nóminas, etc. También hay que contar con otros gastos trimestrales, como los impuestos.
- Determine el saldo efectivo
- Repita la operación al mes siguiente. Su saldo final del mes anterior se convierte en el saldo inicial para el siguiente.
- Si su flujo de caja se vuelve negativo en algún momento, usted tendrá que pedir dinero prestado para ese mes (o sacarlo de sus ahorros) si no quiere acumular deudas
- Trate de mantener su endeudamiento al mínimo y su entrada de efectivo superior a sus salidas para poder obtener los máximos beneficios.

5.5 PLAN DE MEJORAMIENTO

Uno de los estudios que se realizaron en este capítulo es la capacidad de endeudamiento que el estudio tiene, esto gracias a que sus activos se aumentaron de un año a otro y que se cuenta con planes de mejora que aporten al crecimiento.

Por otra parte, se recomienda iniciar con el plan financiero o estructura financiera para el siguiente año, ya que nuestro estudio de consultoría dejó un par de estrategias, objetivos y estudios que se consideran dispensables usar para el bien y crecimiento de la empresa tanto nivel regional como nacional ya que se piensa ampliar a otra ciudad como Bucaramanga.

Se les recomienda invertir en equipos, actualizar software y sistemas que permitan llegar a la parte internacional como se explicó anteriormente en esta consulta y que se le será socializado a los socios o representante de ESTUDIOS CHAKAR

Se evidencia que están cumpliendo con los pagos por concepto de aportes a los trabajadores, retenciones, impuestos e IVA por pagos.

Capítulo 6. Gerencia de Producción y Servicios

6.1 Análisis y evaluación de operaciones productivas y/o servicios

En Colombia hay más de 2.000 estudios webcam. Colombia es el segundo país del mundo con más modelos webcam después de Rumania. La industria ha permitido que más de 200.000 familias lleven sustento económico a sus hogares. La industria webcam genera más de 100.000 empleos en Colombia. En Este caso tal como se mencionó en los capítulos anteriores Studio Chakar cuenta con 10 habitaciones donde se desarrollan las operaciones cada una de ellas con un computador, una conexión a internet y una buena iluminación el cual se forma como un escenario perfecto para puesto de trabajo. Allí, ya sea en la mañana o la tarde, mujeres y hombres se ganan la vida en una industria que aún, con más mitos que verdades, sigue creciendo. Un negocio que vende experiencias a través de la red, y el cual ha tenido un importante aumento en sus ingresos a raíz de la pandemia.

6.2 Análisis y evaluación de tecnología, investigación y desarrollo

Flores y Esposito de D. (2014:22) se refieren a tecnología, en tanto ciencia y arte, es esa metodología propia o sistematización de conocimiento que deben cumplir para lograr la ciencia o arte. También se puede señalar como la conjunción de conocimiento y técnicas expresadas en productos, procesos o en servicios en general del sector industrial llámese maquinas, líquidos químicos, computadoras, transistores, resistencias, atención al cliente, asesorías, entre otra gran gama. Visto así la conceptualización de tecnología al referimos a la gestión

tecnológica no es más que el conocimiento teórico y práctico sistematizado, las autoras Flores y Esposito de D. (2014) la presenta como procesos de naturaleza técnica y gerencial que se llevan a cabo en organizaciones de distinta índole, con la finalidad de incluir al término tecnología en su filosofía de gestión, consecuentes decisiones operativas-prospectivas, e indudablemente tomando en cuenta el tipo de organización y el contexto en el cual se desempeña. Se puede concebir a la tecnología como la aplicación de recursos existentes a través de los cuales se obtienen fines prácticos, que permiten llevar a cabo procesos mayormente tangibles en las organizaciones, y cuyo fundamento radica en el manejo óptimo del conocimiento de áreas de ingeniería o científico, que en gran parte genera beneficios económicos a quienes la dominan.

Zorrilla (1997:131) define a la gestión tecnológica “como una actividad organizacional que instaure tecnología orientada a la consecución de objetivos y metas en una empresa, e incluye aspectos a evaluar dentro del rendimiento empresarial, a saber: calidad, efectividad, adición de valor y competitividad”, esta definición agrega una característica evaluadora al concepto, con lo cual se trabaja en una “retroalimentación” es de allí donde se indica que la empresa en estudio se encuentra en este sistema de forma constante, con lo cual se garantiza el desarrollo óptimo de la gerencia de tecnología basado en estándares de rendimiento, confianza en consecución de actividades a lo largo del tiempo, procesos consolidados y conocidos por las modelos y trabajadores de esta, y a su vez altas probabilidades de consolidación en el mercado de acción de la empresa.

6.3 Cadena de Valor

CADENA DE VALOR DE MICHAEL PORTER Es una herramienta para analizar todas las actividades de una empresa que clasifica y organiza los procesos de una empresa con el

propósito de enfocar los programas de mejoramiento, generando valor al cliente final, El foco de análisis de la cadena de valor es la unidad estratégica de negocios. El principio subyacente es que todas las tareas desempeñadas por una unidad de negocios pueden ser clasificadas en nueve categorías distintas. Cinco de ellas son las llamadas actividades primarias y las otras cuatro reciben el nombre de actividades de apoyo.

	Logística de entrada	Operaciones	Logística de salida	Marketing y ventas	Servicio
		<p>Elevada calidad de equipo gracias a grandes gastos de capital</p> <p>Estándares de comunicación similares a través de todo el país</p> <p>Estándares de comunicación similares a través de todo el país</p>		<p>Nuevo énfasis en marketing (aún débil)</p> <p>Bajo nivel de reconocimiento del nombre</p> <p>Relaciones de largo plazo con el cliente</p>	Servicio rápido y de excelente calidad.
Manejo de recursos humanos		Atrae a mujeres con deseos de incursionar en el mundo del modelaje web.		<p>Se recluta por redes sociales.</p> <p>Se recluta por la voz a voz</p>	Énfasis en entrenamiento técnico interno.
Desarrollo de Tecnología		<p>Liderazgo tecnológico a través de equipos de cómputo actualizado.</p> <p>Software acorde para hacer transmisiones óptimas.</p>			
Adquisiciones		Servicio de internet de alta calidad.			

Studio Chakar es una empresa de modelos webcam, creada en el año 2018 la cual cuenta con dos estudios.

Tabla 8. Studio Chakar es una empresa de modelos webcam, creada en el año 2018 la cual cuenta con dos estudios.

6.4 Herramientas para la Gerencia de Producción y Servicios como Estrategia de Productividad

El concepto de servicio, tiene hasta hoy muchas propuestas y pocas investigaciones científicas sobre su concepto, por ejemplo, según Stanton (2004) los servicios son "todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores". Otra definición similar es la que plantea Kotler (2003) que: "un servicio es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no puede vincularse a un producto físico."

La visión estratégica de las operaciones en la empresa Studio Chakar está orientada a generar valor al servicio a través de los modelos webcam con el objetivo de satisfacer al cliente y exceder sus expectativas. Por otra parte, esta empresa desde la alta dirección antes de buscar satisfacer al cliente externo, primero tiene en cuenta el cliente interno (empleados), esta razón radica en la cadena de utilidades.

La cadena de utilidades vincula las utilidades de la empresa con la satisfacción de los empleados y de los clientes.

Calidad interna: capacitación a los empleados, un ambiente de trabajo de calidad y un poderoso apoyo para quienes tratan con los clientes.

Empleados satisfechos y productivos.

Un valor agregado.

Clientes satisfechos y leales: clientes que refieren a otros clientes.

Utilidades y crecimiento saludables.

6.5 Procesos

6.5.1 Reclutamiento (Plan de mejora).

El reclutamiento es el proceso más importante dentro del Studio, esta toma el protagonismo total por la alta rotación del personal que trabaja como modelo webcam. Es por esto que los procesos deben ser rigurosos. Entre los cuales se debe cubrir:

Subir 50 anuncios gratis por internet por semana. Hablar con al menos 5 personas de manera efectiva al día.

Dar al menos 300 likes en las apps móviles.

Hacer campañas de esparcimientos a través del volanteo al menos una vez al mes.

Generar una publicidad de al menos \$200.000 en Facebook o AdWords. Son tareas sencillas, pero se deben tener siempre muy en cuenta, el estudio que no sea capaz de reclutar por sí mismo está condenado al fracaso. Su crecimiento debe estar dado por su facultad de reclutamiento y no por la producción que se genere mensual.

6.5.2 Entrevista

Es importante destacar que desde la entrevista se genera la fidelización de la modelo y se debe entender que es el lugar idóneo en donde el Studio se da a conocer por sus buenas prácticas con procedimientos correctos dentro de su trayectoria, seleccionándolo como la mejor opción de empleo; es decir comodidad y la posibilidad de cambiar la vida.

En la entrevista se tienen en cuenta los siguientes pasos:

- Requisito indispensable portar el documento de identidad donde certifique que es mayor de edad.
- Se comenta acerca de las condiciones que se tienen en cuenta para iniciar con las actividades.



-Una vez aceptadas las condiciones se procede a la toma de fotos y escaneo de documentos para apertura de perfiles.

-El siguiente paso es la firma de contrato.

-Firma de consentimiento informado.

-inducción.

6.5.3 Entrenamiento de modelos

Es en este momento es donde empieza a incursionar como modelo, y es en donde la modelo se da cuenta con qué clase de Studio está trabajando, es normal que a mayor nivel mejor es la capacitación; sin embargo, en Studio Chakar se busca que desde la primera capacitación sea fundamental para cada modelo y no para en unas simples informaciones. Cuando una modelo comienza sin este primer proceso no se puede esperar que le vaya bien, sin embargo, es importante mencionar una lista para considerar el entrenamiento de la modelo:

- Definición del perfil de la modelo.
- Capacitación de expresión corporal.
- ángulos y manejo de Cámara.
- Presentación personal (makeup, vestuario).
- Música acorde a cada uno de los shows.
- Conocimiento y uso de los juguetes sexuales.
- Terminología (squirt, pussy, pm, tits, ass entre otras).



6.6 Plan de mejoramiento

Se ha observado que para Studio Chakar Las redes sociales son fundamentales, es por esto por lo que se incluye dentro del plan de mejoramiento. Todo es publicidad, absolutamente todo se hace más grande o menos por medio de la publicidad es por esto que es sumamente importante tener un calendario de administración de las redes sociales, en donde todos los días se publique una o dos veces. Las redes sociales están moviendo el mundo y cada vez lo revolucionan más, si hay un correcto manejo de redes sociales solo queda el éxito. Es por esto que es necesario que el estudio cuente con un buen Facebook, Twitter e Instagram y aumentar sus seguidores, mediante estrategias que permita traer hacia las redes sociales de la empresa usuarios, con el fin de que se conviertan en clientes, que lleguen a la plataforma de la empresa, generando tráfico orgánico que cada una de las modelos puede empezar a administrar de manera segura y eficiente en acompañamiento especializado del personal de administración (Community Manager) de redes sociales dentro de la compañía.

Es este caso también es importante que sea el Studio las mantenga monitoreadas y generen contenido exclusivo para sus fans. Si el Studio no tiene control sobre las redes sociales de sus modelos, estos mismos podrían sacar los clientes de la página. Podrían estar en peligro porque nunca se sabe quién es quién al otro lado de la pantalla. La red social que debe tener cada modelo es Twitter, Snapchat e Instagram.

Capítulo 7. Planes Tácticos y Operativos

7.1 Concepto de Planeación Estratégica

7.2 Realizar un análisis externo

Realizar el análisis externo de manera asertiva es una de las mejores herramientas, en las que pueden apoyarse los consultores de empresas, ya que mediante estas permite identificar, cuales son las principales oportunidades aprovechando cada una de las fortalezas con las que existentes en la compañía.

De la mano con lo comentado anteriormente, se pueden identificar aquellos factores que representan una amenaza latente, revisando cada una de las debilidades para minimizar el impacto directo.

Con lo anterior podemos decir que el análisis DOFA es el principal aliado en la calificación de los factores externos, que se alinean con el aprovechamiento correcto de las estrategias.

Para el caso de Studio Chakar, la óptima utilización de cada una de las estrategias que se mostraran a continuación les permite jugar un papel importante, para continuar con el crecimiento que les ha permitido estar en operación desde la creación de la empresa.

7.2.1 Realizar un análisis interno

Por su parte, el análisis interno brinda información sobre el estado y la capacidad que posee la organización para conocer las debilidades y fortalezas que tiene la empresa. Lo que permitirá afrontar mejor los retos y desafíos que se le presenten.

7.2.2 Elaborar el diagnóstico y la formulación de objetivos

En relación con el diagnóstico de la situación, este nos permite ubicarnos en el entorno real en que se maneja la empresa y en base al diagnóstico se establecerán los objetivos; considerando la capacidad y la disponibilidad de recursos con los que se pueden contar.

De esa forma los objetivos resultan realistas, sin ser muy precarios, pero tampoco muy ambiciosos que luego sean imposibles de alcanzar.

7.2.3 Elaborar el análisis estratégico

Luego, considerando los datos y la información obtenida del análisis del entorno interno y externo de la empresa, de su capacidad y de la disponibilidad de **recursos**; se procede a determinar su posición estratégica.

7.2.4 Efectuar el análisis competitivo

Sin duda, en el análisis competitivo ya se determinan concretamente las fortalezas y debilidades que posee la empresa, así como las amenazas y oportunidades que enfrenta en el mercado objetivo que atiende. El uso del análisis **FODA o DAFO** es fundamental en este paso, debido a que ofrece información precisa sobre estos elementos en un mercado concreto.

7.3 Planeación Cuantitativa

Cuantitativa (Análisis de series temporales): Ajusta una línea de tendencia a una ecuación matemática y proyecta hacia el futuro por medio de esta ecuación. Aplican un conjunto de reglas matemáticas a una serie de datos anteriores para predecir resultados futuros.

a) Diagnostico Interno (MEFI), Diagnostico Externo (MEFE)

Tabla 9. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Oportunidades			
Gran demanda Laboral.	0,10	4	0,40
Aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación (TIC).	0,07	4	0,28
Cumplimiento con la normatividad para el funcionamiento optimo de la empresa.	0,06	4	0,24
Rentabilidad economica.	0,05	4	0,20
Relacionamiento en salas de exposicion a nivel nacional e internacional.	0,05	4	0,20
Capacitacion a nivel Nacional de la Industria.	0,05	4	0,20
Referentes a nivel Regional y Nacional.	0,04	3	0,12
Nuevas alianzas estrategicas para expansion del negocio.	0,05	4	0,20
Modelos independientes que quieren ingresar al Studio, por que se garantiza plan de trabajo.	0,04	3	0,12
Trabajar con plataformas que se dedican a ventas de contenido (OnlyFans, FansCenter, FansClub).	0,08	4	0,32
Amenazas			
Competencias desleales, Estudios ilegales.	0,03	2	0,06
Mal concepto ante la comunidad.	0,01	2	0,02
Alta competencia en la industria Nacional e Internacional.	0,06	2	0,12
Falta de apoyo de las entidades Territoriales en el proceso de asignar los permisos.	0,03	2	0,06
Bloque de cuentas bancarias, Nacional e Internacional.	0,07	2	0,14
Bloqueos de los perfiles de las modelos.	0,06	2	0,12
Surgimiento de nuevos competidores en la industria.	0,02	1	0,02
Estudios que cuentan con sus propias con sus plataformas de transmisiones.	0,03	1	0,03
TRM, Cambio de moneda cuando esta en un valor inferior al esperado.	0,04	2	0,08
Pago de sueldos antes de que las plataformas realicen el pago de los servicios generados .	0,06	2	0,12
	1,00		3,05

ANÁLISIS

El resultado obtenido para la empresa Studio Chakar es de 3,05 esto quiere decir que tiene más oportunidades que amenazas soportadas principalmente en la alta demanda laboral, en la tecnología presente para el tipo de servicio y en el cumplimiento del funcionamiento del tipo de empresa. Como entre las amenazas todas tienen un valor de 2 que significa una respuesta media, para la empresa Studio Chakar, presenta grandes dificultades por que tiene que ver con la competencia, mientras no se acabe el mercado informal y mientras existan empresas internacionales va a existir la amenaza latente.

Adicional de lo anterior, la posibilidad de bloqueos tanto en cuentas nacionales e internacionales, y los perfiles de las modelos, que representa una amenaza en el flujo del efectivo constante, esto unido a la fluctuación del cambio de la moneda extranjera, en el momento de realizar operaciones de cambio a la moneda nacional.

Tabla 10. Diagnóstico Interno (MEFI)

Fortalezas			
Buen Musculo Financiero.	0,09	4	0,36
Personal capacitado.	0,08	4	0,32
Somos el único estudio de la ciudad con un sistema de Trafico real para posicionamiento.	0,07	4	0,28
100% Acompañamiento y apoyo a nuestras modelos.	0,07	4	0,28
Aseguramiento de pagos de sueldos a las modelos en las fechas establecidas.	0,06	4	0,24
Pago del valor real del servicio prestado por las modelos.	0,06	4	0,24
Aseguramiento de herramientas e insumos para prestar el servicio.	0,05	4	0,20
Instaciones adecuadas y acorde para el buen funcionamiento y prestación de la compañía.	0,05	4	0,20
Se cuenta con tecnología por encima del standard para un excelente servicio.	0,05	4	0,20
Convenios con gimnasios, entidades de salud (ginecología, odontología), academias de idiomas (Ingles), entidades educativas.	0,04	4	0,16
Debilidades			
Baja participación en canales de promoción (Instagram, Facebook, Twitter).	0,04	2	0,08
No se cuenta con servidor propio para aseguramiento del contenido.	0,05	1	0,05
Garantizar la seguridad del anonimato.	0,03	2	0,06
Infraestructura en arriendo.	0,03	2	0,06
Falta de actitud de las modelos en las transmisiones o en vivos.	0,04	2	0,08
Falta de compromiso e interes de algunas modelos que impacta el desarrollo de las actividades de la empresa.	0,04	2	0,08
Personal encargados de la administración de los contenidos (No es fijo).	0,04	1	0,04
La rotacion de personal es moderada.	0,04	2	0,08
la influencia de youtubers para el fomento de indepenca de las modelos.	0,04	2	0,08
Nivel de escalaridad de las modelos (Modelos sin estudios o primarias).	0,03	1	0,03
	1,00		3,12

ANÁLISIS

El resultado para la empresa Studio Chakar es 3,12 es decir la empresa tiene más fortalezas que debilidades, siendo la debilidad más importante que no cuenta con un servidor que proteja la información.

Por otra parte se refleja una de las principales fortalezas del estudio chakar que es su músculo financiero, con el que se dió inicio a esta idea de negocios y con la que hoy en día demuestra que gracias a una buena inversión y análisis financiero se mantiene en el mercado apartando ingresos favorables.

b) Formulación Estratégica (PEYEA, IE, DOFA)

Tabla 11. PEYEA

FORTALEZA INDUSTRIAL		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
FI 1	Somos el único estudio de la ciudad con un sistema de Trafico real para posicionamiento.	0,40	5	2,00
FI 2	Aseguramiento de herramientas e insumos para prestar el servicio.	0,30	5	1,50
FI 3	Instalaciones adecuadas y acorde para el buen funcionamiento y prestación de la compañía.	0,10	4	0,40
FI 4	Se cuenta con tecnología por encima del standard para un excelente servicio.	0,20	6	1,20
FI 5				0,00
FI 6				0,00
FI 7				0,00
FI 8				0,00
FI 9				0,00
FI 10				0,00
		1,00		5,10

VENTAJA COMPETITIVA		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
VC 1	Baja participación en canales de promoción (Instagram, Facebook, Twitter).	0,40	-3	-1,20
VC 2	No se cuenta con servidor propio para aseguramiento del contenido.	0,20	-5	-1,00
VC 3	Infraestructura en arriendo.	0,20	-1	-0,20
VC 4	La rotación de personal es moderada.	0,20	-2	-0,40
VC 5				0,00
VC 6				0,00
VC 7				0,00
VC 8				0,00
VC 9				0,00
VC 10				0,00
		1,00		-2,80

FORTALEZA FINANCIERA		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
FF 1	Buen Musculo Financiero.	0,40	6	2,40
FF 2	Aseguramiento de pagos de sueldos a las modelos en las fechas establecidas.	0,30	5	1,50
FF 3	Pago del valor real del servicio prestado por las modelos.	0,20	5	1,00
FF 4	Pago de sueldos antes de que las plataformas realicen el pago de los servicios generados .	0,10	4	0,40
FF 5				0,00
FF 6				0,00
FF 7				0,00
FF 8				0,00
FF 9				0,00
FF 10				0,00
		1,00		5,30

ESTABILIDAD DEL ENTORNO		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
EA 1	Aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación (TIC).	0,30	-3	-2,70
EA 2	Rentabilidad economica.	0,20	-5	-4,80
EA 3	Relacionamiento en salas de exposicion a nivel nacional e internacional.	0,30	-4	-3,70
EA 4	Capacitacion a nivel Nacional de la Industria.	0,20	-2	-1,80
EA 5				0,00
EA 6				0,00
EA 7				0,00
EA 8				0,00
EA 9				0,00
EA 10				0,00
		1,00		-13,00

Tabla 12. DOFA

Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas	Fortalezas		Debilidades	
		F1 Buen Musculo Financiero. F2 Personal capacitado. F3 Somos el único estudio de la ciudad con un sistema de Trafico real para posicionamiento. F4 100% Acompañamiento u apoyo a nuestras modelos. F5 Aseguramiento de pagos de sueldos a las modelos en las fechas establecidas. F6 Pago del valor real del servicio prestado por las modelos. F7 Aseguramiento de herramientas e insumos para prestar el servicio. F8 Instalaciones adecuadas y acorde para el buen funcionamiento u prestación de la compañía. F9 Se cuenta con tecnología por encima del standard para un excelente servicio. F10 Convenios con gimnasios, entidades de salud (ginecología, odontología), academias de idiomas.		D1 Baja participación en canales de promoción (Instagram, Facebook, Twitter). D2 No se cuenta con servidor propio para aseguramiento del contenido. D3 Garantizar la seguridad del anonimato. D4 Infraestructura en arriendo. D5 Falta de actitud de las modelos en las transmisiones o en vivos. D6 Falta de compromiso e interés de algunas modelos que impacta el desarrollo de las. D7 Personal encargados de la administración de los contenidos (No es fijo). D8 La rotación de personal es moderada. D9 La influencia de youtubers para el fomento de independencia de las modelos. D10 Nivel de escalaridad de las modelos (Modelos sin estudios o primarias).
Oportunidades	Estrategias FO		Estrategias DO	
O1 Gran demanda Laboral. O2 Aprovechamiento de las tecnologías de la información u comunicación (TIC). O3 Cumplimiento con la normatividad para el funcionamiento optimo de la empresa. O4 Rentabilidad económica. O5 Relacionamiento en salas de exposición a nivel nacional e internacional. O6 Capacitación a nivel Nacional de la Industria. O7 Referentes a nivel Regional u Nacional. O8 Nuevas alianzas estrategicas para expansión del negocio. O9 Modelos independientes que quieren ingresar al Studio, por que se garantiza plan de. O10 Trabajar con plataformas que se dedican a ventas de contenido (OnlyFans, FansCenter.	F402: Desarrollo Mercado, Penetración en el Mercado F403: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto F404: Desarrollo Producto F405: Desarrollo Mercado F502: Desarrollo Mercado F503: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto F505: Desarrollo Mercado F803: Desarrollo Interno F904: Desarrollo Interno F805: Desarrollo Interno F102: Desarrollo Mercado F104: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto F701: Desarrollo Producto F703: Desarrollo Mercado F704: Desarrollo Mercado F202: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto F205: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto F302: Desarrollo Mercado F305: Desarrollo Mercado		D301: Desarrollo Interno D302: Desarrollo Interno D303: Desarrollo Interno D304: Desarrollo Interno D305: Desarrollo Interno D401: Desarrollo Interno D402: Desarrollo Interno D403: Desarrollo Interno D404: Desarrollo Interno D405: Desarrollo Interno	
			Resultado	
			# Desarrollo de Mercado	
			# Desarrollo Interno	
			# Desarrollo de Producto	
Amenazas	Estrategias FA		Estrategias DA	
A1 Competencias desleales, Estudios ilegales. A2 Mal concepto ante la comunidad. A3 Alta competencia en la industria Nacional e Internacional. A4 Falta de apoyo de las entidades Territoriales en el proceso de asignar los permisos. A5 Bloqueo de cuentas bancarias, Nacional e Internacional. A6 Bloqueos de los perfiles de las modelos. A7 Surgimiento de nuevos competidores en la industria. A8 Estudios que cuentan con sus propias con sus plataformas de transmisiones. A9 TRM, Cambio de moneda cuando esta en un valor inferior al esperado. A10 Pago de sueldos antes de que las plataformas realicen el pago de los servicios generados.	F4A3: Desarrollo de Producto F4A5: Desarrollo de Producto F8A5: Desarrollo Interno F1A2: Desarrollo Mercado F1A5: Desarrollo Mercado F4A2: Desarrollo de Producto F9A5: Diferenciación F3A7: Diferenciación F3A2: Desarrollo Mercado		D3A5: Desarrollo Interno, Penetración Mercado D4A5: Desarrollo Interno D2A2: Desarrollo Producto, Diferenciación D1A1: Desarrollo Producto D3A1: Desarrollo Producto D3A7: Desarrollo Mercado D2A5: Desarrollo Producto	

ANÁLISIS

Mediante el establecimiento de las variables internas (fortalezas y debilidades) y externas (oportunidades y amenazas) se establece que las estrategias más factibles para el crecimiento de la empresa de studio Chakar son las siguientes: desarrollo de mercado, desarrollo interno y desarrollo de producto. Cada una de ellas direccionada al continuo posicionamiento y crecimiento de la empresa.

c) Implementación (MPCE)

Tabla 13. Implementación (MPCE)

0.59 OPORTUNIDADES		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
01	Gran demanda Laboral.	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
02	Aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación (TIC).	0.07	4	0.28	4	0.28	4	0.28
03	Cumplimiento con la normatividad para el funcionamiento óptimo de la empresa.	0.06	4	0.24	4	0.24	4	0.24
04	Rentabilidad económica.	0.05	4	0.20	4	0.20	4	0.20
05	Relacionamiento en salas de exposición a nivel nacional e internacional.	0.05	3	0.15	3	0.15	3	0.15
06	Capacitación a nivel Nacional de la Industria.	0.05	4	0.20	3	0.15	4	0.20
07	Referentes a nivel Regional y Nacional.	0.04	4	0.16	3	0.12	3	0.12
08	Nuevas alianzas estratégicas para expansión del negocio.	0.05	4	0.20	4	0.20	4	0.20
09	Modelos independientes que quieren ingresar al Studio, por que se garantiza plan de trabajo.	0.04	3	0.12	4	0.16	3	0.12
010	Trabajar con plataformas que se dedican a ventas de contenido (OnlyFans, FansCenter, FansClub).	0.08	3	0.24	4	0.32	3	0.24
0.41		PONDERACIÓN		2,19		2,22		2,15

0.41 AMENAZAS		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
A1	Competencias desleales. Estudios ilegales.	0.03	2	0.06	1	0.03	2	0.06
A2	Mal concepto ante la comunidad.	0.01	1	0.01	1	0.01	2	0.02
A3	Alta competencia en la industria Nacional e Internacional.	0.06	3	0.18	2	0.12	3	0.18
A4	Falta de apoyo de las entidades Territoriales en el proceso de asignar los permisos.	0.03	3	0.09	3	0.09	3	0.09
A5	Bloqueo de cuentas bancarias, Nacional e Internacional.	0.07	3	0.21	3	0.21	3	0.21
A6	Bloqueos de los perfiles de las modelos.	0.06	2	0.12	3	0.18	3	0.18
A7	Surgimiento de nuevos competidores en la industria.	0.02	1	0.02	1	0.02	1	0.02
A8	Estudios que cuentan con sus propias con sus plataformas de transmisiones.	0.03	1	0.03	1	0.03	1	0.03
A9	TRM. Cambio de moneda cuando esta en un valor inferior al esperado.	0.04	2	0.08	3	0.12	2	0.08
A10	Pago de sueldos antes de que las plataformas realicen el pago de los servicios generados.	0.06	2	0.12	3	0.18	2	0.12
0.62		PONDERACIÓN		0,92		0,99		0,99

0.62 FORTALEZAS		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
F1	Buen Musculo Financiero.	0.09	4	0.36	4	0.36	4	0.36
F2	Personal capacitado.	0.08	4	0.32	3	0.24	4	0.32
F3	Somos el único estudio de la ciudad con un sistema de Trafico real para posicionamiento.	0.07	3	0.21	2	0.14	4	0.28
F4	100% Acompañamiento y apoyo a nuestras modelos.	0.07	4	0.28	4	0.28	3	0.21
F5	Aseguramiento de pagos de sueldos a las modelos en las fechas establecidas.	0.06	4	0.24	4	0.24	4	0.24
F6	Pago del valor real del servicio prestado por las modelos.	0.06	4	0.24	4	0.24	4	0.24
F7	Aseguramiento de herramientas e insumos para prestar el servicio.	0.05	3	0.15	3	0.15	4	0.20
F8	Instancias adecuadas y acorde para el buen funcionamiento y prestación de la compañía.	0.05	3	0.15	3	0.15	4	0.20
F9	Se cuenta con tecnología por encima del standard para un excelente servicio.	0.05	4	0.20	3	0.15	4	0.20
F10	Convenios con gimnasios, entidades de salud (ginecología, odontología, academias de idiomas)	0.04	3	0.12	3	0.12	3	0.12
0.38		PONDERACIÓN		2,27		2,07		2,37

0.38 DEBILIDADES		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
D1	Baja participación en canales de promoción (Instagram, Facebook, Twitter).	0.04	3	0.12	3	0.12	3	0.12
D2	No se cuenta con servidor propio para aseguramiento del contenido.	0.05	1	0.05	3	0.15	1	0.05
D3	Garantizar la seguridad del anonimato.	0.03	2	0.06	3	0.09	2	0.06
D4	Infraestructura en arriendo.	0.03	1	0.03	2	0.06	1	0.03
D5	Falta de actitud de las modelos en las transmisiones o en vivos.	0.04	3	0.12	3	0.12	3	0.12
D6	Falta de compromiso e interes de algunas modelos que impacta el desarrollo de las actividades de la	0.04	3	0.12	3	0.12	3	0.12
D7	Personal encargados de la administración de los contenidos (No es fijo).	0.04	2	0.08	3	0.12	2	0.08
D8	La rotacion de personal es moderada.	0.04	2	0.08	2	0.08	2	0.08
D9	La influencia de youtubers para el fomento de independencia de las modelos.	0.04	1	0.04	2	0.08	1	0.04
D10	Nivel de escalaridad de las modelos (Modelos sin estudios o primarias).	0.03	1	0.03	2	0.06	1	0.03
				0,73		1,00		0,73

	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
OPORTUNIDADES	3,7	2,19	3,7	2,22	3,6	2,15
AMENAZAS	2	0,92	2,1	0,99	2,2	0,99
FORTALEZAS	3,6	2,27	3,3	2,07	3,8	2,37
DEBILIDADES	1,9	0,73	2,6	1	1,9	0,73
TOTAL PONDERACIONES	PROM POND	6,11	PROM POND	6,28	PROM POND	6,24
		2,04		2,09		2,08



ANÁLISIS

Teniendo en cuenta el resultado, del análisis de los factores que se relacionan con la matriz MPEC (Matriz de Perfil Competitivo), la estrategia que toma más importancia es la de Desarrollo interno, con una ponderación de 6.28, donde se pueden aprovechar cada una de las fortalezas como su principal herramienta en la ejecución de sus procesos de crecimiento.

Seguido del desarrollo de producto con un total ponderado de 6.24 y por último la estrategia Desarrollo de Mercado que ayudará al impulso que ya tiene la empresa, para seguir siendo referente en la empresa.



d) Plano directo MICMAC.

Tabla 14. MICMAC.

		1:O	2:O	3:O	4:O	5:O	6:O	7:O	8:O	9:O	10:	11:	12:	13:	14:	15:	16:	17:	18:	19:	20:	
1: O1.G		0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2: O2. TEC		3	0	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	2	1	1	3	3	3	3	1
3: O3. J		3	2	0	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	1
4: O4. R		3	3	3	0	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	1
5: O5. R		3	2	2	2	0	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1
6: O6. C		3	3	3	3	3	0	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
7: O7. R		3	2	3	2	3	3	0	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1
8: O8. N		3	2	2	2	2	2	2	0	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
9: O9. M		3	2	3	3	2	2	2	2	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10: O10. T		3	3	2	3	2	2	2	2	3	0	3	3	3	3	2	2	2	2	1	2	1
11: F1.B		3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
12: F2. P		3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	0	3	3	1	1	2	1	1	1	1
13: F3. TF		3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	0	3	2	2	2	2	2	2	1
14: F4. 100%		3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	0	3	3	3	3	3	3	1
15: F5.P		3	2	2	3	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	0	3	1	2	1	1	1
16: F6. PVR		3	1	1	3	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	0	2	2	1	1	1
17: F7. H		2	3	2	2	1	1	1	1	2	3	3	3	3	3	2	2	0	2	3	1	1
18: F8. INS		3	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	0	1	1	1
19: F9. FATESEM		2	3	2	2	1	1	1	1	1	3	3	2	3	3	2	1	3	2	0	1	1
20: F10. CONVI		3	1	1	1	2	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0



ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
Avanzamos... ¡Es nuestro objetivo!



	1 : O	2 : O	3 : O	4 : O	5 : O	6 : O	7 : O	8 : O	9 : O	10 :	11 : F	12 : F	13 : F	14 : F	15 : F	16 : F	17 : F	18 : F	19 : F	20 : F
▶ 1 : O1.G	6417	5493	5094	5823	4710	4311	4320	4770	5535	5979	6138	5892	5721	5709	4776	4812	5160	4902	4518	3132
2 : O2. TEC	4818	4043	3772	4321	3499	3160	3190	3542	4097	4457	4577	4370	4247	4238	3522	3550	3825	3645	3344	2298
3 : O3. J	5495	4642	4316	4941	4006	3657	3647	4066	4676	5097	5217	5004	4839	4828	4060	4087	4383	4168	3839	2640
4 : O4. R	5908	5028	4667	5296	4320	3913	3922	4375	5049	5478	5616	5395	5235	5235	4350	4401	4718	4485	4108	2842
5 : O5. R	4952	4186	3875	4434	3584	3289	3293	3663	4230	4582	4685	4512	4360	4354	3646	3668	3940	3744	3427	2361
6 : O6. C	5568	4736	4388	5024	4048	3678	3711	4100	4746	5146	5301	5094	4918	4932	4103	4125	4421	4201	3868	2689
7 : O7. R	4939	4176	3893	4424	3597	3277	3263	3648	4202	4567	4673	4502	4357	4351	3636	3659	3936	3741	3423	2369
8 : O8. N	3668	3082	2867	3280	2637	2408	2413	2666	3093	3375	3465	3303	3222	3202	2670	2681	2885	2740	2510	1741
9 : O9. M	5943	5038	4697	5360	4324	3953	3971	4381	5069	5504	5654	5426	5270	5255	4391	4424	4754	4519	4161	2882
10 : O10. T	5278	4466	4129	4736	3812	3482	3482	3869	4490	4857	5000	4806	4653	4639	3872	3890	4175	3954	3640	2514
11 : F1.B	5868	4990	4613	5290	4272	3909	3911	4334	5023	5436	5548	5357	5191	5182	4345	4376	4688	4454	4106	2830
12 : F2. P	4876	4119	3800	4374	3508	3203	3201	3557	4137	4492	4623	4415	4300	4290	3556	3561	3842	3633	3320	2311
13 : F3. TF	5347	4531	4187	4804	3872	3536	3536	3930	4554	4955	5073	4876	4694	4713	3932	3951	4235	4029	3699	2553
14 : F4. 100%	5621	4751	4416	5055	4077	3717	3733	4139	4810	5195	5330	5092	4944	4933	4129	4159	4474	4248	3912	2683
15 : F5.P	4946	4189	3893	4437	3588	3254	3261	3625	4193	4583	4698	4507	4377	4363	3621	3662	3911	3732	3420	2370
16 : F6. PVR	4615	3871	3595	4134	3328	3036	3043	3386	3910	4275	4377	4196	4047	4054	3397	3381	3664	3481	3183	2195
17 : F7. H	4710	4010	3722	4234	3425	3126	3130	3475	4023	4377	4484	4319	4178	4171	3483	3513	3748	3579	3298	2273
18 : F8. INS	3670	3083	2867	3277	2634	2402	2409	2674	3105	3376	3461	3316	3214	3202	2675	2684	2898	2746	2510	1734
19 :	4386	3723	3458	3947	3178	2906	2910	3225	3725	4072	4179	4002	3891	3889	3243	3242	3514	3325	3033	2119
20 : F10.	2961	2487	2314	2642	2150	1944	1948	2186	2505	2730	2791	2686	2590	2597	2165	2181	2342	2230	2041	1407



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
 Pamplona - Norte de Santander - Colombia
 Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750

Capítulo 8. Indicadores Gestión y Balanced Scorecard

8.1 Perspectiva de Clientes

En esta perspectiva se responde a las expectativas de los Clientes. Del logro de los objetivos que se plantean en esta perspectiva dependerá en gran medida la generación de ingresos, y por ende la "generación de valor" ya reflejada en la Perspectiva Financiera.

La satisfacción de clientes estará supeditada a la propuesta de valor que la organización o empresa les plantee. Esta propuesta de valor cubre básicamente, el espectro de expectativas compuesto por calidad, precio, relaciones, imagen que reflejen en su conjunto la transferencia de valor del proveedor al cliente.

8.2 Perspectiva de Procesos Internos

Usualmente, esta perspectiva se desarrolla luego que se han definido los objetivos e indicadores de las perspectivas financiera y de clientes. Esta secuencia logra la alineación e identificación de las actividades y procesos clave, y permite establecer los objetivos específicos, que garanticen la satisfacción de los accionistas y clientes.

1. Fidelización y crecimiento de la empresa en los medios digitales, aprovechados como herramientas para la fidelización de clientes:
2. Conformar red de modelos a vincular, mediante capacitación e innovación permanentes de nuestros servicios.
3. Adquirir y adecuar permanentemente la infraestructura física y tecnológica empleada en nuestros servicios.

8.3 Perspectiva de Capacidades

La cuarta perspectiva se refiere a los objetivos e indicadores que sirven como plataforma o motor del desempeño futuro de la empresa, y reflejan su capacidad para adaptarse a nuevas realidades, cambiar y mejorar, asegurando la permanencia y la creación de valor hacia el futuro

Estas capacidades están fundamentadas en las competencias medulares del negocio, que incluyen las competencias de su gente, el uso de la tecnología como impulsor de valor, la disponibilidad de información estratégica que asegure la oportuna toma de decisiones y la creación de un clima cultural propio para afianzar las acciones transformadoras del negocio.

A menudo, como resultado de la focalización en objetivos financieros de corto plazo, los gerentes toman decisiones que desmejoran la preparación de las capacidades futuras de su gente, de sus sistemas, tecnologías y procesos organizacionales.

La consideración de esta perspectiva dentro del Balanced Scorecard, refuerza la importancia de invertir para crear valor futuro, y no solamente en las áreas tradicionales de desarrollo de nuevas instalaciones o nuevos equipos, que sin duda son importantes, pero que hoy en día, por sí solas, no dan respuesta a las nuevas realidades de los negocios.

Algunos indicadores típicos de esta perspectiva incluyen:

- Brecha de competencias clave (personal)
- Desarrollo de competencias clave



- Retención de personal clave
- Captura y aplicación de tecnologías y valor generado
- Ciclo de toma de decisiones clave
- Disponibilidad y uso de información estratégica
- Progreso en Sistemas de Información Estratégica
- Satisfacción del personal
- Clima organizacional



Recomendaciones o Plan de Mejora

Teniendo en cuenta el estudio realizado por PRISMA CONSULTORES realiza las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda buscar herramientas de publicidad segmentada (capacidad de dividir al público objetivo al que destinamos la publicidad, en función de ciertas características predefinidas acorde a nuestros intereses) exclusiva para modelos webcam que logra atraer de forma orgánica usuarios reales que están en búsqueda de entretenimiento para adultos o transmisiones de modelos webcam. En la actualidad es una necesidad indispensable la visibilidad de las modelos webcam en redes de publicidad de contenido para adultos, con ello pueden incrementar sus posibilidades de atraer nuevos usuarios a sus transmisiones y con ello nuevas relaciones virtuales que permitan incrementar sustancialmente sus ingresos.
2. En base a esto se recomienda un análisis constante de la conducta de los consumidores, entender este comportamiento es importante para decidir qué red social se utilizará con más profundidad para utilizar estrategia de marketing digital, montando contenido innovador, que permita aumentar las visitas de los consumidores, realizar y colgar contenido que incite a los clientes a visitar los perfiles de las modelos y contenido que muestre los servicios que presta el estudio CHAKAR.

3. Identificar y concretar oportunidades de venta del servicio como respuesta a las tendencias, gustos y necesidades de los clientes, es posible gracias a un análisis extenso de datos en tiempo real. Esta FIDELIZACIÓN se puede lograr analizando los resultados de las acciones implementadas y a implementar, perfeccionando la estrategia para captar y retener a los clientes, ofreciendo los beneficios adecuados y personalizados para cada uno de ellos.

Se recomienda realizar una gestión de fidelización de clientes, por medio de proveedor global de productos de Tecnologías de la información, de vanguardia para mejorar el compromiso del cliente. La experiencia global de esta tecnología en proyectos ha ayudado a decenas de organizaciones a mejorar la fidelización de los clientes.

Esto se basa en utilizar un mecanismo de Inteligencia Artificial y Aprendizaje Automático para ayudarle a identificar los patrones de búsquedas de los servicios más apetecidos por los clientes.

Se puede realizar, mediante la búsqueda de los mejores software de lealtad que tengan experiencia en estudios webcam , solicitar portafolio ,cotización de servicios , evaluar el presupuesto , adquirir el servicio e iniciar la implementación de esta tecnología.



Conclusiones

La importancia de una consultoría radica en la ventaja de establecer las estrategias de desarrollo de la empresa a un documento secuencial y técnico que permita controlar y evaluar a la empresa en su conjunto donde se puede tener como ventajas: analizar la situación real de la empresa, aporte las decisiones comerciales y de negociación, obligar a que los procesos sean sistemáticos y con criterio técnico, evaluación de las ventas, garantizar un proceso histórico del desarrollo de la empresa y los ajustes que se han realizado, realizar proyecciones para la expansión de la empresa, elaborar el presupuesto en función de la realidad de la empresa y estableciendo los posibles riesgos.

La importancia de la elaboración y aplicación de una consultoría, como el conjunto de reglas y parámetros para a lo largo del cumplimiento del proyecto y objetivos de ventas, radica en la integración de todo los recursos materiales y humanos que, en un solo sentido y objetivo, ponen todo su esfuerzo para alcanzar las metas establecidas. La consultoría, debe ser un documento técnico que obedece a un estudio previo sobre las condiciones de la empresa, por lo cual es necesario que no existan condiciones personales de altos directivos, accionistas o cualquier integrante de la empresa que sesgue el desarrollo del plan.

En el presente trabajo se desea desarrollar una consultoría para la empresa, Studio Chakar, una empresa perteneciente a la industria webcam ubicada en Cúcuta Norte de Santander. Es el tercer año de funcionamiento cuando la empresa todavía es joven, hizo una pequeña inversión en inmobiliario, busca rentabilizar su inversión.



Con el presente plan se ha analizado el entorno exterior de la empresa, donde se ha detallado la situación actual en el país. Por una parte, se han detectado las principales oportunidades y fortalezas que tiene la empresa.

En conclusión, la consultoría es necesario, para que la empresa tenga una guía que permita conocer la situación actual y realizar las proyecciones futuras para el desarrollo del negocio; el plan debe ser siempre técnico y debe involucrar a todo el personal de empresa, de manera que conforme un trabajo en conjunto para alcanzar los objetivos planteados.

Por otra parte, para poder llevar a cabo un negocio lo más recomendable es realizar un plan en el cual incluya toda la información necesaria como se mencionó anteriormente, con el fin de saber qué dirección lleva el proyecto, los riesgos que esto conlleva y qué estrategias que se deben seguir para la búsqueda de los objetivos. Es necesario aclarar que el hecho de contar con un plan de consultoría no asegura el éxito de una empresa o negocio, pero si hace el camino y la realización de ello más fácil y certero ya que teniendo un plan desarrollado esto permite anticiparse y prevenir ciertos sucesos y en el peor de los casos ayuda a amortiguar el impacto y que este sea lo más leve posible.

Una clave muy importante del porqué es necesario contar con un plan de negocio bien preparado es que ayuda a la obtención de recursos financieros, porque dependiendo de qué tan viable es el proyecto es más fácil la obtención de los recursos para la inversión ya sea con socios interesados en el proyecto o mediante instituciones financieras. Por el impacto de las pymes en el país, es importante instrumentar acciones para mejorar el entorno económico y apoyar directa e indirectamente a las empresas, con el propósito de crear las condiciones que contribuyan a su establecimiento, desarrollo y consolidación. De ahí la importancia de una



ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
Avanzamos... ¡Es nuestro objetivo!



consultoría, ya que todas las instituciones privadas que apoyan en distintos aspectos a los emprendedores para poner en marcha su idea, lo primero que solicitan es un Plan de Negocios.



SC-CER96940



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750



Referencias bibliográficas

Amaya, A., Canaval,, & Viáfara (2005). Estigmatización de las trabajadoras sexuales: influencias en la salud. Colombia Médica.

Arango, L., & Londoño, D. (2016). Posicionamiento legal y reconocimiento social del cibersexo en Colombia. Corporación universitaria minuto de Dios.

Arango, M. C. (2006). La prostitución universitaria “las prepagos”. Medellín: Universidad pontificia bolivariana

Arias & Alvarado (2015). Investigación narrativa: apuesta metodológica para la construcción social de conocimientos científicos.

Arturo, D. y Cante, F.E. (2017). Prostitución y desigualdad socioeconómica.

Baron, R., & Byrne, D. (2005). Psicología social. Madrid: Pearson Education

Bañuls, M. (2011). Registrar y revelar; transmitir y generar sensaciones.

Ohórquez, I. M., Caballero, S., Carrera, L., Chávez, R., Espinoza, R., Flores, L., Pereyra, H. (2017). Factores asociados a síntomas depresivos en trabajadoras sexuales

Bravo, L. K. (2007). El trabajo sexual: Un derecho estigmatizado en Colombia.

Buitrago, G. A. (2017). Vivir de la ilusión del sexo: así es el mundo de los modelos webcam. El Mundo

Bustos, J. (2017). La polémica y lucrativa industria de las modelos webcam en Colombia. El Portafolio.

Cabrales, G. (2019). El cibersexo, fenómeno contemporáneo de la cibercultura en jóvenes universitarios. universidad de la costa.

Cambra, J., & Ruiz, R., Berbel, J. M., & Vázquez, R. (2011). Podemos fidelizar clientes inicialmente insatisfechos.

Reyes, S. (2011). Servicios empresariales y consultoría



SC-CER96940





ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
Avanzamos... ¡Es nuestro objetivo!



Sanoja, O. (2012). Una solución inteligente y eficiente de soporte de mercadeo: Propuesta de consultoría.

Millán, V. (2013). Diez claves para poner en marcha una consultoría en exitosa.

Ibarra, D. (2012). Modelo de consultoría.



SC-CER96940



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750