



Plan de negocios para la creación de JAX DIGITAL: agencia de marketing digital en la
ciudad de Cúcuta, norte de Santander

Autora

Dicnery Alexandra Vivas Pérez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta (Norte de Santander)

Programa Administración de Empresas

Julio 2026.

Plan de negocios para la creación de JAX DIGITAL: agencia de marketing digital en la
ciudad de Cúcuta, norte de Santander

Autora

Dicnery Alexandra Vivas Pérez ID 892895

Plan de negocio presentado como requisito para optar al título de Administrador de
Empresas

Asesora

Estefanía Angarita Vega

Mg. En Administración

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Administración de Empresas

Julio 2026.

Dedicatoria

Este trabajo es el resultado del esfuerzo, la constancia y el amor propio. Representa cada reto superado, cada aprendizaje adquirido y el apoyo de las personas que han estado a mi lado durante este proceso.

En primer lugar, dedico este trabajo a Dios por darme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia para afrontar cada desafío y permitirme alcanzar una de las metas más importantes de mi vida. Su guía y sus bendiciones fueron fundamentales para no desfallecer en los momentos de dificultad.

A mi madre, por ser mi mayor inspiración y mi refugio en los momentos difíciles. Gracias por tu amor incondicional, por tus consejos y por creer en mí incluso cuando yo dudaba. Cada uno de mis logros lleva una parte de ti y es también el reflejo de todo el esfuerzo y los valores que me has enseñado.

A mi pareja, por acompañarme durante este camino con paciencia, apoyo y confianza. por compartir conmigo tus conocimientos, por aportar al desarrollo de este proyecto y por ser parte fundamental de este sueño. Tu respaldo y motivación fueron esenciales para llegar hasta este momento.

A la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), por brindarme una formación integral y las herramientas necesarias para crecer tanto en el ámbito académico como personal. En sus aulas no solo adquirí conocimientos, sino también la convicción de que el emprendimiento es una oportunidad para transformar realidades, generar impacto y contribuir al desarrollo de la sociedad.

Dicnery Alexandra vivas Pérez

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para afrontar cada etapa de este camino.

A mi madre, por su amor incondicional, su sacrificio y por ser el motor que impulsa cada una de mis metas. Este logro es tan tuyo como mío.

A mi pareja, por su apoyo constante, por creer en este proyecto y por aportar su conocimiento en momentos clave del desarrollo de este trabajo. Su presencia hizo más liviano el camino.

A la Corporación Universitaria Minuto de Dios — UNIMINUTO, por brindarme una formación integral, con valores humanos y visión social, que me permitió no solo crecer como profesional sino también como persona.

A los docentes que hicieron parte de mi proceso formativo, por compartir su conocimiento y experiencia, y por contribuir a mi desarrollo académico y personal.

Finalmente, agradezco a cada una de las empresas y personas que participaron en la investigación de mercado, cuya colaboración fue esencial para este proyecto de emprendimiento.

Dicnery Alexandra vivas Pérez

Contenido

Resumen.....	12
Abstract.....	13
Introducción.....	14
CAPÍTULO I. Generalidades.....	16
1 Identificación del modelo de negocio	16
1.1 Situación encontrada.....	16
1.2 Objetivos	17
1.2.1 Objetivo general.....	17
1.2.2 Objetivos específicos	18
1.3 Justificación	18
1.4 Marco Referencial.....	20
1.4.1 Marco teórico	20
1.4.2 Marco conceptual	21
1.4.3 Marco legal.....	24
1.5 Concepto de negocio.....	25
1.5.1 Descripción de la idea de negocios según modelo Canvas	26
1.5.2 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios.....	34
1.5.3 Población.....	35
1.5.4 Muestra.....	35
1.5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	35
1.6 Alcances y limitaciones	36
CAPÍTULO II Modulo de Mercado.....	38
2 Módulo de mercado	38

2.1	Investigación de mercado.....	38
2.1.1	Análisis del mercado	38
2.1.2	Identificación del cliente	48
2.1.3	Buyer person	49
2.1.4	Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor	51
2.2	Análisis de competencia.....	52
2.3	Marketing Mix	54
2.4	Tendencias del mercado.....	59
CAPÍTULO III	Modulo Técnico u operación.....	61
3	Modulo Técnico u operación	61
3.1	Descripción del Proceso.....	61
3.1.1	Innovación en proceso y producto (Valor diferenciador)	62
3.1.2	Diagrama de flujo de producción o del servicio.....	64
3.1.3	Recursos necesarios para operación óptima.....	65
3.2	Diseño de planta.....	66
3.3	Propuesta de Valor	66
3.4	Validación de la idea.....	67
3.5	Prueba piloto	69
3.5.1	Testeo y Feedback.....	69
CAPÍTULO IV	Modulo Organizacional.....	70
4	Estructura Organizacional.....	70
4.1	Misión y Visión.....	70
4.2	Valores corporativos	70
4.3	Objetivos estratégicos	72
4.4	Organigrama y Perfiles	72
4.4.1	Estructura orgánica.....	73

4.4.2	Perfiles	74
4.5	Constitución Empresa y Aspectos Legales	77
4.5.1	Forma legal de la empresa.....	77
4.5.2	Registro y constitución.....	78
4.5.3	Capital social.....	79
4.5.4	Requisitos legales y regulatorios.....	80
4.5.5	Impuestos y obligaciones fiscales	82
4.5.6	Protección de propiedad intelectual	83
4.5.7	Cumplimiento normativo y ético.....	84
4.5.8	Asesoramiento legal	84
4.6	Gastos de Puesta en Marcha.....	84
4.7	Condiciones comerciales.....	86
CAPÍTULO V Modulo Financiero		89
5	Modulo Financiero.....	89
5.1	Proyección de ventas.....	89
5.1.1	Tamaño del mercado	90
5.1.2	Tabla de proyección de ventas y Justificación	91
5.1.3	Participación del mercado	92
5.1.4	Política de cartera.....	93
5.2	Inversión y financiación.....	94
5.2.1	Plan de inversión	95
5.2.2	Estrategias de financiamiento.....	96
5.2.3	Costos y gastos de operación	99

Los costos y gastos de operación son todos los gastos que tiene un negocio para funcionar día a día.
Se dividen en dos: los que cambian según cuánto se vende y los que toca pagar fijo cada mes.

Conocerlos bien es clave para saber si el negocio es rentable y para poner precios que realmente cubran todo.....	99
5.2.4 Costo variable unitario	100
5.2.5 Costos fijos.....	101
5.3 Proyección de ingresos, costos y gastos.....	102
5.4 Estados financieros	104
5.4.1 Balance General (proyectado a 5 años).....	104
5.4.2 Estado de Resultados (proyectado a 5 años)	106
5.4.3 Flujo de caja (proyectado a 5 años).....	107
5.5 Evaluación del proyecto.....	108
5.5.1 VAN	109
5.5.2 TIR	110
5.5.3 Punto de equilibrio	111
5.5.4 Razones Financieras.....	113
CAPÍTULO VI Impactos.....	118
6 Impactos	118
6.1 Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros)	119
CAPÍTULO VII Conclusiones.....	121
7 Conclusiones	121
CAPÍTULO VIII Recomendaciones.....	123
8 Recomendaciones.....	123
Referencias.....	126

Lista de tablas

Tabla 1 ¿Actualmente tiene un negocio o emprendimiento?	36
Tabla 2 ¿Qué tipo de negocio tiene?	36
Tabla 3 ¿Cuánto tiempo lleva funcionando su negocio?	36
Tabla 4 ¿Promociona su negocio en redes sociales?	36
Tabla 5 ¿En qué redes sociales promociona su negocio?	36
Tabla 6 ¿Quién maneja actualmente las redes sociales de su negocio?	36
Tabla 7 ¿Cuál es su principal objetivo al usar redes sociales?	36
Tabla 8 ¿Qué dificultades tiene al promocionar su negocio en redes sociales?	36
Tabla 9 ¿Qué tan importante considera el marketing digital para el crecimiento de su negocio?	36
Tabla 10 ¿Estaría interesado en contratar servicios de marketing digital para su negocio?	36
Tabla 11 ¿Qué servicios de marketing digital le interesarían más?	36
Tabla 12 ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir mensualmente en marketing digital para su negocio?	36
Tabla 13 Análisis comparativo de factores competitivos entre JAX Digital S.A.S. y sus competidores directos en el mercado de Cúcuta.	52
Tabla 14 Ficha técnica de servicio JAX Digital S.A.S.	63
Tabla 15 Perfil del cargo de gerente general del emprendimiento JAX Digital S.A.S.	74
Tabla 16 Perfil del cargo de Especialista en marketing del emprendimiento JAX Digital S.A.S.	75
Tabla 17 Perfil del cargo de diseñador gráfico y creador de contenido del emprendimiento JAX Digital S.A.S.	76
Tabla 18 Gastos de puesta en marcha del emprendimiento JAX Digital S.A.S.	85
Tabla 19 Precios de los servicios del emprendimiento JAX Digital S.A.S.	86
Tabla 20 Datos base y punto de equilibrio por servicio — JAX Digital S.A.S.	89

Tabla 21	Proyección de ventas a 5 años — JAX Digital S.A.S. (CAGR 20%).....	89
Tabla 22	Datos base y punto de equilibrio por servicio — JAX Digital S.A.S.	91
Tabla 23	Proyección de ventas a 5 años — JAX Digital S.A.S. (CAGR 20%).....	91
Tabla 24	Plan de inversión y financiación de JAX Digital	95
Tabla 25	Financiamiento de JAX DIGITAL	95
Tabla 26	Plan de financiamiento de JAX DIGITAL.....	98
Tabla 27	Amortización estimada del crédito – JAX DIGITAL	98
Tabla 28	Costos y gastos mensuales de operación del emprendimiento JAX Digital S.A.S.	100
Tabla 29	Costos variables por concepto del emprendimiento JAX Digital S.A.S.	101
Tabla 30	Costos y gastos mensuales de operación del emprendimiento JAX Digital S.A.S.	102
Tabla 31	Proyección de ingresos, costos y gastos del emprendimiento JAX Digital S.A.S.	103
Tabla 32	Balance general proyectado de JAX DIGITAL S.A.S.....	105
Tabla 33	Estado de Resultados proyectado – JAX DIGITAL (2026 – 2030).....	106
Tabla 34	Flujo de caja proyectado — Jax digital s.a.s.....	107
Tabla 35	Proyección de ventas de los servicios del emprendimiento JAX DIGITAL.....	111
Tabla 36	Indicadores financieros	113
Tabla 37	Indicadores de liquidez proyectados (2026-2030)	114
Tabla 38	Indicadores de rentabilidad proyectados (2026-2030).....	116

Lista de figuras

Figura 1 Lienzo de modelo de negocio de JAX DIGITAL.....	34
Figura 2 Distribución de encuestados con negocio o emprendimiento activo.....	39
Figura 3 Tipo de negocio de los encuestados	40
Figura 4 Tiempo de funcionamiento del negocio	41
Figura 5 Uso de redes sociales para promocionar el negocio	41
Figura 6 Redes sociales utilizadas para promocionar el negocio.....	42
Figura 7 responsable de la gestión de redes sociales del negocio.....	43
Figura 8 Objetivo principal del uso de redes sociales.....	44
Figura 9 Dificultades al promocionar el negocio en redes sociales	45
Figura 10 Importancia del marketing digital en el crecimiento del negocio.....	45
Figura 11 Interés en contratar servicios de marketing digital	46
Figura 12 Servicios de marketing digital de mayor interés	47
Figura 13 Disposición de inversión mensual en marketing digital	48
Figura 14 Buyer persona del cliente ideal del emprendimiento JAX Digital S.A.S.....	50
Figura 15 Logotipo del emprendimiento JAX Digital S.A.S.....	57
Figura 16 Flujograma del proceso de prestación de servicios del emprendimiento JAX Digital S.A.S....	64
Figura 17 Moodboard conceptual de la identidad visual de JAX DIGITAL.	68
Figura 18 Organigrama de la estructura organizacional del emprendimiento JAX Digital S.A.S	73

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo formular un plan de negocios para la creación de JAX DIGITAL, una agencia de marketing digital enfocada en brindar soluciones estratégicas a micro y pequeñas empresas de la ciudad de Cúcuta Norte de Santander. La propuesta surge de la necesidad de fortalecer la presencia digital de los negocios locales mediante servicios como la gestión de redes sociales, el diseño gráfico, la publicidad digital y la creación de contenidos.

El proyecto se fundamenta en conceptos de emprendimiento, marketing digital y planificación estratégica, empleando una metodología cuantitativa. Su desarrollo incluyó un estudio de mercado para identificar las necesidades y expectativas del segmento objetivo, complementado con análisis técnicos, administrativos, legales y financieros para evaluar la viabilidad de la iniciativa.

Los resultados revelan una oportunidad de mercado para establecer la agencia y demuestran que el proyecto es viable tanto comercial como financieramente. En conclusión, JAX DIGITAL representa una iniciativa empresarial con el potencial de contribuir a la transformación digital de las micro y pequeñas empresas de Cúcuta, impulsando su crecimiento, competitividad y posicionamiento en el entorno digital.

Palabras clave: marketing digital, emprendimiento, pymes, digitalización, agencia digital, viabilidad.

Abstract

This study aims to formulate a business plan for the creation of JAX DIGITAL, a digital marketing agency focused on providing strategic solutions to micro and small businesses in the city of Cúcuta, Norte de Santander. The proposal arises from the need to strengthen the digital presence of local businesses through services such as social media management, graphic design, digital advertising, and content creation.

The project is grounded in concepts of entrepreneurship, digital marketing, and strategic planning, employing a quantitative methodology. Its development included a market study to identify the needs and expectations of the target segment, complemented by technical, administrative, legal, and financial analyses to evaluate the initiative's viability.

The results reveal a market opportunity for establishing the agency and demonstrate that the project is both commercially and financially viable. In conclusion, JAX DIGITAL represents a business initiative with the potential to contribute to the digital transformation of micro and small businesses in Cúcuta, driving their growth, competitiveness, and positioning within the digital landscape

Keywords: digital marketing, entrepreneurship, SMEs, digitalization, digital agency, viability.

Introducción

El internet hace parte de casi todas las actividades de una empresa. La manera de promocionar productos y servicios cambió, y cada vez más negocios necesitan tener presencia en medios digitales para llegar a nuevos clientes y mantenerse competitivos.

A pesar de esto, muchas micro y pequeñas empresas de San José de Cúcuta todavía no aprovechan todas las herramientas que ofrece el marketing digital. Algunas administran sus redes sociales sin conocimientos suficientes y otras simplemente no cuentan con una estrategia que les permita crecer. Esto limita su visibilidad y reduce las oportunidades de aumentar sus ventas.

A partir de esta situación nace la idea de negocio JAX DIGITAL surgió de la necesidad de ofrecer soluciones de marketing digital reales y prácticas, dirigidas específicamente a los emprendedores, microempresas y pequeños negocios de la ciudad. Ofrecemos una variedad de servicios desde la gestión de redes sociales y la creación de contenidos hasta el diseño de campañas publicitarias, la construcción de marca y la consultoría personalizada para que cada cliente encuentre una opción que se ajuste a sus objetivos y presupuesto.

Este proyecto se centra en la elaboración de un plan de negocios para determinar la viabilidad de esta iniciativa. Con el fin de comprender mejor el mercado local, realizamos encuestas a propietarios de negocios sobre sus necesidades, el uso actual que hacen de los medios digitales y su interés en colaborar con una agencia como la nuestra.

Con la información obtenida se estructuraron los diferentes componentes del plan de negocios. En primer lugar, se desarrolló el modelo de negocio y se analizaron los aspectos comerciales, técnicos, organizacionales, legales y financieros de la propuesta. Finalmente, se

llevó a cabo la evaluación financiera mediante diversas herramientas de análisis, con el fin de determinar la viabilidad económica de la idea de negocio y establecer si representa una alternativa rentable para su futura implementación.

Este trabajo busca demostrar que JAX DIGITAL representa una oportunidad de emprendimiento con posibilidades de crecimiento. Al mismo tiempo, pretende aportar una solución para que las micro y pequeñas empresas de Cúcuta fortalezcan su presencia digital y puedan competir de mejor manera en un mercado donde el uso de las herramientas tecnológicas es cada vez más importante.

CAPÍTULO I. Generalidades

1 Identificación del modelo de negocio

1.1 Situación encontrada

La transformación digital ha cambiado la manera en que las empresas promocionan sus productos y servicios, además de fortalecer la interacción con los consumidores a través de medios digitales. En la actualidad, las redes sociales y las plataformas digitales se han convertido en herramientas fundamentales para mejorar el posicionamiento, aumentar la visibilidad y fortalecer la competitividad de los negocios. Sin embargo, muchas micro y pequeñas empresas de la ciudad de Cúcuta aún presentan dificultades para implementar estrategias de marketing digital que les permitan aprovechar estos canales de manera efectiva.

Muchas empresas ya utilizan las redes sociales como parte de sus operaciones, pero a menudo lo hacen mediante un enfoque de prueba y error sin orientación profesional ni una estrategia clara. Este planteamiento limita la eficacia de su marketing, ya que no siempre saben cómo crear contenido relevante, analizar resultados o diseñar campañas alineadas con sus objetivos comerciales específicos. Este desafío no es exclusivo de la ciudad; es una problemática generalizada en toda Colombia.

Según Sarmiento Suárez, Gutiérrez Navas y Ramírez Montañez (2025), muchas micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) colombianas enfrentan dificultades en su digitalización debido a la falta de tecnología, recursos financieros y capacitación en herramientas digitales. Esto dificulta su capacidad para competir en el mercado actual, cada vez más digitalizado. Posada Haddad (2025) también destaca que la transformación digital es

fundamental para el crecimiento y la sostenibilidad de las pequeñas empresas, especialmente en ciudades fronterizas como Cúcuta.

Por su parte, la OCDE (2015) señala barreras comunes para las pymes como la limitación de recursos, competencias tecnológicas y conocimientos digitales que les impiden implementar estrategias eficaces de marketing y ventas. Como resultado muchas empresas se limitan a publicar ocasionalmente en redes sociales sin aprovechar herramientas poderosas como la segmentación de audiencias, el análisis de datos, la publicidad digital o el desarrollo de marca.

Ante esta situación, el principal desafío radica en que las micro y pequeñas empresas de Cúcuta aún no adoptan plenamente estrategias profesionales de marketing digital, lo cual afecta su crecimiento, competitividad y presencia en el mercado. Esta brecha es precisamente la que JAX DIGITAL busca cerrar, ofreciendo soluciones estratégicas y personalizadas para impulsar la presencia digital y el éxito comercial de las empresas locales.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para la creación de JAX DIGITAL en la ciudad de San José de Cúcuta, con el fin de prestar servicios de marketing digital a micro y pequeñas empresas mediante estrategias digitales que mejoren su presencia en online y su competitividad en el mercado.

1.2.2 *Objetivos específicos*

Analizar la viabilidad comercial y competitiva de JAX DIGITAL mediante las condiciones del sector de marketing digital en la ciudad de San José de Cúcuta.

Estructurar el modelo técnico y administrativo del emprendimiento "JAX DIGITAL" para su funcionamiento en la ciudad San José de Cúcuta.

Determinar la viabilidad financiera del proyecto mediante la elaboración de proyecciones de inversión, costos, ingresos y el análisis de indicadores como el VPN, la TIR y el periodo de recuperación de la inversión.

1.3 Justificación

El presente proyecto de emprendimiento JAX DIGITAL surge de la necesidad de fortalecer el uso de herramientas digitales entre las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Cúcuta. En la actualidad, muchos emprendimientos enfrentan dificultades para gestionar estratégicamente sus redes sociales, crear contenido de valor y desarrollar acciones de marketing que les permitan mejorar su posicionamiento y competitividad en un entorno cada vez más digital.

Las redes sociales y el marketing digital se han consolidado como herramientas fundamentales para el crecimiento empresarial. Según Philip Kotler y Kevin Lane Keller (2016), el marketing moderno se orienta hacia la construcción de relaciones con los consumidores mediante el uso de plataformas digitales, generando valor, reconocimiento y ventajas competitivas para las organizaciones. No obstante, muchas empresas aún administran sus canales

digitales de manera empírica, sin una planificación estratégica que les permita aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen los medios digitales.

De igual forma, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2022) señala que la transformación digital representa uno de los principales desafíos para las micro y pequeñas empresas de América Latina, debido a las limitaciones en el acceso a herramientas tecnológicas, la capacitación y la innovación. En el mismo sentido, Confecámaras (2023) destaca que la adopción de estrategias digitales y la innovación son factores determinantes para la sostenibilidad, el crecimiento y la permanencia de las empresas en mercados cada vez más competitivos.

Frente a esta realidad, la creación de JAX DIGITAL constituye una alternativa para ofrecer soluciones de marketing digital adaptadas a las necesidades de las empresas locales, mediante servicios de gestión de redes sociales, creación de contenido, diseño de identidad de marca, publicidad digital y asesoría estratégica. Con ello se busca fortalecer la presencia digital de los negocios, mejorar su relación con los clientes y contribuir a incrementar su competitividad.

Desde el ámbito académico, este proyecto permite aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación profesional en áreas como emprendimiento, marketing y gestión empresarial, integrando herramientas teóricas y prácticas para el diseño de un modelo de negocio viable. En el ámbito social y económico, la propuesta busca aportar al fortalecimiento del tejido empresarial de Cúcuta, promoviendo la transformación digital y apoyando el crecimiento de las micro y pequeñas empresas de la región.

Si esta problemática no es atendida, muchas empresas continuarán enfrentando dificultades para posicionarse en el entorno digital, captar nuevos clientes y adaptarse a las exigencias del mercado actual, lo que podría afectar su crecimiento, sostenibilidad y permanencia en el tiempo.

1.4 Marco Referencial

Identificar el modelo de negocio de JAX DIGITAL requiere apoyarse en un marco referencial que combina tres aspectos fundamentales: por un lado, los antecedentes conceptuales relacionados con los modelos de negocio y el marketing digital; por otro, el marco teórico que da sustento a las decisiones estratégicas tomadas por el emprendimiento; y finalmente, el contexto normativo y sectorial dentro del cual la empresa lleva a cabo sus operaciones.

1.4.1 Marco teórico

El emprendimiento es el proceso por el cual una persona detecta oportunidades de negocio y pone en marcha proyectos que generan valor económico y social. Ya en 1934, Schumpeter señalaba que el emprendedor actúa como agente de cambio al introducir productos, servicios o métodos de producción nuevos, lo que lo convierte en pieza clave del crecimiento económico y la generación de empleo. Drucker (1985), por su parte, agrega que emprender es buscar oportunidades de forma constante y saber convertir los cambios del entorno en negocios viables, algo esencial en mercados tan cambiantes como los de hoy.

De ahí surge la empresarialidad: el conjunto de habilidades y actitudes que permiten crear y sostener organizaciones en el tiempo. No basta con fundar una empresa; hace falta asumir riesgos, liderar equipos y tomar decisiones estratégicas que mantengan viva la iniciativa.

Pero ninguna idea de negocio prospera sin una buena estrategia de marketing. Kotler y Armstrong (2021) lo definen como el proceso mediante el cual las personas y organizaciones obtienen lo que necesitan creando e intercambiando valor. Con el tiempo, esta disciplina se trasladó al entorno digital: el marketing digital usa la tecnología para llegar a los consumidores a través de redes sociales, buscadores y correo electrónico, con la ventaja de poder medir resultados en tiempo real y ajustar estrategias sobre la marcha (Chaffey, 2022).

Las redes sociales, en particular, se volvieron un canal clave para conectar con el consumidor, fortalecer marca y construir comunidad. Y todo ese esfuerzo apunta a un mismo fin: el posicionamiento digital, es decir, cómo perciben los clientes a una marca en línea. Ries y Trout (2001) ya lo explicaban como la construcción de una propuesta de valor que distinga a la empresa de su competencia, algo que hoy se logra combinando SEO, marketing de contenidos y buena gestión de redes sociales.

Este panorama es especialmente relevante para las pymes, que enfrentan retos como la competencia y la falta de recursos tecnológicos. El marketing digital les ofrece una vía accesible para ganar visibilidad, mejorar su comunicación con clientes y crecer de forma sostenida.

1.4.2 Marco conceptual

Para el desarrollo del presente plan de negocios es indispensable precisar algunos conceptos clave vinculados a la idea de negocio, pues son estos los que permiten entender el enfoque del proyecto, así como su alcance y aplicación dentro del contexto empresarial.

Marketing Digital

Entender qué es el marketing digital resulta esencial para comprender la propuesta de JAX DIGITAL. Dado el perfil actual de los consumidores, marcado por la incorporación de nuevas tecnologías a su vida cotidiana, el marketing digital ha ido ganando cada vez más peso dentro de los entornos competitivos de los mercados globales. Como resultado de esto, los consumidores toman sus decisiones de compra apoyándose en un análisis mucho más detallado de la información que tienen disponible (Pitre Redondo et al., 2021).

En esa misma línea, el marketing digital dejó de ser una opción más para las organizaciones y pasó a convertirse en una necesidad. En un mercado globalizado y en permanente transformación, las estrategias de marketing digital se han posicionado como herramientas fundamentales para impulsar el crecimiento de las empresas, aumentar la visibilidad de sus marcas y atraer nuevos clientes (Morales et al., 2024, citado en Dialnet, 2024).

Redes Sociales como Herramienta de Negocio para las MiPyMEs

Hoy en día, las redes sociales se han convertido en una de las herramientas más importantes para las pequeñas y medianas empresas. La manera en que estas organizaciones están presentes en dichas plataformas depende en gran medida de las estrategias de marketing digital que apliquen, ya que entre más interacción y actividad generen, más se fortalece el posicionamiento de su marca (Molina et al., 2024).

De igual forma, el uso de redes sociales, el marketing y otras herramientas digitales inciden directamente en la visibilidad de los negocios, lo que además permite reducir los gastos en publicidad y favorece la fidelización de los clientes (Cancino-Gómez et al., 2024).

Emprendimiento Digital

JAX DIGITAL fue fundada como una empresa digital, es decir, una organización que desarrolla sus actividades comerciales y ofrece sus servicios principalmente a través de medios digitales. Según Mera et al. (2022), el emprendimiento digital se define como la creación de proyectos empresariales que nacen y operan en entornos en línea. Esta categoría incluye empresas de marketing digital, consultorías y otros modelos de negocio que utilizan plataformas digitales como principal medio para desarrollar sus operaciones.

Dado que las redes sociales y el marketing digital se han convertido en herramientas fundamentales para el posicionamiento de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y para el crecimiento de los emprendimientos, este modelo de negocio resulta especialmente pertinente en el contexto actual (Mera et al., 2022).

Micro y Pequeñas Empresas (MiPyMEs) y su Relación con lo Digital

En el mercado actual, la transformación digital se ha convertido en un factor fundamental para la supervivencia y el crecimiento de las organizaciones. Durante la crisis ocasionada por la COVID-19, muchas pequeñas y medianas empresas (PYMES) enfrentan importantes dificultades para migrar sus operaciones hacia canales digitales, debido a limitaciones en infraestructura tecnológica, recursos y competencias digitales (Cancino-Gómez et al., 2024).

Sin embargo, este proceso también generó nuevas oportunidades para las empresas. En particular, el marketing digital se ha consolidado como una de las estrategias más importantes para las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas, ya que les permite acceder a mercados

más competitivos, ampliar su alcance comercial y compensar las limitaciones asociadas a su tamaño y disponibilidad de recursos (Ciencia Latina, 2025).

Publicidad Digital y Posicionamiento de Marca

Las campañas de publicidad digital en redes sociales constituyen uno de los principales servicios ofrecidos por JAX DIGITAL. Según Santamaría Ayala et al. (2024), existe una relación positiva significativa entre el uso del marketing digital y el posicionamiento de marca. Las empresas que implementan de manera constante estrategias digitales logran un mayor reconocimiento y recordación de marca por parte de los consumidores.

De igual forma, el modelo de las 4F del marketing digital —flujo, funcionalidad, retroalimentación y fidelización— establece una relación directa entre las estrategias digitales y el posicionamiento de la marca en el mercado (Díaz et al., 2024). Estos elementos respaldan la propuesta de valor de JAX DIGITAL, orientada al diseño de estrategias personalizadas que generen resultados tangibles, medibles y alineados con los objetivos de cada cliente.

1.4.3 Marco legal

JAX DIGITAL desarrolla sus actividades dentro del marco normativo colombiano que regula la constitución de empresas, el comercio electrónico, la publicidad digital y la protección de datos personales. En primer lugar, la Ley 1258 de 2008 permite la constitución de la empresa bajo la figura de Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), ofreciendo flexibilidad administrativa y responsabilidad limitada para sus socios (Congreso de Colombia, 2008). Asimismo, la Ley 527 de 1999 reconoce la validez jurídica de las transacciones, contratos y comunicaciones realizadas por medios electrónicos, aspecto fundamental para una empresa que

opera principalmente en entornos digitales (Congreso de Colombia, 1999). Por su parte, la Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor, establece que la información y la publicidad deben ser claras, veraces y transparentes, garantizando la protección de los consumidores (Congreso de Colombia, 2011).

De igual manera, la Ley 1581 de 2012 regula el tratamiento de los datos personales y exige a las organizaciones implementar mecanismos que protejan la información de clientes y usuarios (Congreso de Colombia, 2012). Finalmente, la Ley 1834 de 2017, o Ley Naranja, promueve el desarrollo de las industrias creativas y digitales, sector al que pertenece JAX DIGITAL, favoreciendo su crecimiento y fortalecimiento dentro de la economía nacional (Congreso de Colombia, 2017). En conjunto, estas disposiciones legales permiten que la empresa opere de manera formal, segura y responsable, fortaleciendo su credibilidad, competitividad y sostenibilidad en el mercado.

1.5 Concepto de negocio

JAX DIGITAL es una agencia de marketing digital creada para ofrecer soluciones estratégicas a emprendedores, microempresas y pequeños negocios de Cúcuta. Entre los servicios que presta se encuentran el manejo de redes sociales, la producción de contenido digital, la ejecución de campañas publicitarias, el desarrollo de marca y la asesoría en marketing, con el fin de mejorar la presencia digital de sus clientes, aumentar sus ventas y ayudarlos a posicionarse mejor en el mercado.

La agencia nace como respuesta a la necesidad que tienen hoy en día las pequeñas y medianas empresas de sumarse a los procesos de transformación digital. La evidencia académica respalda que incorporar herramientas digitales en los negocios permite aumentar su

competitividad, llegar a más clientes y construir relaciones comerciales más sólidas, aspectos que se han convertido en elementos esenciales para que una empresa pueda mantenerse y crecer (Sarmiento Suárez et al., 2024; Pitre Redondo et al., 2021). Bajo ese contexto, JAX DIGITAL apuesta por ofrecer un servicio accesible y adaptado a las particularidades de cada cliente, con el objetivo de facilitar la digitalización de los negocios locales y potenciar su desarrollo en un entorno cada vez más dinámico y competitivo.

1.5.1 Descripción de la idea de negocios según modelo Canvas

JAX DIGITAL es una agencia de marketing digital c en Cúcuta, cuyo propósito es acompañar a emprendedores, microempresas y pequeños negocios en el proceso de construir y fortalecer su presencia en el mundo digital. Para lograrlo, ofrece un portafolio de servicios que abarca el manejo de redes sociales, la creación de contenido, el diseño y ejecución de campañas publicitarias, el desarrollo de marca y la asesoría en marketing digital, todos ajustados a las particularidades y metas de cada cliente.

El proyecto nace al identificar una dificultad real que enfrentan muchos emprendimientos locales: la falta de herramientas, conocimiento y estrategia para darse a conocer, atraer clientes y sacar provecho de las plataformas digitales disponibles. La literatura académica ha demostrado que incorporarse a la transformación digital es hoy uno de los factores más importantes para que las pequeñas empresas puedan competir, crecer y mantenerse en el mercado, ya que les permite llegar a más personas y construir vínculos más duraderos con sus consumidores (Sarmiento Suárez et al., 2024; Pitre Redondo et al., 2021). Es precisamente en ese escenario donde JAX DIGITAL quiere jugar un papel clave, siendo un socio estratégico para los negocios de Cúcuta mediante soluciones que sean accesibles, personalizadas y que generen resultados reales.

1.5.1.1 Segmento de clientes

El mercado objetivo de JAX DIGITAL está conformado principalmente por emprendedores, microempresas y pequeños negocios de Cúcuta que tienen como objetivo ganar visibilidad en el entorno digital, incrementar sus ventas y lograr un mejor reconocimiento de su marca. Este grupo se caracteriza por hacer uso de las redes sociales como canal de promoción, sin embargo, en la mayoría de los casos enfrenta limitaciones importantes relacionadas con la escasez de tiempo, la falta de conocimientos técnicos y la ausencia de una estrategia digital estructurada.

Según Sarmiento Suárez et al. (2024), las mipymes en Colombia atraviesan retos significativos en sus procesos de digitalización, particularmente en lo que tiene que ver con la adopción de herramientas que les permitan volverse más competitivas en el mercado. Frente a esta realidad, JAX DIGITAL se posiciona como una alternativa concreta para atender esas necesidades, ofreciendo servicios que se adaptan a las posibilidades y características particulares de cada negocio, de manera que sean accesibles y generen un impacto real en su crecimiento.

1.5.1.2 Propuesta de valor

JAX DIGITAL basa su propuesta de valor en entregar servicios de marketing digital diseñados a la medida de cada cliente, con el objetivo de generar resultados concretos y visibles para emprendedores y pequeños negocios. La agencia trabaja para que sus clientes logren mayor presencia en redes sociales, construyan una imagen de marca más sólida y amplíen sus posibilidades de venta, todo a través de estrategias pensadas según las necesidades y el presupuesto de cada negocio.

De acuerdo con Pitre Redondo et al. (2021), el marketing digital se ha consolidado como una herramienta indispensable para el desarrollo de las empresas emergentes, dado que facilita la conexión directa con los clientes y abre nuevas puertas en el ámbito comercial. Partiendo de esa premisa, JAX DIGITAL orienta su trabajo hacia la generación de resultados que puedan medirse y evaluarse, acompañando de forma continua a cada uno de sus clientes en el proceso de crecimiento digital de su negocio.

1.5.1.2.1 Valor agregado de la idea de negocios.

El valor agregado más importante de JAX DIGITAL se encuentra en dos aspectos que van de la mano: la personalización de cada uno de sus servicios y el acompañamiento cercano que brinda a sus clientes durante todo el desarrollo de las estrategias digitales. A diferencia de muchas agencias que aplican el mismo esquema para todos sus clientes, JAX DIGITAL se toma el tiempo de entender las particularidades de cada emprendimiento o pequeño negocio para diseñar soluciones que respondan a sus objetivos reales, sus necesidades concretas y las posibilidades de inversión con las que cuenta, lo que se traduce en resultados mucho más coherentes con lo que cada cliente espera lograr.

Además, la agencia se dedica a supervisar continuamente los resultados, elaborar informes claros y ofrecer asesoramiento constante para ayudar a cada cliente a tomar decisiones más inteligentes e informadas. Díaz et al. (2024) destacan que la retroalimentación periódica y la comunicación fluida con los clientes son elementos esenciales de cualquier estrategia de marketing digital exitosa, ya que fortalecen las relaciones e impulsan el posicionamiento de la marca.

Por su parte, Pitre Redondo et al. (2021) señalan que las empresas que adoptan estrategias digitales adaptadas a las necesidades específicas de sus clientes se vuelven más competitivas y generan mayores oportunidades de crecimiento. Esta es la base de la propuesta de valor única de JAX DIGITAL un servicio humano, cercano y diseñado para brindar un apoyo auténtico a cada cliente.

1.5.1.2.2 Descripción general de atributos físicos, funcionales y psicológicos del servicio

JAX DIGITAL presta servicios de marketing digital orientados a emprendedores y pequeños negocios que quieren construir y consolidar su presencia en el mundo digital. Si bien se trata de un servicio que no tiene una forma física como tal, su trabajo sí se materializa en una serie de entregables concretos que el cliente puede ver y usar: piezas gráficas, contenido para redes sociales, campañas publicitarias, informes de resultados y propuestas estratégicas. Estos productos son los que permiten evidenciar el trabajo que se está haciendo y facilitan que cada marca comunique de manera efectiva su mensaje al público al que quiere llegar.

En cuanto a lo que el servicio hace por el cliente, su función principal es mejorar la visibilidad del negocio, ayudarlo a posicionarse mejor en el mercado y abrir nuevas oportunidades de crecimiento a través de estrategias digitales diseñadas específicamente para cada caso. Pero más allá de los resultados concretos, los servicios de JAX DIGITAL también generan un impacto en la forma en que el cliente se siente respecto a su negocio: contar con un acompañamiento profesional para manejar la presencia digital transmite confianza, tranquilidad y la seguridad de que su marca está en buenas manos, lo que contribuye tanto al cumplimiento de sus metas empresariales como al fortalecimiento de su identidad en el mercado (Pitre Redondo et al., 2021; Díaz et al., 2024).

1.5.1.3 Canales de comunicación, distribución y venta

JAX DIGITAL utilizará principalmente canales digitales para comunicarse con sus clientes, promocionar sus servicios y realizar la prestación de estos. Entre los principales canales se encuentran Facebook, Instagram, WhatsApp Business, correo electrónico y reuniones virtuales. Estos medios permiten una comunicación rápida, directa y de bajo costo, facilitando la interacción permanente con los clientes.

Molina et al. (2024) señalan que las redes sociales se han convertido en una de las herramientas más importantes para el posicionamiento de las pequeñas empresas, ya que les permiten ganar visibilidad de marca y fortalecer las relaciones con los consumidores. Por ello, JAX DIGITAL aprovechará estos canales tanto para captar nuevos clientes como para mantener una comunicación cercana y eficaz con los actuales

1.5.1.4 Relacionamiento con el cliente

En JAX DIGITAL, las relaciones con los clientes se fundamentan en una atención personalizada y un apoyo continuo, priorizando la creación de confianza a largo plazo frente a las transacciones rápidas. Desde el primer contacto, evaluamos las necesidades específicas de cada empresa para diseñar estrategias a medida, evitando soluciones genéricas o estandarizadas.

Este enfoque personalizado se mantiene mediante un seguimiento constante a través de reuniones, informes de rendimiento y una orientación permanente durante todo el proceso. La premisa es sencilla cuando los clientes se sienten valorados y respaldados, tienden a mantener su fidelidad, un factor clave tanto para su propio éxito como para la permanencia de la agencia en el mercado.

1.5.1.5 Recursos claves requeridos

Las operaciones de JAX DIGITAL dependen de tres tipos principales de recursos: humanos, tecnológicos y financieros. Los recursos humanos están integrados por profesionales cualificados que se encargan de la gestión de redes sociales, el diseño gráfico, la creación de contenidos y las campañas publicitarias.

En cuanto a los recursos tecnológicos, entre las herramientas esenciales se incluyen equipos informáticos, una conexión a internet fiable, software de diseño, plataformas de gestión de redes sociales y programas de análisis digital. Estas tecnologías son fundamentales para ofrecer servicios eficientes y de alta calidad.

1.5.1.6 Actividades claves requeridas

Las actividades clave de JAX DIGITAL están relacionadas con la planificación, ejecución y seguimiento de estrategias de marketing digital para emprendedores y pequeñas empresas. Entre las principales actividades se encuentran la gestión de redes sociales, la creación de contenido digital, el diseño de campañas publicitarias, el análisis de métricas y la elaboración de informes de resultados. Estas acciones permiten mejorar la visibilidad y el posicionamiento de las marcas en entornos digitales.

Adicionalmente, la empresa desarrollará actividades de asesoría personalizada, atención al cliente y actualización constante sobre tendencias digitales, con el fin de ofrecer soluciones adaptadas a las necesidades del mercado. Según Pitre Redondo et al. (2021), la implementación de estrategias de marketing digital contribuye al crecimiento empresarial y al fortalecimiento de la competitividad de las organizaciones. De igual forma, Molina et al. (2024) señalan que la

gestión adecuada de contenidos y redes sociales favorece el posicionamiento y reconocimiento de las pequeñas empresas en los medios digitales.

1.5.1.7 Socios claves requeridos para generar redes con otros de iguales condiciones o alianzas con otros para fortalecer el negocio.

Para crecer de manera sólida y ofrecer un servicio de mayor calidad, JAX DIGITAL necesita construir alianzas estratégicas con diferentes actores que aporten valor a su operación. Entre los más importantes se encuentran proveedores de herramientas tecnológicas, diseñadores independientes, creadores de contenido audiovisual, fotógrafos y especialistas en publicidad digital, cuya participación permite ampliar y complementar el portafolio de servicios de la agencia, al tiempo que contribuye a mejorar los resultados que se le entregan a cada cliente.

De igual manera, establecer vínculos con cámaras de comercio, asociaciones de emprendedores e instituciones de apoyo al desarrollo empresarial abre puertas hacia nuevos mercados y genera oportunidades de negocio que de otra forma serían más difíciles de alcanzar. Al respecto, Osterwalder y Pigneur (2011) destacan que las alianzas estratégicas son un componente esencial dentro de cualquier modelo de negocio, ya que permiten hacer un uso más eficiente de los recursos disponibles, disminuir los riesgos propios de la operación y fortalecer la propuesta de valor que la empresa le ofrece a sus clientes.

1.5.1.8 Identificación de ingresos claves de la idea de negocios

La principal fuente de ingresos de JAX DIGITAL será la prestación de sus servicios de marketing digital. Dentro de las actividades que generarán mayor flujo económico se encuentran el manejo de redes sociales, la producción de contenido, la ejecución de campañas publicitarias

digitales, el diseño de identidad visual y las consultorías y asesorías especializadas dirigidas a emprendedores y pequeños negocios de la ciudad.

Adicionalmente, la agencia contará con otras fuentes de ingreso a través de la venta de planes mensuales adaptados a las necesidades de cada cliente y de servicios complementarios enfocados en la formación y capacitación en marketing digital. En ese sentido, Osterwalder y Pigneur (2011) explican que las fuentes de ingresos son los beneficios económicos que una organización obtiene como resultado de entregar valor a sus clientes, y constituyen uno de los elementos más importantes para garantizar que el modelo de negocio sea viable y sostenible en el tiempo. Bajo esa lógica, JAX DIGITAL estructura sus ingresos de manera diversificada, buscando no depender de una sola actividad y asegurando así mayor estabilidad financiera para el emprendimiento.

1.5.1.9 Identificación de costos claves de la idea de negocios

Los principales costos de JAX DIGITAL están relacionados con la adquisición y mantenimiento de equipos tecnológicos, licencias de software, acceso a internet, publicidad propia y contratación de personal o colaboradores externos para el desarrollo de proyectos específicos. Estos recursos son indispensables para garantizar la calidad y continuidad de los servicios ofrecidos.

También se contemplan gastos administrativos, servicios públicos, transporte, capacitación y actualización profesional del equipo de trabajo. Según Osterwalder y Pigneur (2011), la estructura de costos permite identificar los gastos más importantes necesarios para operar un modelo de negocio y asegurar la generación de valor para los clientes de manera sostenible.

1.5.2 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios

El lienzo Canvas es una herramienta que permite representar de manera visual los principales componentes de un modelo de negocio. A través de sus nueve bloques, facilita la comprensión de cómo una empresa crea, entrega y captura valor para sus clientes. En el caso de JAX DIGITAL, el Canvas resume los elementos estratégicos que sustentan la propuesta de negocio, incluyendo los clientes objetivo, la propuesta de valor, los recursos necesarios, las actividades clave, las fuentes de ingresos y la estructura de costos, permitiendo una visión integral del emprendimiento (Osterwalder & Pigneur, 2011).

Figura 1 Lienzo de modelo de negocio de JAX DIGITAL



Nota. Elaboración propia, con apoyo de herramientas de inteligencia artificial (ChatGPT, OpenAI, 2026).

1.5.3 Población

La población objeto de estudio está conformada por las micro y pequeñas empresas ubicadas en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander. De acuerdo con la información consultada en la Cámara de Comercio de Cúcuta, existen aproximadamente 53.536 microempresas y 2.352 pequeñas empresas, para un total de 55.888 empresas que constituyen el mercado potencial para los servicios de JAX DIGITAL. Este segmento fue seleccionado debido a que representa la mayor parte del tejido empresarial de la ciudad y presenta necesidades relacionadas con la visibilidad y el posicionamiento digital. (Cámara de Comercio de Cúcuta).

1.5.4 Muestra

La muestra estuvo conformada por 23 empresas entre micro y pequeñas empresas de la ciudad de Cúcuta. La selección se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, teniendo en cuenta la accesibilidad y disposición de los empresarios para participar en el estudio. La información recolectada permitió identificar las necesidades, percepciones e interés de los potenciales clientes frente a los servicios de marketing digital ofrecidos por JAX DIGITAL.

1.5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para la recolección de información se utilizó la encuesta como técnica principal, debido a que permitió obtener información directa de emprendedores, microempresas y pequeñas empresas de la ciudad de Cúcuta sobre sus necesidades,

Como instrumento se empleó una encuesta digital compuesta por 12 preguntas cerradas y de selección múltiple, aplicada a una muestra de 23 empresas

- 1 ¿Actualmente tiene un negocio o emprendimiento?
- 2 ¿Qué tipo de negocio tiene?
- 3 ¿Cuánto tiempo lleva funcionando su negocio?
- 4 ¿Promociona su negocio en redes sociales?
- 5 ¿En qué redes sociales promociona su negocio?
- 6 ¿Quién maneja actualmente las redes sociales de su negocio?
- 7 ¿Cuál es su principal objetivo al usar redes sociales?
- 8 ¿Qué dificultades tiene al promocionar su negocio en redes sociales?
- 9 ¿Qué tan importante considera el marketing digital para el crecimiento de su negocio?
- 10 ¿Estaría interesado en contratar servicios de marketing digital para su negocio?
- 11 ¿Qué servicios de marketing digital le interesarían más?
- 12 ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir mensualmente en marketing digital para su negocio?

1.6 Alcances y limitaciones

A través de la investigación realizada fue posible comprender las necesidades y los comportamientos que tienen los emprendedores, microempresas y pequeños negocios de Cúcuta frente al uso del marketing digital. Al mismo tiempo, este proceso permitió validar la idea de negocio de JAX DIGITAL, al identificar oportunidades concretas en el mercado local relacionadas con la gestión de redes sociales, la producción de contenido digital y el diseño de estrategias publicitarias orientadas a impulsar el crecimiento de los negocios de la ciudad.

Sin embargo, es importante reconocer algunas limitaciones del estudio. En primer lugar, la investigación se llevó a cabo con una muestra de 23 empresas, por lo que los resultados reflejan únicamente la percepción de las personas que participaron en la encuesta y no necesariamente representan la totalidad del mercado. En segundo lugar, el entorno del marketing

digital es uno de los que cambia con mayor rapidez, lo que implica que la información recopilada puede perder vigencia con el tiempo y hace necesario actualizar de manera periódica tanto el análisis del mercado como las estrategias y servicios que JAX DIGITAL ofrece, con el fin de mantenerse siempre alineada con las tendencias y necesidades del momento.

CAPÍTULO II Modulo de Mercado

2 Módulo de mercado

2.1 Investigación de mercado

Para identificar las necesidades, los comportamientos y las características del mercado objetivo de JAX Digital, se llevó a cabo una investigación de mercado entre micro y pequeñas empresas de Cúcuta, Norte de Santander. La información se recopiló mediante una encuesta digital estructurada, compuesta por 12 preguntas cerradas de opción múltiple. La encuesta se aplicó a 23 empresas seleccionadas mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, basado en la accesibilidad y en la disposición de los propietarios a participar.

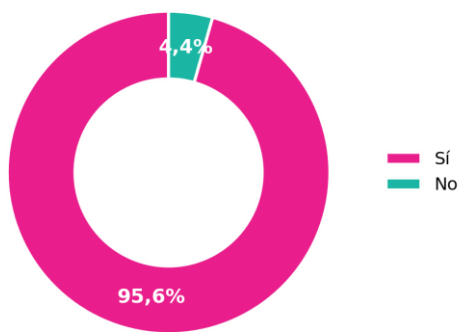
2.1.1 *Análisis del mercado*

Tabla 1 *¿Actualmente tiene un negocio o emprendimiento?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	22	95,6%
No	1	4,4%
Total	23	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 2 *Distribución de encuestados con negocio o emprendimiento activo*



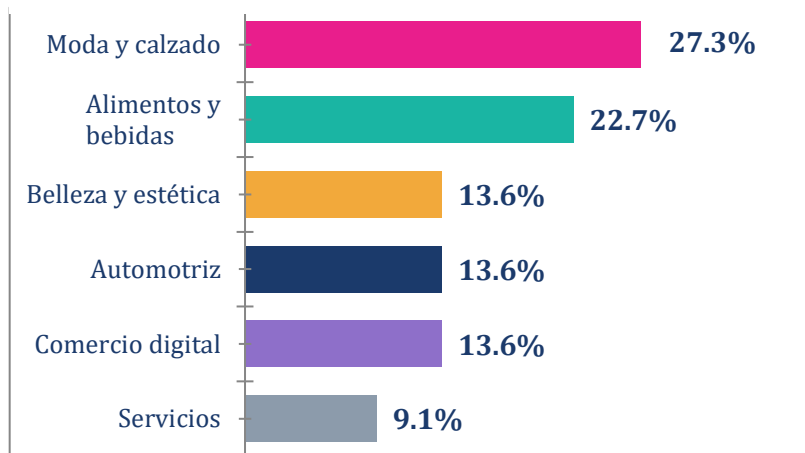
Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 2 ¿Qué tipo de negocio tiene?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Moda y calzado	6	27,3%
Alimentos y bebidas	5	22,7%
Belleza y estética	3	13,6%
Automotriz	3	13,6%
Comercio digital	3	13,6%
Servicios	2	9,1%
Total	22	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 3 Tipo de negocio de los encuestados



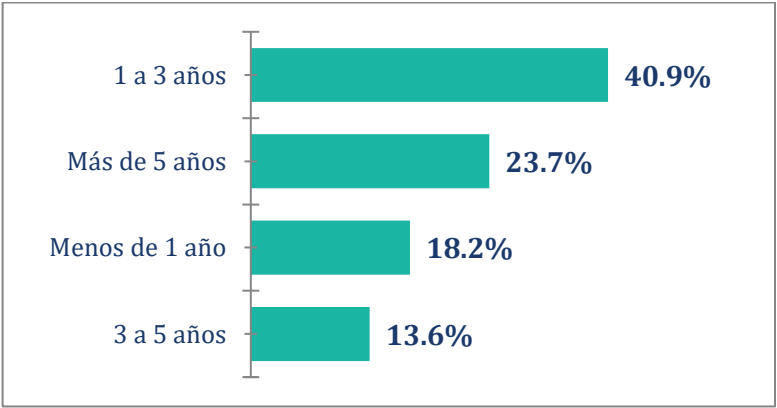
Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 3 ¿Cuánto tiempo lleva funcionando su negocio?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 años	9	40,9%
Más de 5 años	6	27,3%
Menos de 1 año	4	18,2%
3 a 5 años	3	13,6%
Total	22	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 4 *Tiempo de funcionamiento del negocio*



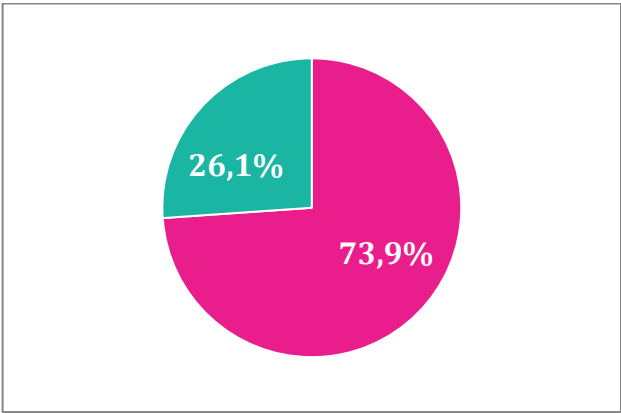
Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 4 *¿Promociona su negocio en redes sociales?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	17	73,9%
No	6	26,1%
Total	23	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 5 *Uso de redes sociales para promocionar el negocio*



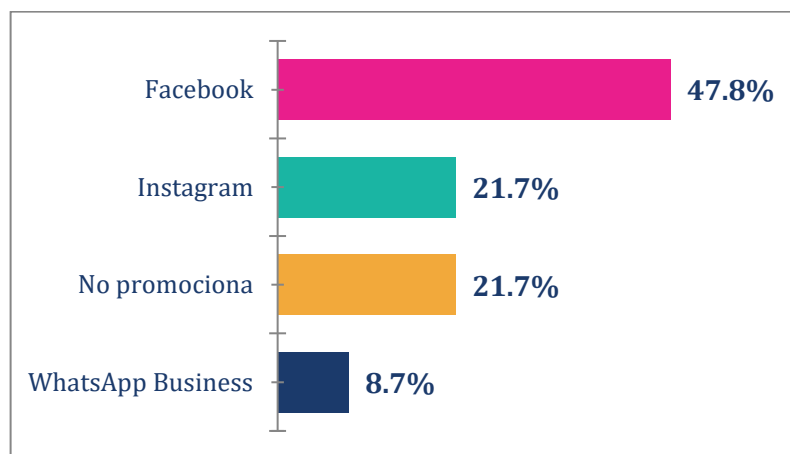
Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 5 ¿En qué redes sociales promociona su negocio?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	11	47,8%
Instagram	5	21,7%
No promociona	5	21,7%
WhatsApp Business	2	8,7%
Total	23	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 6 Redes sociales utilizadas para promocionar el negocio



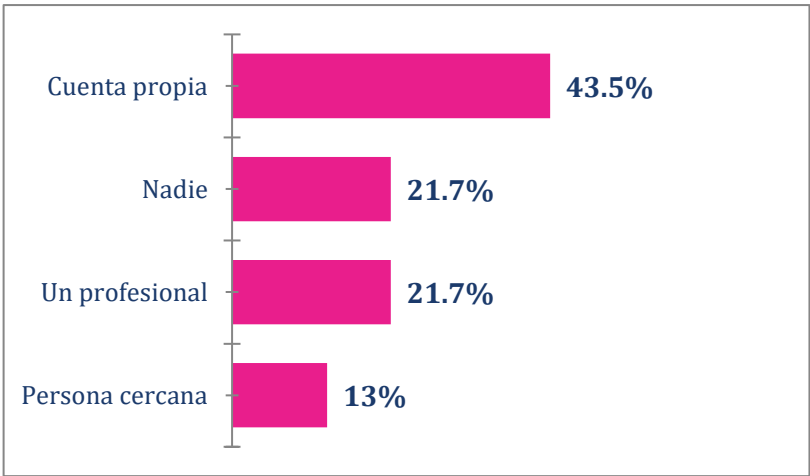
Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 6 ¿Quién maneja actualmente las redes sociales de su negocio?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Cuenta propia	10	43,5%
Nadie	5	21,7%
Un profesional	5	21,7%
Persona cercana	3	13,0%
Total	23	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 7 responsable de la gestión de redes sociales del negocio



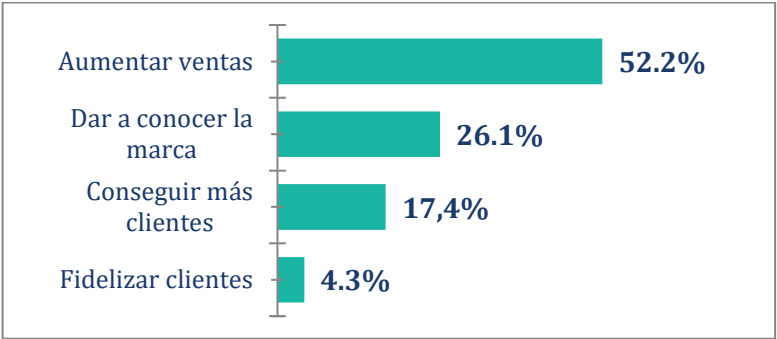
Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 7 ¿Cuál es su principal objetivo al usar redes sociales?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Aumentar ventas	12	52,2%
Dar a conocer la marca	6	26,1%
Conseguir más clientes	4	17,4%
Fidelizar clientes	1	4,3%
Total	23	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 8 *Objetivo principal del uso de redes sociales*



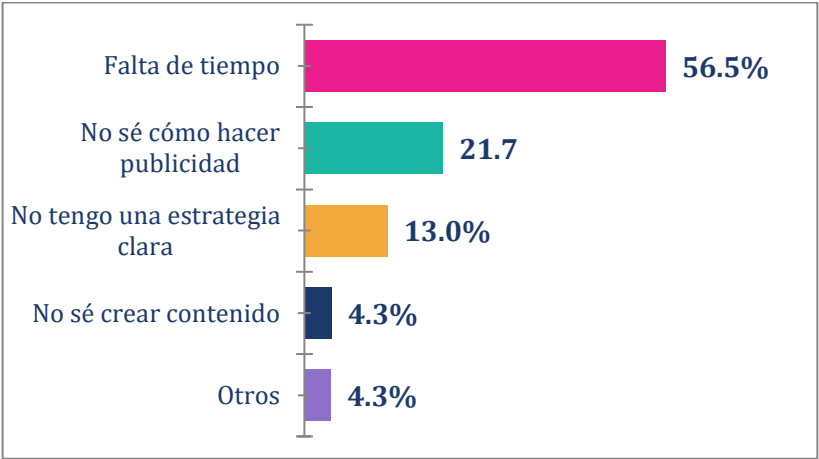
Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 8 *¿Qué dificultades tiene al promocionar su negocio en redes sociales?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Falta de tiempo	13	56,5%
No sé cómo hacer publicidad	5	21,7%
No tengo una estrategia clara	3	13,0%
No sé crear contenido	1	4,3%
Otros	1	4,2%
Total	23	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 9 *Dificultades al promocionar el negocio en redes sociales*



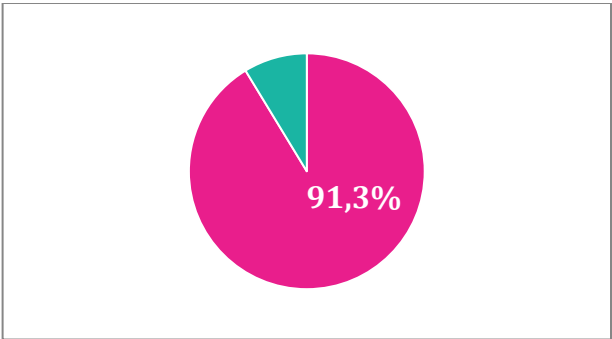
Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 9 *¿Qué tan importante considera el marketing digital para el crecimiento de su negocio?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	21	91,3%
Importante	2	8,7%
Total	23	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 10 *Importancia del marketing digital en el crecimiento del negocio*



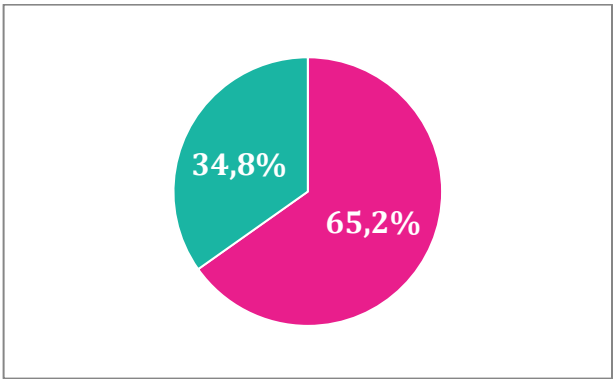
Nota. Elaboración propia

Tabla 10 *¿Estaría interesado en contratar servicios de marketing digital para su negocio?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí, lo contrataría	15	65,2%
Interés potencial (tal vez)	8	34,8%
Total	23	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 11 *Interés en contratar servicios de marketing digital*



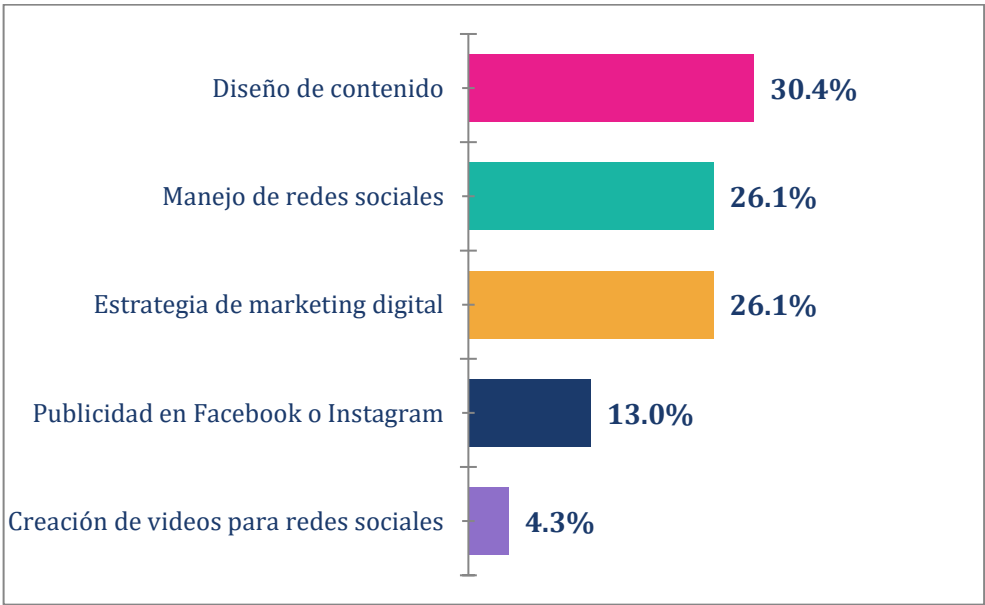
Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 11 *¿Qué servicios de marketing digital le interesarían más?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Diseño de contenido	7	30,4%
Manejo de redes sociales	6	26,1%
Estrategia de marketing digital	6	26,1%
Publicidad en Facebook o Instagram	3	13,0%
Creación de videos para redes sociales	1	4,3%
Total	23	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 12 *Servicios de marketing digital de mayor interés*



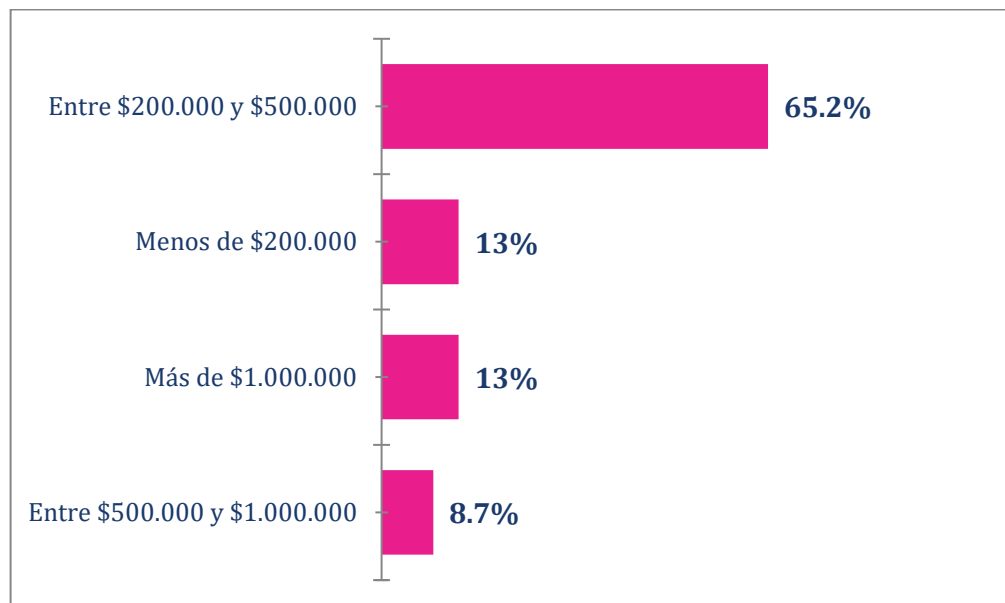
Nota. Elaboración propia (2026).

Tabla 12 *¿Cuánto estaría dispuesto a invertir mensualmente en marketing digital para su negocio?*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$200.000 y \$500.000	15	65,2%
Menos de \$200.000	3	13,0%
Más de \$1.000.000	3	13,0%
Entre \$500.000 y \$1.000.000	2	8,7%
Total	23	100%

Nota. Elaboración propia (2026).

Figura 13 Disposición de inversión mensual en marketing digital



Nota. Elaboración propia (2026).

2.1.2 Identificación del cliente

Identificar al cliente permite determinar con precisión el público objetivo mediante la comprensión de sus características, comportamientos, necesidades y motivaciones. Para JAX Digital, esta identificación se basó en los resultados de una encuesta realizada a 23 micro y pequeñas empresas de San José de Cúcuta, lo que permitió crear un perfil detallado fundamentado en datos reales del mercado local.

La encuesta reveló que el 95,6 % de los participantes gestiona actualmente un negocio activo, lo que confirma que se llegó al público objetivo adecuado. En cuanto a los sectores, lideran la moda y el calzado con un 27,3 %, seguidos por el de alimentos y bebidas con un 22,7 %. Porciones menores corresponden a los sectores de belleza y estética, automoción y comercio electrónico, cada uno con un 13,6 %. Esto sugiere que los clientes potenciales de JAX DIGITAL son, en su mayoría, empresas que comercializan productos de consumo masivo. Respecto a la

antigüedad de los negocios, el 40,9 % lleva operando entre 1 y 3 años, una fase de crecimiento crítica en la que la visibilidad digital resulta clave. Otro 27,3 % lleva más de cinco años en activo, lo que demuestra estabilidad, mientras que el 18,2 % son empresas emergentes más recientes, lo que refleja un panorama empresarial local dinámico.

En cuanto a los hábitos digitales, casi el 73,9 % ya promociona su negocio en redes sociales; Facebook es la plataforma líder (47,8 %), seguida de Instagram (21,7 %). El 26,1 % restante aún no utiliza las redes sociales para fines comerciales, lo que representa una valiosa oportunidad para que JAX DIGITAL capte nuevos clientes.

Un hallazgo clave es que el 43,5 % de las empresas gestiona sus redes sociales internamente y sin conocimientos especializados, mientras que solo el 21,7 % cuenta con un profesional dedicado a esta tarea. Otro 21,7 % no tiene a nadie a cargo de las redes sociales y el 13 % delega esta labor en conocidos sin experiencia técnica. Esto demuestra que la mayoría de los negocios locales carece de una gestión digital profesional, lo que valida directamente la necesidad de los servicios de JAX Digital.

2.1.3 Buyer person

Para comprender con mayor precisión las necesidades, los comportamientos y las expectativas del público objetivo, se desarrolló el siguiente Buyer Persona: una representación del cliente ideal de la agencia de marketing digital JAX digital. Este perfil se elaboró a partir del análisis del mercado, las tendencias del emprendimiento digital y las necesidades recurrentes de pequeños y medianos negocios. Gracias a esta información, es posible diseñar estrategias más precisas, optimizar los recursos de marketing y establecer acciones enfocadas en atraer, convertir y fidelizar clientes potenciales.

Figura 14 Buyer persona del cliente ideal del emprendimiento JAX Digital S.A.S.

BUYER PERSONA – VALENTINA TORRES

Conoce a tu cliente. Conecta con sus objetivos. Impulsa su crecimiento.

Moda que te inspira

Quiero llevar mi marca al siguiente nivel y conectar con más personas que amen la moda tanto como yo.

NOMBRE: Valentina Torres

EDAD: 28 años

OCUPACIÓN: Propietaria de negocio de moda y calzado

UBICACIÓN: Cúcuta, Norte de Santander, Colombia

¿QUIÉN ES?

Valentina es una emprendedora cucuteña que lleva aproximadamente 2 años con su negocio de moda y calzado, el cual maneja principalmente a través de Instagram y Facebook. Comenzó su emprendimiento con mucho esfuerzo y actualmente está en una etapa de crecimiento donde siente que necesita más clientes y mayor visibilidad, pero no sabe exactamente cómo lograrlo de manera efectiva en el entorno digital.

OBJETIVOS

- Aumentar ventas.
- Conseguir más clientes potenciales.
- Fortalecer su marca.
- Incrementar la visibilidad en redes sociales.

RETOS Y DOLORES

- Poco conocimiento de marketing digital.
- Dificultad para generar ventas constantes.
- Falta de tiempo para gestionar campañas.
- Competencia creciente en redes sociales.

CANALES DIGITALES FAVORITOS

Instagram Facebook WhatsApp Business TikTok

QUÉ BUSCA EN UNA AGENCIA DE MARKETING

Estrategias claras Resultados medibles Generación de clientes potenciales Gestión profesional de redes sociales Campañas publicitarias

Valentina necesita un aliado estratégico que la ayude a crecer, destacar y vender más.

TU AGENCIA PUEDE SER LA CLAVE DE SU ÉXITO.

Nota. Elaboración propia, con apoyo de herramientas de inteligencia artificial (ChatGPT, OpenAI, 2026).

2.1.4 Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor

El estudio de mercado identificó las principales necesidades que JAX Digital busca satisfacer para sus clientes lo que corresponde a micro emprendedores y propietarios de pequeñas empresas en Cúcuta, Norte de Santander. La encuesta reveló que estas necesidades giran en torno a tres áreas clave: visibilidad digital, gestión profesional de redes sociales y obtención de resultados empresariales medibles.

En primer lugar, existe una demanda de mayor visibilidad y posicionamiento digital. Aunque el 73,9 % de los encuestados utiliza las redes sociales para promocionar sus negocios, lo hace de manera informal y sin un enfoque estratégico, lo que limita su alcance y su capacidad para atraer nuevos clientes. JAX Digital pretende cerrar esta brecha entre la presencia digital de las empresas y su visibilidad real en el mercado mediante la gestión estratégica de contenidos y la publicidad en plataformas como Meta e Instagram.

En segundo lugar, existe una clara necesidad de apoyo profesional en marketing digital. Si bien el 43,5 % de los encuestados gestiona sus redes sociales personalmente sin contar con conocimientos especializados, el 21,7 % no cuenta con nadie que realice esta gestión.

Esto genera una fuerte demanda de servicios de consultoría, capacitación y gestión externa, permitiendo a los emprendedores aprovechar las plataformas digitales sin invertir una cantidad significativa de tiempo o recursos en adquirir habilidades técnicas. Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC, 2023), solo el 27 % de las mipymes colombianas cuenta con una estrategia digital definida, lo que pone de manifiesto que esta necesidad trasciende los límites de Cúcuta y representa un desafío más amplio en el panorama empresarial colombiano.

En tercer lugar, se identificó la necesidad de impulsar las ventas y atraer nuevos clientes a través de canales digitales. Entre los encuestados, el 52,2 % señaló el aumento de las ventas como su principal objetivo al utilizar las redes sociales; seguido a un 26,1 % que buscaba mejorar el reconocimiento de marca y un 17,4 % centrado en la captación de clientes. Estos resultados demuestran que los clientes de JAX Digital priorizan los resultados empresariales tangibles y medibles frente a la mera presencia en línea. Según un informe de 2024 de Hootsuite y We Are Social, el 76 % de los consumidores latinoamericanos descubre nuevas marcas a través de las redes sociales, lo que subraya el papel fundamental de una gestión digital profesional para generar oportunidades de venta en el mercado local

2.2 Análisis de competencia

Tabla 13 *Análisis comparativo de factores competitivos entre JAX Digital S.A.S. y sus competidores directos en el mercado de Cúcuta.*

Factores	Características principales	Novoideas	Be Agency	Kennymas Empresas	Mi idea de negocio
Producto / Servicio	Características	4	3	4	3
	Calidad	4	3	4	4
	Portafolio	4	3	4	3
	Garantías	3	3	4	4
	Formas de pago	3	3	3	4
Precio	Tiempos de pago	3	3	3	4
	Descuentos	3	3	3	4
Distribución	Ubicación	4	4	4	4
	Cobertura	3	3	4	3

	Fuerza de ventas	4	3	4	3
Comunicación	Publicidad	4	3	4	3
	Estrategias digitales	4	3	4	4
	Eventos	4	2	4	2
Total		46	38	50	44

Nota. La calificación se realizó en una escala de 1 a 4, donde 1 = deficiente, 2 = regular, 3 = bueno y 4 = muy bueno. Los competidores evaluados corresponden a agencias y prestadores de servicios de marketing digital identificados en el mercado de San José de Cúcuta, Norte de Santander. Elaboración propia (2026).

A partir del análisis realizado, se observa que Kennymasempresas es el competidor más fuerte, ya que obtiene el mayor puntaje y presenta un desempeño equilibrado en todos los factores, destacándose en calidad, portafolio y estrategias de comunicación.

Novoideas se posiciona en segundo lugar, con buen desempeño general, especialmente en publicidad y estrategias digitales, lo que le permite mantenerse competitivo en el mercado.

Por su parte, mi idea de negocio presenta un nivel competitivo adecuado, con fortalezas en las formas de pago, garantías y estrategias digitales. Sin embargo, se identifican oportunidades de mejora en la cobertura, la fuerza de ventas y la participación en eventos.

Finalmente, Be Agency es el competidor con menor puntaje, evidenciando debilidades en aspectos clave como el portafolio, la publicidad y la fuerza de ventas.

2.3 Marketing Mix

Con el fin de dar a conocer la idea de negocio JAX Digital S.A.S. y lograr un buen posicionamiento en el mercado, se diseñó una estrategia de marketing mix basada en las cuatro variables fundamentales: producto, precio, plaza y promoción. Estas permiten definir cómo se ofrecerán los servicios, a qué tipo de clientes estarán dirigidos, cuáles serán los canales para llegar a ellos y qué acciones se implementarán para atraerlos y fidelizarlos.

Producto

El principal producto de JAX Digital S.A.S. es un portafolio de servicios de marketing digital dirigido a microempresas, pequeños negocios y emprendedores de la ciudad de San José de Cúcuta. La propuesta busca ayudar a estos clientes a fortalecer su presencia en medios digitales y mejorar la forma en que se comunican con su público.

Dentro de los servicios ofrecidos se encuentran la administración de redes sociales, el diseño de piezas gráficas, la creación de contenido digital, el desarrollo de identidad de marca, la gestión de campañas publicitarias en plataformas digitales y la asesoría en estrategias de marketing. Los clientes podrán contratar servicios individuales o elegir planes que se adapten a las necesidades y objetivos de su negocio.

Uno de los aspectos que diferencia a JAX Digital S.A.S. es la personalización de cada proyecto. Las estrategias se desarrollarán de acuerdo con las características de cada empresa, ofreciendo un acompañamiento continuo y buscando resultados que puedan medirse a través del crecimiento de la presencia digital y el alcance de las campañas.

Precio

Los precios de los servicios de JAX Digital S.A.S. fueron definidos teniendo en cuenta las condiciones del mercado y las necesidades del público objetivo. Para establecer las tarifas se analizaron los costos de operación, los precios manejados por otras agencias de marketing digital y la capacidad de pago identificada durante el estudio de mercado.

La propuesta contempla diferentes planes de servicio para que cada cliente pueda seleccionar la opción que mejor se ajuste a su presupuesto y a los objetivos de su empresa. De esta manera, se busca ofrecer servicios accesibles sin afectar la calidad del trabajo ni la rentabilidad de la idea de negocio.

Plaza o distribución

Debido a la naturaleza de los servicios, la distribución se realizará principalmente por medios digitales. Esto permite atender clientes sin depender de un punto físico de venta y facilita la comunicación durante todas las etapas del servicio.

El contacto con los clientes se llevará a cabo mediante redes sociales, correo electrónico, llamadas telefónicas, videoconferencias y aplicaciones de mensajería instantánea. Estas herramientas permitirán realizar reuniones, presentar propuestas, entregar avances y brindar soporte de manera rápida y eficiente.

Aunque el mercado objetivo inicial corresponde a la ciudad de San José de Cúcuta, el modelo de negocio ofrece la posibilidad de atender clientes de otras ciudades del país, aprovechando las ventajas que ofrecen las plataformas digitales para prestar este tipo de servicios.

Promoción

La estrategia de promoción estará enfocada en aumentar el reconocimiento de JAX Digital S.A.S. y atraer clientes potenciales mediante el uso de herramientas digitales.

Las redes sociales son la plataforma principal para compartir contenido de valor sobre marketing, diseño, branding y estrategias empresariales. Este enfoque ayuda a generar confianza en la audiencia y, al mismo tiempo, demuestra la experiencia de la agencia.

Además del contenido orgánico, se llevarán a cabo campañas de publicidad de pago en Facebook e Instagram, dirigidas a personas que buscan impulsar la presencia digital de sus negocios. junto a estos anuncios, JAX DIGITAL tiene previsto publicar contenido educativo, casos de éxito, testimonios de clientes y promociones especiales; todo ello diseñado para atraer a los primeros clientes e incentivar la contratación de sus servicios.

Estrategias:

Marca - Nombre

El nombre JAX Digital tiene un origen personal y estratégico, la palabra “JAX” se conforma de las iniciales de las personas que impulsaron la idea de este proyecto, lo que le otorga identidad y autenticidad a la marca. A su vez, representa tres pilares fundamentales del marketing Journey (viaje del cliente), Analytics (análisis de datos y Experience (experiencia), orientado a generar conexión y recordación en el usuario.

Por otra parte, el término Digital destaca el enfoque de la empresa en el entorno online, mediante el desarrollo de estrategias en plataformas digitales.

Logo

El logotipo de JAX DIGITAL presenta un diseño elegante y minimalista, centrado en un símbolo gráfico que fusiona las letras J y X. Este símbolo captura el espíritu de dinamismo, innovación y conexión digital de la marca.

Los colores magenta y turquesa fueron seleccionados para reflejar creatividad, tecnología y energía, cualidades clave que la marca desea transmitir en el ámbito del marketing digital. La tipografía, de un tono azul limpio y moderno, mejora la legibilidad y proyecta una imagen profesional. En conjunto, el símbolo y el texto guardan un buen equilibrio, lo que otorga al logotipo la flexibilidad necesaria para lucir excelente tanto en entornos digitales como en materiales impresos.

Figura 15 *Logotipo del emprendimiento JAX Digital S.A.S*



Nota. Diseño creado para el emprendimiento JAX Digital S.A.S. Elaboración propia (2026).

Eslogan.

“Estrategias reales para marcas reales”

Este eslogan transmite la idea de que los servicios ofrecidos no se basan en soluciones genéricas, sino en estrategias prácticas, adaptadas a las necesidades reales de cada marca.

El diseño del producto en JAX DIGITAL se basa en la estructuración de servicios de marketing digital orientados a satisfacer las necesidades de cada cliente en el entorno digital. Al tratarse de un servicio intangible, su diseño se centra en la creación de soluciones integrales, flexibles y personalizadas.

El portafolio incluye servicios como manejo de redes sociales, creación de contenido digital, campañas publicitarias, consultoría en marketing y desarrollo de branding, los cuales pueden ser ofrecidos de manera individual o mediante paquetes adaptados al presupuesto y objetivos del cliente, asimismo, se contempla un proceso estructurado que incluye diagnóstico inicial, análisis de necesidades, diseño de estrategias, implementación de acciones y seguimiento continuo mediante indicadores de desempeño.

Adicionalmente, el portafolio general de servicios se encuentra disponible a través de las redes sociales de la empresa, lo que permite a los clientes conocer la oferta inicial. Sin embargo, los planes y propuestas finales son enviados de manera personalizada a cada cliente, mediante un portafolio adaptado a sus necesidades, objetivos e inversión.

Funciones o beneficios

Las estrategias de marketing digital de JAX DIGITAL tienen como función principal fortalecer la presencia online de los negocios en Cúcuta, mediante servicios como el manejo de redes sociales, la creación de contenido, el desarrollo de campañas publicitarias, la consultoría y

el branding. Estas acciones permiten comunicar de manera efectiva la propuesta de valor de cada cliente y conectar con su público objetivo.

En cuanto a los beneficios, estas estrategias facilitan el aumento de la visibilidad, la atracción de nuevos clientes y el mejor posicionamiento de las marcas en el entorno digital.

Usos o aplicaciones

El servicio de JAX DIGITAL comienza por comprender las necesidades de cada cliente y evaluar su presencia digital actual, un paso clave para determinar el punto de partida adecuado. A partir de ahí, se diseñan estrategias personalizadas que abarcan la creación de contenido atractivo, la gestión de redes sociales, las campañas publicitarias y el desarrollo de la identidad de marca, todo ello adaptado a los objetivos del cliente. A medida que se implementan estas estrategias, se supervisa su rendimiento mediante indicadores clave, lo que permite realizar ajustes oportunos para mantener el rumbo correcto.

Durante todo el proceso, los clientes cuentan con apoyo y asesoramiento continuo, lo que les ayuda a tomar decisiones informadas y a maximizar los resultados de sus iniciativas de marketing digital.

2.4 Tendencias del mercado

En 2026, el mercado de marketing digital en Colombia experimenta un crecimiento sostenido, lo que abre la puerta a iniciativas como JAX Digital. Actualmente, el país cuenta con 41,7 millones de usuarios de internet o que representa el 77,8 % de la población y más del 70 % de los colombianos utiliza las redes sociales para descubrir contenido, comparar productos y, finalmente, decidir qué

comprar. Esto deja claro que contar con presencia digital ya no es un simple valor añadido, sino una necesidad para cualquier empresa que aspire a competir seriamente.

En cuanto al comportamiento del consumidor, cabe destacar que el 36,6 % de los usuarios descubre nuevas marcas a través de la publicidad en redes sociales, lo que confirma que el marketing digital se ha convertido en el canal principal para ganar visibilidad comercial. A esto se suma una estadística reveladora: WhatsApp tiene una tasa de penetración del 92,2 % en el país y el 79 % de los colombianos prefiere utilizar esta plataforma para comunicarse con las marcas. En consecuencia, los canales digitales se han consolidado como el punto de contacto clave entre las empresas y sus clientes.

Para 2026, entre las tendencias que cobran fuerza destacan el social “commerce” (comercio en redes sociales), el video marketing y la inteligencia artificial. Resulta interesante observar que, si bien el 77 % de las pymes colombianas planea adoptar herramientas de IA este año, solo el 29 % las utiliza actualmente; esto genera una clara oportunidad para que agencias especializadas guíen a estas empresas en dicho proceso.

Todo ello respalda la oportunidad de negocio para JAX Digital en Cúcuta, una ciudad donde la mayoría de las empresas locales aún gestiona sus redes sociales sin una estrategia definida y requiere un aliado profesional que les ayude a aprovechar el entorno digital para impulsar su crecimiento comercial.

CAPÍTULO III Modulo Técnico u operación

3 Modulo Técnico u operación

3.1 Descripción del Proceso

Desde el primer contacto hasta la entrega de los resultados finales, JAX Digital sigue un proceso fluido y personalizado, diseñado para garantizar calidad y acompañamiento continuo en cada etapa. La mayoría de los clientes llega a la empresa a través de plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y WhatsApp Business, interactuando con publicaciones o anuncios.

Una vez establecido el contacto, se presentan diversas opciones de planes de servicio para ayudar al cliente a elegir la alternativa que mejor se adapte a sus necesidades y presupuesto. En ocasiones, se organizan reuniones presenciales para fomentar una conexión más cercana o formalizar acuerdos. Posteriormente, se realiza una evaluación inicial para analizar la presencia digital actual del cliente, sus objetivos comerciales, su público objetivo y su identidad de marca.

Con esta información, se diseña una estrategia a medida que orienta la creación de contenido, y las acciones publicitarias. Durante la fase de ejecución, el equipo genera contenido visual y audiovisual, redacta textos estratégicos, gestiona las redes sociales y administra campañas de Meta Ads, segmentando a la audiencia y realizando los ajustes necesarios.

El rendimiento se monitorea constantemente mediante métricas clave como el alcance, la interacción, el costo por resultado y las conversiones. Los clientes reciben informes periódicos que analizan estos resultados y ofrecen recomendaciones prácticas, facilitando la medición del éxito y la toma de decisiones futuras.

Este acompañamiento continuo genera confianza y permite optimizar los servicios con el paso del tiempo. En cuanto a los pagos, JAX Digital solicita un anticipo del 50 % para iniciar el trabajo, debiéndose abonar el 50 % restante tras finalizar el primer mes. Los clientes pueden optar por realizar pagos quincenales o mensuales, ya sea mediante transferencia bancaria o en efectivo, según su conveniencia.

3.1.1 Innovación en proceso y producto (Valor diferenciador)

a innovación de JAX DIGITAL se centra en la prestación de servicios de marketing digital mediante un modelo de atención personalizado, orientado a las necesidades específicas de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Cúcuta. A diferencia de otras agencias que ofrecen paquetes estandarizados, la empresa diseña estrategias adaptadas al presupuesto, objetivos y características de cada cliente, permitiendo obtener soluciones acordes con su realidad empresarial.

En cuanto a la innovación en el proceso, JAX DIGITAL implementará una metodología de trabajo que inicia con el diagnóstico de la presencia digital de la empresa, continúa con la planificación de estrategias de marketing, el desarrollo de contenido, la ejecución de campañas publicitarias y el seguimiento permanente de los resultados mediante indicadores de desempeño. Este proceso permitirá realizar ajustes oportunos para mejorar el alcance y la efectividad de las acciones implementadas.

Respecto a la innovación en el servicio, la empresa integrará en un solo portafolio soluciones como la gestión de redes sociales, campañas en Meta Ads, desarrollo de páginas web en Shopify, diseño gráfico, creación de contenido audiovisual, catálogos digitales y capacitaciones en marketing digital. Ficha Técnica del Producto o Servicio

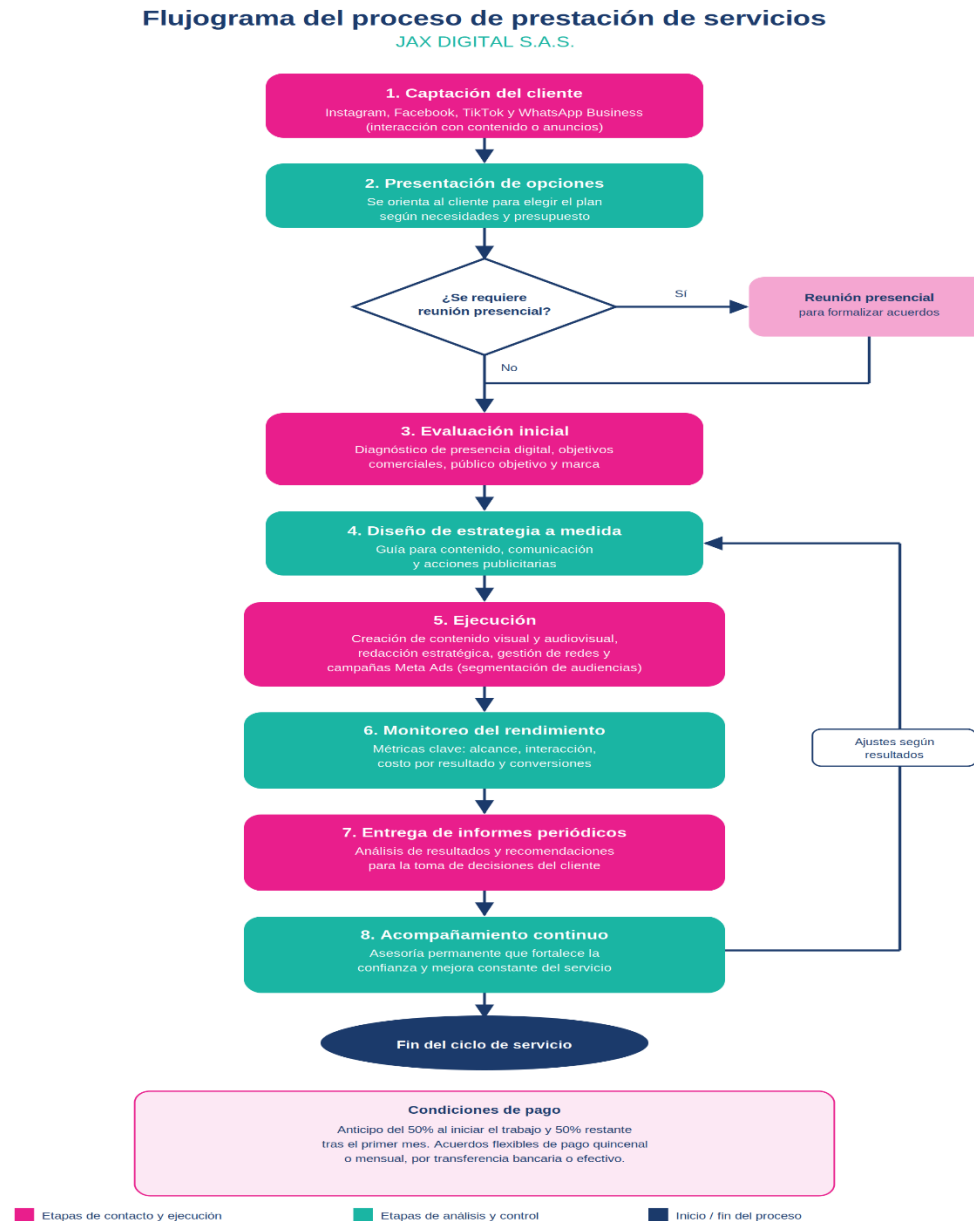
Tabla 14 *Ficha técnica de servicio JAX Digital S.A.S.*

Nombre Producto/ Servicio	Servicio de Marketing Digital
Cliente	Empresas, emprendimientos y negocios que buscan aumentar su visibilidad, generar clientes potenciales y mejorar sus ventas.
Proceso	El proceso inicia con la captación del cliente a través de redes sociales o WhatsApp, seguido de una asesoría inicial donde se identifican sus necesidades. Posteriormente, se presenta el portafolio de servicios y el cliente selecciona el plan que mejor se adapte a su empresa. Luego, se realiza la planificación de la estrategia, la creación de contenido y la configuración de campañas en Meta Ads. Finalmente, se ejecutan las campañas, se lleva a cabo un monitoreo y optimización constante, y se entregan los resultados al cliente.
Cargo del responsable del servicio	Especialista en marketing digital
Descripción del servicio	Servicio enfocado en la creación de estrategias de marketing, creación de contenido y la configuración de campañas en Meta Ads.
Documentos asociados	Propuesta comercial, contrato de prestación de servicios, comprobantes de pago, reportes de resultados, brief del cliente.
Requisitos Legales	Registro del negocio (RUT), cumplimiento de normativas de publicidad digital, políticas de Meta Ads, acuerdos contractuales con el cliente.
Vigencia	Mensual, con posibilidad de renovación según acuerdo con el cliente.

Nota. La ficha técnica describe las características, alcance y condiciones de cada servicio del portafolio de JAX Digital S.A.S. Elaboración propia (2026).

3.1.2 Diagrama de flujo de producción o del servicio

Figura 16 Flujograma del proceso de prestación de servicios del emprendimiento JAX Digital S.A.S.



Nota. El flujograma representa las etapas del proceso desde la captación del cliente hasta la entrega de resultados y seguimiento. Elaboración propia (2026).

3.1.3 Recursos necesarios para operación óptima

Para garantizar el adecuado funcionamiento de JAX DIGITAL y la prestación eficiente de sus servicios de marketing digital, es necesario contar con recursos humanos, tecnológicos, físicos y financieros que permitan desarrollar las actividades operativas y administrativas de la empresa.

En cuanto al recurso humano, la empresa estará conformada inicialmente por un especialista en marketing digital, quien asumirá la dirección estratégica, la gestión comercial, la administración de campañas publicitarias, la atención a clientes y el análisis de resultados. Asimismo, contará con un diseñador y creador de contenido, encargado de la elaboración de piezas gráficas, edición de videos, diseño de contenido para redes sociales y apoyo en el desarrollo de páginas web y material publicitario.

Respecto a los recursos tecnológicos, JAX DIGITAL dispondrá de computadores de alto rendimiento, una impresora multifuncional, conexión estable a internet y herramientas digitales como Canva Pro, software de edición y plataformas de gestión publicitaria, indispensables para la creación de contenido, el diseño gráfico, la edición audiovisual y la administración de campañas de marketing digital.

En relación con los recursos físicos, la empresa contará con mobiliario básico de oficina, conformado por escritorios, sillas ergonómicas y demás elementos necesarios para desarrollar las actividades administrativas y operativas en un ambiente de trabajo adecuado.

3.2 Diseño de planta

El espacio de trabajo de JAX DIGITAL está organizado en tres zonas funcionales que comparten una misma estancia, reflejando su modelo de negocio con un espacio adaptado en el hogar. En lugar de barreras físicas, permite aprovechar al máximo el espacio disponible sin necesidad de hacer una inversión adicional en infraestructura o divisiones inicialmente.

La primera zona es el área de trabajo principal, donde se crean campañas publicitarias, edición de contenidos, y se gestionan las redes sociales. Cuenta con un escritorio con silla ergonómica, un ordenador de alto rendimiento con un monitor adicional para facilitar la multitarea e iluminación básica.

Junto a esta se encuentra el área de interacción con clientes, utilizada principalmente para videollamadas, dado que la mayor parte de la comunicación se realiza en línea. Está equipada con una conexión a internet, y una silla adicional para reuniones presenciales ocasionales.

La tercera zona es un pequeño espacio de almacenamiento para guardar equipos adicionales, materiales de marketing y documentación de la empresa. En esta etapa inicial del negocio, basta con un archivador o una unidad de almacenamiento sencilla. Esta configuración está diseñada para mantener las operaciones eficientes y organizadas.

3.3 Propuesta de Valor

JAX DIGITAL nace desde la experiencia real, a partir del intento de negocios propios, los errores cometidos en el camino y el aprendizaje sobre lo que realmente funciona y lo que no en el mundo digital. A esto se suma la experiencia de haber laborado en empresas de distintos

sectores en Cúcuta, lo que permite entender que cada emprendimiento y empresa es diferente y que no existe una fórmula única para todos.

JAX DIGITAL busca ofrecer estrategias integrales de publicidad digital en distintos canales, diseñadas de forma personalizada para cada cliente, ya sea un emprendimiento que esté comenzando o un negocio que lleve tiempo, pero que aún no haya logrado consolidar su presencia digital.

Se realiza un acompañamiento cercano con cada cliente para entender su emprendimiento o empresa, su mercado y su cliente ideal, y a partir de ello construir una estrategia que tenga sentido real según su contexto.

Estos servicios se diseñan pensando en la realidad del mercado local en Cúcuta, porque un servicio de marketing digital de calidad no debe ser exclusivo para las grandes empresas, sino una herramienta accesible para todos.

“El marketing ya no se trata de las cosas que vendes, sino de las historias que cuentas” (Godin, 2018).

3.4 Validación de la idea

Se buscó validar la idea de negocio de JAX DIGITAL a través de un MoodBoard, un tablero visual que reúne el logotipo, la paleta de colores, la tipografía y los servicios principales del emprendimiento, con el fin de transmitir de forma clara y atractiva el concepto de marca que se quería desarrollar.

Figura 17 Moodboard conceptual de la identidad visual de JAX DIGITAL.



Nota. Elaboración propia, con apoyo de herramientas de inteligencia artificial (ChatGPT, OpenAI, 2026).

Este MoodBoard se presentó de a un grupo pequeño de personas cercanas con el objetivo de obtener una primera impresión sobre qué tan clara, atractiva y coherente resultaba la propuesta antes de someterla a un público más amplio. Esta validación inicial permitió confirmar

que el concepto visual y la propuesta de valor de JAX DIGITAL se comunicaban de forma efectiva, sirviendo como punto de partida antes de avanzar hacia la prueba piloto.

3.5 Prueba piloto

La prueba piloto consistió en mostrar el MoodBoard y la idea de negocio de JAX DIGITAL a un grupo reducido de 3 personas, con el propósito de conocer su primera reacción frente al concepto de marca

3.5.1 *Testeo y Feedback*

La reacción obtenida durante la prueba piloto fue, en términos generales, muy positiva. Las personas a quienes se les presentó el MoodBoard manifestaron interés genuino por la propuesta, destacando que la identidad visual (colores, logotipo y tipografía) transmitía profesionalismo y modernidad, y que el eslogan "Estrategias reales para marcas reales" comunicaba con claridad el enfoque práctico del servicio.

CAPÍTULO IV Modulo Organizacional

4 Estructura Organizacional

4.1 Misión y Visión

Misión:

El propósito de JAX Digital es brindar servicios de marketing digital a emprendimientos y empresas, ayudándolos a crecer en el entorno digital mediante estrategias efectivas.

Trabajamos de forma cercana, entendiendo cada marca como única y desarrollando soluciones reales, estratégicas y adaptadas a sus necesidades.

Visión:

Para el 2031, JAX Digital se proyecta como una agencia de marketing digital reconocida en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, destacándose por su enfoque estratégico y la cercanía con sus clientes. La empresa busca consolidarse como un aliado clave para emprendimientos y pequeñas empresas, acompañándolos en su crecimiento hasta convertirse en marcas más grandes y posicionadas. Asimismo, se espera que JAX Digital sea identificada por la calidad de sus servicios, la generación de resultados y la construcción de relaciones sólidas y duraderas con sus clientes.

4.2 Valores corporativos

Los valores corporativos de JAX Digital constituyen la base de su cultura organizacional, guiando la manera en que la empresa desarrolla sus actividades, interactúa con sus clientes y ejecuta cada uno de sus proyectos. Estos principios permiten mantener una actuación alineada

con su propósito y visión de crecimiento. En este sentido, los valores organizacionales se entienden como las creencias fundamentales que orientan el comportamiento de las personas, al considerar que determinadas formas de actuar o resultados son más deseables y beneficiosos, tanto a nivel individual como social, que sus alternativas (Comportamiento Organizacional, 2017).

Cercanía con el cliente:

En JAX Digital se prioriza la construcción de relaciones cercanas y de confianza, entendiendo las necesidades de cada cliente para ofrecer soluciones personalizadas y efectivas.

Creatividad:

La empresa apuesta por ideas innovadoras y contenido original que permita a cada marca diferenciarse y destacar en el entorno digital.

Compromiso:

JAX Digital asume cada proyecto con responsabilidad y dedicación, cumpliendo con los objetivos establecidos y generando valor en cada proceso.

Transparencia:

Se promueve una comunicación clara y honesta con los clientes, estableciendo expectativas reales y construyendo relaciones basadas en la confianza.

4.3 Objetivos estratégicos

Objetivo General

Formular el modelo de negocio de JAX DIGITAL como agencia de marketing digital en Cúcuta, Norte de Santander, mediante el diseño de estrategias de publicidad en redes sociales y soluciones digitales personalizadas, orientadas a atender las necesidades de las empresas locales.

Objetivos Específicos

Dar a JAX DIGITAL en el mercado local de Cúcuta como una agencia confiable y creativa en la prestación de servicios de marketing digital, fortaleciendo su reconocimiento de marca.

Desarrollar e implementar estrategias de marketing digital efectivas para la captación y fidelización de clientes, enfocadas en redes sociales y herramientas de publicidad online.

Optimizar la gestión interna de los servicios ofrecidos por la empresa, asegurando eficiencia en los procesos creativos, estratégicos y operativos para garantizar resultados de alto impacto para los clientes.

4.4 Organigrama y Perfiles

El organigrama de JAX DIGITAL representa la estructura organizacional de la empresa, mostrando la distribución de los cargos, las relaciones jerárquicas y las principales áreas de trabajo. Esta herramienta facilita la comprensión de las funciones y responsabilidades de cada integrante, contribuyendo a una gestión eficiente y al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Figura 18 Organigrama de la estructura organizacional del emprendimiento JAX Digital S.A.S



Nota Elaboración propia, con apoyo de herramientas de inteligencia artificial (ChatGPT, OpenAI, 2026).

La estructura organizativa de JAX DIGITAL está diseñada para garantizar una operatividad eficaz y una atención a la cliente personalizada. La empresa comenzará con una estructura organizativa simplificada bajo la dirección de un gerente general, quien supervisará las funciones estratégicas, comerciales y administrativas, apoyándose en departamentos como marketing digital, diseño gráfico, gestión de redes sociales y publicidad digital. A medida que el negocio se desarrolle y su cartera de clientes crezca, se contratará personal especializado para reforzar cada departamento y asegurar el crecimiento a largo plazo.

4.4.1 Perfiles

Cargo: Gerente Área:

Administrativa Propósito del Cargo: responsable de dirigir y supervisar las actividades de la empresa, asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos y el correcto funcionamiento del negocio.

Tabla 15 Perfil del cargo de gerente general del emprendimiento JAX Digital S.A.S.

Características generales	
Edad	22 – 50 años
Sexo	Indistinto
Estado civil	Indiferente
Formación	Profesional
Estudios	Carreras administrativas o afines
Competencias técnicas	Planeación estratégica, liderazgo, control financiero
Experiencia	2 años en cargos administrativos
Habilidades	Liderazgo, comunicación efectiva y toma de decisiones
Funciones	• Planificar y supervisar las estrategias de marketing digital • Gestionar la relación con los clientes • Coordinar y supervisar las actividades del equipo • Realizar seguimiento y análisis de resultados • Administrar los recursos financieros y operativos • Tomar decisiones estratégicas para el crecimiento de la empresa • Identificar oportunidades de mejora y posicionamiento en el mercado
Área a quien reporta	Propietario
Salario	\$3.000.000

Nota. El perfil describe los requisitos mínimos, competencias y funciones asociadas al cargo de gerente general en la etapa inicial de operación del emprendimiento. Elaboración propia (2026).

En la etapa inicial de la empresa, el gerente también asumirá las funciones de marketing, desempeñando ambos roles de manera integral. Por esta razón, se contemplan ambos cargos dentro de la estructura organizacional; sin embargo, corresponden a una sola persona y, en consecuencia, a un único salario.

CARGO: Especialista en marketing

Área: Marketing
Propósito del Cargo: Responsable de dirigir, planificar y supervisar las estrategias de marketing digital de la empresa, asegurando el cumplimiento de los objetivos comerciales, el posicionamiento de la marca y el correcto funcionamiento del negocio.

Tabla 16 *Perfil del cargo de Especialista en marketing del emprendimiento JAX Digital S.A.S.*

Características generales	
Edad	22 – 40 años
Sexo	Indistinto
Estado civil	Indiferente
Formación	Profesional
Estudios	Carreras en mercadeo, publicidad, comunicación social o afines
Competencias técnicas	Planeación estratégica, liderazgo, control financiero
Experiencia	2 años o más en marketing digital, gestión de campañas o manejo de redes sociales
Habilidades	Comunicación efectiva, pensamiento estratégico, creatividad e innovación
Funciones	• Planeación estratégica en marketing digital • Manejo de plataformas publicitarias (Meta Ads, Google Ads) • Análisis de métricas y KPIs (alcance, conversión, ROI) • Gestión de redes sociales • Conocimientos en branding y posicionamiento digital • Manejo de herramientas digitales (Canva, Meta Business Suite, etc.)
Área a quien reporta	Gerente
Salario	\$3.000.000

Nota. El perfil describe los requisitos mínimos, competencias y funciones asociadas al cargo de especialista en marketing digital en la etapa inicial de operación del emprendimiento. Elaboración propia (2026).

En la etapa inicial de la empresa, el gerente también asumirá las funciones de marketing, desempeñando ambos roles de manera integral. Por esta razón, se contemplan ambos cargos dentro de la estructura organizacional; sin embargo, corresponden a una sola persona y, en consecuencia, a un único salario.

CARGO: Diseñador Gráfico y Creador de Contenido

Área: Marketing Propósito del Cargo: Responsable de la creación de contenido visual y creativo para las marcas, asegurando que las piezas gráficas y audiovisuales estén alineadas con la estrategia digital, la identidad de la marca y los objetivos de comunicación

Tabla 17 *Perfil del cargo de diseñador gráfico y creador de contenido del emprendimiento JAX Digital S.A.S.*

Características generales	
Edad	20 – 35 años
Sexo	Indistinto
Estado civil	Indiferente
Formación	Técnico, tecnólogo o profesional
Estudios	Diseño gráfico, publicidad, comunicación social, marketing digital o áreas afines
Competencias técnicas	Manejo de herramientas de diseño, edición básica de video, creación de contenido para redes sociales, redacción de copys creativos, conocimiento de tendencias digitales
Experiencia	1 año o más en diseño gráfico o creación de contenido digital
Habilidades	Liderazgo, comunicación efectiva y toma de decisiones
Funciones	• Diseñar piezas gráficas para redes sociales • Crear contenido visual y audiovisual • Redactar copys atractivos y alineados a la marca • Adaptar contenido según cada cliente • Apoyar la ejecución de estrategias digitales • Mantener coherencia visual y estética de las marcas • Investigar tendencias para generar contenido relevante
Área a quien reporta	Especialista en marketing
Salario	\$2.500.000

Nota. El perfil describe los requisitos mínimos, competencias y funciones asociadas al cargo de diseñador gráfico y creador de contenido en la etapa inicial de operación del emprendimiento. Elaboración propia (2026).

4.5 Constitución Empresa y Aspectos Legales

En Colombia existen diversas formas jurídicas para constituir y formalizar una empresa, cada una con características particulares en cuanto a responsabilidad legal, obligaciones tributarias, estructura administrativa y regulación. Seleccionar la figura jurídica más adecuada es un aspecto fundamental para garantizar el desarrollo, la formalización y el crecimiento de JAX DIGITAL, teniendo en cuenta que se trata de una agencia de marketing digital orientada a ofrecer soluciones publicitarias y estrategias digitales para empresas y emprendedores.

4.5.1 Forma legal de la empresa

JAX DIGITAL se constituirá como una **Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.)**, debido a la flexibilidad que ofrece para la creación y administración de empresas, la facilidad para adaptarse al crecimiento del negocio y la protección del patrimonio personal de sus socios. Esta figura jurídica es una de las más utilizadas por emprendedores y pequeñas empresas en Colombia, gracias a las ventajas que brinda en materia administrativa y legal (Confecámaras, 2023).

Para formalizar la empresa, será necesario elaborar el documento de constitución con los estatutos sociales, realizar el registro mercantil ante la Cámara de Comercio de Cúcuta y tramitar el Registro Único Tributario (RUT) ante la Dirección de Impuestos y Aduanas

Nacionales (DIAN), donde se establecerán las responsabilidades tributarias correspondientes (DIAN, 2023).

Una vez constituida, JAX DIGITAL deberá cumplir con las obligaciones contables y tributarias establecidas por la legislación colombiana, incluyendo la expedición de factura electrónica cuando sea requerida. Asimismo, si la empresa vincula trabajadores, deberá realizar la afiliación al Sistema General de Seguridad Social y cumplir con las disposiciones del Código Sustantivo del Trabajo.

Por otra parte, al prestar servicios de marketing digital y administrar información de sus clientes, JAX DIGITAL deberá garantizar el adecuado tratamiento de los datos personales, de conformidad con la Ley 1581 de 2012, además de aplicar las disposiciones relacionadas con el comercio electrónico y la protección de la información. El cumplimiento de estos requisitos permitirá que la empresa opere de manera formal, fortalezca la confianza de sus clientes y consolide una imagen profesional y competitiva en el mercado.

4.5.2 Registro y constitución

La constitución legal de JAX Digital es un paso fundamental para otorgarle existencia jurídica al emprendimiento y habilitarlo para operar formalmente en el mercado del marketing digital. En Colombia, este proceso está regulado por entidades como la Cámara de Comercio y la DIAN, las cuales garantizan el cumplimiento de la normatividad comercial, tributaria y digital aplicable a este tipo de actividades.

4.5.3 *Capital social*

En el caso de la S.A.S., no se exige un capital mínimo obligatorio para su constitución, lo que facilita la creación de empresas, especialmente en etapas iniciales. No obstante, es recomendable definir un capital acorde a las necesidades reales del negocio y su proyección de crecimiento. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes” (Ley 1258 de 2008). Para JAX DIGITAL, el capital social estaría compuesto principalmente por aportes en dinero, destinados a cubrir los gastos esenciales para el inicio de operaciones, tales como la adquisición de equipos tecnológicos, herramientas digitales, publicidad, registro legal y los costos propios de la operación inicial del servicio.

Tipos de capital en la S.A.S.

Dentro de la Sociedad por Acciones Simplificada se distinguen tres tipos de capital:

Capital autorizado: corresponde al monto máximo de capital que la empresa está facultada para emitir.

Capital pagado: es el valor que efectivamente ha sido entregado por los al momento de la constitución de la empresa o dentro del plazo acordado.

Capital suscrito: es la parte del capital autorizado que los socios se comprometen formalmente a aportar.

4.5.4 *Requisitos legales y regulatorios*

Para que JAX DIGITAL funcione formalmente como una S.A.S. En Colombia, es necesario cumplir con varios requisitos legales que aseguren su legalidad y el cumplimiento de obligaciones tributarias y comerciales.

Registro en Cámara de Comercio

Primero, se debe registrar la empresa en la Cámara de Comercio, donde se inscriben los estatutos y se obtiene el Registro Mercantil, el cual certifica la existencia legal de la empresa y le permite desarrollar actividades comerciales.

Registro Único Tributario (RUT)

Luego, es obligatorio gestionar el Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN, documento que identifica a la empresa dentro del sistema tributario y define sus responsabilidades fiscales (DIAN, 2023).

Clasificación del código CIIU Para el funcionamiento de JAX Digital, es necesario definir su actividad económica dentro del sistema de clasificación CIIU, utilizado por entidades como la DIAN.

Debido a que la empresa se enfoca en servicios de marketing digital, publicidad y manejo de redes sociales, su actividad principal corresponde al código CIIU 7310, relacionado con actividades de publicidad. Este incluye la creación y gestión de campañas publicitarias y estrategias de comunicación.

Impuesto de Industria y Comercio (ICA)

Además, la empresa debe registrarse para el pago del Impuesto de Industria y Comercio (ICA) ante la autoridad municipal correspondiente, ya que este impuesto aplica a todas las actividades comerciales y de servicios en el territorio.

Apertura de cuenta bancaria empresarial

También es necesario abrir una cuenta bancaria empresarial, lo cual facilita la gestión financiera y el cumplimiento de las obligaciones contables y tributarias.

Para realizar este proceso en Colombia, es necesario contar previamente con la constitución legal de la empresa, incluyendo su registro en Cámara de Comercio y la obtención del RUT ante la DIAN. Una vez cumplidos estos requisitos, se debe seleccionar una entidad bancaria y presentar la documentación correspondiente, la cual generalmente incluye: Certificado de existencia y representación legal (Cámara de Comercio). Registro Único Tributario (RUT) de la empresa. Documento de identidad del representante legal.

Cumplimiento de obligaciones laborales

En caso de contar con empleados, JAX DIGITAL deberá cumplir con las obligaciones laborales, incluyendo la afiliación al sistema de seguridad social, conforme a la normativa colombiana vigente.

Normativas del sector digital

Por último, como empresa digital, debe cumplir con normativas relacionadas con la protección de datos personales y el comercio electrónico, garantizando un manejo responsable de

la información y la legalidad en sus operaciones digitales. La Ley 1581 de 2012, la cual regula el tratamiento de datos personales. Esta normativa obliga a las empresas a solicitar autorización para el uso de la información, implementar políticas de privacidad y garantizar la protección de los datos de los usuarios. La Ley 527 de 1999 establece el marco legal para el uso de mensajes de datos, firmas digitales y el comercio electrónico, permitiendo que las transacciones realizadas por medios digitales tengan validez jurídica. La Ley 1273 de 2009 establece sanciones para conductas que atenten contra la seguridad de la información y los sistemas informáticos, como el acceso no autorizado o el uso indebido de datos.

4.5.5 Impuestos y obligaciones fiscales

JAX Digital, al constituirse como Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), debe cumplir con diversas obligaciones fiscales establecidas por la DIAN y las autoridades municipales.

Entre las principales se encuentran:

Impuesto sobre la renta: Se debe declarar y pagar según las utilidades generadas por la empresa.

Impuesto al Valor Agregado (IVA): Aplica dependiendo de los servicios ofrecidos y debe ser declarado periódicamente.

Impuesto de Industria y Comercio (ICA): Impuesto municipal que grava la actividad comercial en Cúcuta.

Facturación electrónica: Obligación de emitir facturas por los servicios prestados.

Retención en la fuente: Aplicable cuando la empresa realiza pagos a terceros, actuando como agente retenedor.

Control contable: Registro organizado de ingresos, gastos y soportes financieros.

4.5.6 Protección de propiedad intelectual

La protección de la propiedad intelectual es un aspecto fundamental para JAX Digital, ya que permite resguardar los activos intangibles de la empresa, como su marca, contenido digital, diseños y estrategias, evitando el uso indebido por terceros. Para ello, se deben implementar las siguientes estrategias:

Registro de marca: Registrar el nombre y logotipo de JAX Digital ante la autoridad competente para garantizar su uso exclusivo.

Derechos de autor: Proteger contenidos como diseños, campañas, textos, piezas gráficas y audiovisuales creadas por la empresa.

Contratos y acuerdos legales: Establecer cláusulas que definan la titularidad de los trabajos realizados para clientes y colaboradores.

Confidencialidad: Proteger información estratégica mediante acuerdos de confidencialidad (NDA), especialmente en el manejo de campañas y datos.

Uso adecuado de contenido: Evitar el uso de material de terceros sin autorización para prevenir sanciones legales.

4.5.7 *Cumplimiento normativo y ético*

JAX Digital se compromete con el estricto cumplimiento de la normativa legal vigente y los principios de ética empresarial aplicables al sector del marketing digital en Colombia. La organización fundamenta su actuación en la transparencia, la responsabilidad y el respeto hacia clientes, aliados y el manejo de la información. De igual manera, establece políticas y procedimientos internos orientados a garantizar el cumplimiento normativo y ético en todas sus operaciones, asegurando prácticas profesionales adecuadas en la ejecución de servicios, la gestión de datos y el desarrollo de estrategias digitales.

4.5.8 *Asesoramiento legal*

El asesoramiento legal es fundamental para garantizar que el emprendimiento opere conforme a la normativa vigente en Colombia, evitando sanciones y riesgos jurídicos. En el caso de JAX Digital, este acompañamiento permite asegurar el cumplimiento de aspectos como la constitución de la empresa, obligaciones tributarias, protección de datos personales y normativas relacionadas con la publicidad y prestación de servicios digitales.

4.6 Gastos de Puesta en Marcha

Los gastos de puesta en marcha corresponden a la inversión inicial necesaria para dar inicio a las actividades del emprendimiento JAX Digital. Estos incluyen los costos asociados a la adquisición de equipos tecnológicos, herramientas digitales, mobiliario y los recursos requeridos para comenzar a operar y prestar los servicios de marketing digital.

En este proyecto, los principales gastos están relacionados con la compra de equipos como computador, celular corporativo, impresora y micrófono; la adecuación del espacio de

trabajo bajo modalidad home office; la adquisición de mobiliario como escritorio y sillas ergonómicas; y costos operativos iniciales como publicidad propia, servicios públicos y herramientas digitales. Estos elementos garantizan el funcionamiento básico del proceso de prestación del servicio desde el primer mes de operación.

Asimismo, estos gastos representan un aspecto fundamental dentro del plan de negocios, ya que permiten estimar el capital necesario para iniciar operaciones y evaluar la viabilidad económica del emprendimiento. Una adecuada planificación de estos recursos contribuye a reducir riesgos y facilita la organización eficiente de las actividades iniciales.

La puesta en marcha de un negocio comprende la inversión necesaria para iniciar operaciones, incluyendo tanto los activos fijos como los costos operativos requeridos para el funcionamiento del proyecto. Según Lawrence Gitman y Zutter (2012), la adecuada planificación de los recursos iniciales permite garantizar la viabilidad económica y operativa de los emprendimientos, especialmente en su etapa de inicio.

A continuación, se presenta el detalle de los gastos de puesta en marcha de JAX Digital

Tabla 18 *Gastos de puesta en marcha del emprendimiento JAX Digital S.A.S.*

Rubro	Concepto	Valor
Equipos tecnológicos	Computador, celular, iluminación, impresora, micrófono	\$5.800.000
Mobiliario	Escritorio, sillas ergonómicas, decoración	\$1.300.000
Publicidad inicial	Campaña de lanzamiento digital	\$400.000
Herramientas digitales	Canva Pro, software de edición	\$41.292 / mes
Servicios	Internet y servicios públicos primer mes	\$200.000
Registro legal	Constitución S.A.S., RUT, matrícula mercantil	\$650.000
Total inversión inicial		\$8.391.292

Nota. La inversión total de \$8.391.292 se financia con recursos propios por \$4.900.000 (58,4%) y crédito por \$3.491.292 (41,6%). Cifras en pesos colombianos (COP). Elaboración propia (2026).

Para el desarrollo del proyecto JAX Digital, se requiere una inversión inicial que permita no solo la puesta en marcha del negocio, sino también garantizar su funcionamiento durante los primeros meses de operación.

4.7 Condiciones comerciales

Las condiciones comerciales de JAX Digital definen los parámetros bajo los cuales se prestan los servicios de marketing digital, incluyendo precios, métodos de pago, descuentos, entrega del servicio y relación con el cliente.

Precios de venta:

JAX Digital comercializa sus servicios a través de diversos planes y productos adaptados a las necesidades y al presupuesto de cada cliente:

Tabla 19 *Precios de los servicios del emprendimiento JAX Digital S.A.S.*

Servicio	Precio
Campañas publicitarias (Plan básico)	\$500.000
Página Web Shopify	\$900.000
Capacitación individual Meta Ads	\$450.000
Capacitación empresarial Meta Ads	\$900.000
Creación de video	\$350.000
Catálogo / Menú digital	\$350.000

Nota. Los precios corresponden al valor unitario por servicio. Cifras en pesos colombianos (COP). Elaboración propia (2026).

Estos precios se establecen teniendo en cuenta los costos de operación, el margen de utilidad esperado y los precios del mercado local en Cúcuta, donde los servicios básicos de marketing digital oscilan entre \$600.000 y \$1.500.000 mensuales, lo que posiciona a JAX Digital con una estrategia de penetración competitiva y accesible.

Formas de pago

Se manejaron las siguientes modalidades:

Pago inicial del 50% al momento de contratar el servicio y el 50% restante al completar el primer mes de trabajo.

Posteriormente, se acuerda con el cliente la modalidad de pago quincenal o mensual según sus preferencias.

Los pagos pueden realizarse mediante transferencia bancaria o en efectivo.

Entrega del servicio

Prestación del servicio de forma digital mediante redes sociales, correo electrónico y herramientas de comunicación online.

Reuniones presenciales al inicio del servicio para presentar la propuesta, definir estrategias y generar confianza con el cliente.

Entrega de reportes periódicos con métricas e indicadores de rendimiento que evidencien los resultados de las campañas ejecutadas.

Acompañamiento y asesoría continua durante toda la vigencia del contrato.

Condiciones de venta

No se prestan servicios a crédito a clientes nuevos; se requiere el pago del 50% inicial para dar inicio al trabajo.

Los servicios se contratan mensualmente con posibilidad de renovación según acuerdo con el cliente.

Cada propuesta comercial es personalizada y enviada individualmente al cliente según sus necesidades, objetivos e inversión.

El servicio se entrega bajo los estándares de calidad, estrategia y resultados comprometidos en la propuesta inicial.

CAPÍTULO V Modulo Financiero

5 Modulo Financiero

5.1 Proyección de ventas

Tabla 20 Datos base y punto de equilibrio por servicio — JAX Digital S.A.S.

Servicio	Precio unit.	C. variable	Costo fijo	PE	Und/mes	Ingreso mensual base
Campañas Meta Ads	\$500.000	\$25.000	\$1.062.160	3	9	\$4.500.000
Pág. Web Shopify	\$900.000	\$20.000	\$1.062.160	2	3	\$2.700.000
Cap. individual	\$450.000	\$38.000	\$1.062.160	3	4	\$1.800.000
Cap. empresarial	\$900.000	\$60.000	\$1.062.160	2	2	\$1.800.000
Creación de video	\$350.000	\$25.000	\$1.062.160	4	5	\$1.750.000
Catálogo / Menú digital	\$350.000	\$0	\$1.062.160	4	4	\$1.400.000
Total mensual base						\$13.950.000

Tabla 21 Proyección de ventas a 5 años — JAX Digital S.A.S. (CAGR 20%)

Servicio	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)	Año 4 (2029)	Año 5 (2030)
Campañas Meta Ads	\$64.800.00 0	\$77.760. 000	\$93.312.0 00	\$111.974. 400	\$134.369. 280
Pág. Web Shopify	\$38.880.00 0	\$46.656. 000	\$55.987.2 00	\$67.184.6 40	\$80.621.5 68
Cap. individual	\$25.920.00 0	\$31.104. 000	\$37.324.8 00	\$44.789.7 60	\$53.747.7 12
Cap. empresarial	\$25.920.00 0	\$31.104. 000	\$37.324.8 00	\$44.789.7 60	\$53.747.7 12
Creación de video	\$25.200.00 0	\$30.240. 000	\$36.288.0 00	\$43.545.6 00	\$52.254.7 20
Catálogo / Menú digital	\$20.160.00 0	\$24.192. 000	\$29.030.4 00	\$34.836.4 80	\$41.803.7 76
Tot al ingresos anuales (20%)	\$200.880.0 0	\$241.05 6.000	\$289.267. 200	\$347.120. 640	\$416.544. 768

Nota. Tasa sustentada en el crecimiento del sector de marketing digital en Colombia (CCCE, 2025). Cifras en COP. Elaboración propia (2026).

5.1.1 *Tamaño del mercado*

El tamaño del mercado es un indicador fundamental para determinar el potencial comercial de un emprendimiento, ya que permite estimar el volumen de clientes y la demanda existente en el entorno operativo del negocio. Para JAX Digital, este análisis se realizó utilizando datos proporcionados por la Cámara de Comercio de Cúcuta y los resultados de una encuesta a micro y pequeñas empresas del municipio de San José de Cúcuta.

Según datos de la Cámara de Comercio de Cúcuta, la ciudad cuenta con aproximadamente 55.888 empresas registradas. De estas, 53.536 son microempresas (lo que representa el 95,6 % del total) y 2.352 son pequeñas empresas (que constituyen el 4,2 % restante). Este panorama empresarial conforma el mercado potencial de JAX Digital, dado que ambos segmentos se encuentran en fase de crecimiento y presentan necesidades activas en cuanto a visibilidad digital y posicionamiento en redes sociales.

Los resultados de la encuesta indicaron que el 65,2 % de los propietarios consultados estaban dispuestos a contratar servicios de marketing digital, lo que sugiere un mercado direccionable de aproximadamente 36.439 empresas en la ciudad. Sin embargo, considerando la capacidad operativa actual de JAX Digital como emprendimiento en etapa inicial, el mercado objetivo se define como aquellas micro y pequeñas empresas ubicadas en el área urbana de Cúcuta principalmente de los sectores de moda, calzado, alimentos y belleza que estén dispuestas a invertir entre 200.000 y 500.000 pesos colombianos mensuales en servicios de marketing digital.

5.1.2 Tabla de proyección de ventas y Justificación

Tabla 22 Datos base y punto de equilibrio por servicio — JAX Digital S.A.S.

Servicio	Precio unit.	C. variable	Costo fijo	PE	Und/mes	Ingreso mensual base
Campañas Meta Ads	\$500.000	\$25.000	\$1.062.160	3	9	\$4.500.000
Pág. Web Shopify	\$900.000	\$20.000	\$1.062.160	2	3	\$2.700.000
Cap. individual	\$450.000	\$38.000	\$1.062.160	3	4	\$1.800.000
Cap. empresarial	\$900.000	\$60.000	\$1.062.160	2	2	\$1.800.000
Creación de video	\$350.000	\$25.000	\$1.062.160	4	5	\$1.750.000
Catálogo / Menú digital	\$350.000	\$0	\$1.062.160	4	4	\$1.400.000
Total mensual base						\$13.950.000

Tabla 23 Proyección de ventas a 5 años — JAX Digital S.A.S. (CAGR 20%)

Servicio	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)	Año 4 (2029)	Año 5 (2030)
Campañas Meta Ads	\$64.800.000	\$77.760.000	\$93.312.000	\$111.974.400	\$134.369.280
Pág. Web Shopify	\$38.880.000	\$46.656.000	\$55.987.200	\$67.184.640	\$80.621.568
Cap. individual	\$25.920.000	\$31.104.000	\$37.324.800	\$44.789.760	\$53.747.712
Cap. empresarial	\$25.920.000	\$31.104.000	\$37.324.800	\$44.789.760	\$53.747.712
Creación de video	\$25.200.000	\$30.240.000	\$36.288.000	\$43.545.600	\$52.254.720
Catálogo / Menú digital	\$20.160.000	\$24.192.000	\$29.030.400	\$34.836.480	\$41.803.776
Total ingresos anuales (20%)	\$200.880.000	\$241.056.000	\$289.267.200	\$347.120.640	\$416.544.768

Nota. Tasa sustentada en el crecimiento del sector de marketing digital en Colombia (CCCE, 2025). Cifras en COP. Elaboración propia (2026).

La proyección de ventas de JAX Digital se elaboró con base en el portafolio de seis servicios definidos en el modelo de negocio, las unidades mensuales estimadas por servicio

según el punto de equilibrio y la demanda identificada en la investigación de mercado, y una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 20%, sustentada en el comportamiento real del sector de marketing digital en Colombia.

Para el cálculo de las ventas anuales se tomaron las unidades mensuales base de cada servicio, se convirtieron a ingresos anuales multiplicando por 12 meses, y a partir del Año 1 se aplicó la fórmula:

$$\text{Año } n = (\text{Unidades/mes} \times \text{Precio unitario} \times 12) \times (1 + 0,20).$$

5.1.3 Participación del mercado

La participación de mercado de JAX DIGITAL se estimó a partir del segmento objetivo definido en el estudio de mercado, el cual comprende a las micro y pequeñas empresas (MYPE) de la ciudad de Cúcuta. Los datos indican que en la ciudad existen aproximadamente 53.536 microempresas (95,6 %) y 2.352 pequeñas empresas (4,2 %), lo que representa un mercado potencial de cerca de 55.888 negocios: el universo total al que la agencia dirige sus servicios.

Los resultados de la investigación de mercado revelaron que el 100 % de los propietarios de negocios encuestados reconoce la importancia del marketing digital para el crecimiento empresarial; por otro lado, el 65,2 % manifestó su disposición a contratar servicios de marketing digital y el 34,8 % restante mostró un interés potencial, lo que confirma una demanda favorable para este tipo de servicios.

Dado que JAX DIGITAL es un emprendimiento en etapa inicial, el objetivo no es captar una gran cuota de mercado durante los primeros años de funcionamiento. Por ello, la meta inicial es captar entre el 0,05 % y el 0,10 % del mercado potencial, lo que equivale a entre 28 y 56

clientes activos aproximadamente durante el primer año. Este objetivo es alcanzable si se consideran la capacidad operativa del emprendimiento, los recursos disponibles y una estrategia de marketing centrada en la atención personalizada y la fidelización de clientes.

5.1.4 Política de cartera

Con el propósito de garantizar la liquidez y el adecuado flujo de caja del emprendimiento, JAX DIGITAL establece una política de cartera basada en el seguimiento oportuno de los pagos y la prevención de la morosidad. Dado que la empresa presta servicios de marketing digital bajo la modalidad de contratos mensuales y proyectos específicos, las condiciones de pago serán claras desde el inicio de la relación comercial

Para los servicios mensuales de gestión de redes sociales, el cliente deberá realizar el pago dentro de los primeros cinco (5) días calendario de cada mes. En el caso de proyectos específicos, como diseño de identidad visual, campañas publicitarias, se solicitará un anticipo del **50 %** al momento de la aceptación de la propuesta comercial y el **50 %** restante se cancelará al momento de la entrega final del servicio.

JAX DIGITAL ofrecerá como medios de pago transferencias bancarias, pagos por plataformas digitales y otros mecanismos electrónicos que faciliten el cumplimiento oportuno de las obligaciones por parte de los clientes.

Como parte del proceso de control de cartera, se enviarán recordatorios de pago tres (3) días antes de la fecha de vencimiento. En caso de mora, se realizará contacto con el cliente mediante llamada telefónica o mensaje electrónico para acordar el pago correspondiente.

Si el retraso supera los quince (15) días calendario, la empresa podrá suspender temporalmente la prestación del servicio hasta que se normalice la obligación pendiente. Cuando la mora sea superior a treinta (30) días, JAX DIGITAL se reserva el derecho de cancelar el contrato o abstenerse de iniciar nuevos proyectos con el cliente hasta que se encuentre al día con sus obligaciones financieras.

Con esta política se busca mantener una cartera sana, reducir el riesgo financiero, fortalecer las relaciones comerciales con los clientes y garantizar la sostenibilidad económica del emprendimiento.

5.2 Inversión y financiación

El plan de inversión y financiación de JAX Digital detalla los recursos financieros necesarios para poner en marcha el emprendimiento y mantener las operaciones durante los meses iniciales. La inversión inicial total asciende a 8.391.292 COP, distribuidos en seis categorías que incluyen equipos tecnológicos, mobiliario, publicidad inicial, herramientas digitales, servicios públicos y registro legal.

Para cubrir esta inversión, JAX Digital ha establecido la siguiente estructura de financiación: 4.900.000 COP provienen de fondos propios (lo que representa el 58,4 % de la inversión total), mientras que 3.491.292 COP se financian mediante crédito (correspondientes al 41,6 % restante). Esta asignación refleja una estrategia de financiación conservadora que prioriza la autofinanciación con el fin de minimizar la deuda externa y reducir la presión financiera durante la fase operativa inicial

Tabla 24 *Plan de inversión y financiación de JAX Digital*

Concepto	Valor (COP)	Participación (%)
Inversión total	\$8.391.292	100,0 %
Recursos propios	\$4.900.000	58,4 %
Financiación mediante crédito	\$3.491.292	41,6 %

Nota. Elaboración propia (2026).

5.2.1 *Plan de inversión*

El plan de inversión de JAX DIGITAL detalla los recursos necesarios para iniciar operaciones y garantizar el funcionamiento del emprendimiento durante su fase inicial. La inversión total asciende a COP \$8.391.292, destinados a la adquisición de equipos tecnológicos, mobiliario y herramientas digitales, así como a publicidad de lanzamiento, registro legal y gastos operativos básicos.

La estructura de financiación se compone de COP \$4.900.000 de recursos propios (58,4 %) y COP \$3.491.292 de financiación externa (41,6 %). Esta distribución contribuye a reducir los niveles de endeudamiento, mantener un flujo de caja saludable y asegurar la disponibilidad de los recursos necesarios para desarrollar las actividades de la empresa.

Esta inversión permitirá a JAX DIGITAL ofrecer servicios de marketing digital respaldados por una infraestructura tecnológica y administrativa adecuada, fomentando un crecimiento sostenible y la prestación de un servicio de alta calidad desde el inicio mismo de las operaciones

Tabla 25 *Financiamiento de JAX DIGITAL*

Fuente	Descripción	Valor (COP)
Recursos propios	Aporte de la emprendedora para la puesta en marcha del negocio	\$4.900.000
Crédito	Financiación destinada a cubrir parte de la inversión inicial	\$3.491.292
Total, financiación		\$8.391.292

Nota. Financiamiento jax digital. Elaboración propia (2026).

5.2.2 Estrategias de financiamiento

Para financiar el lanzamiento de JAX DIGITAL, se implementará una estrategia que combina recursos propios y financiación externa. Las aportaciones del propio emprendedor cubrirán el 58,4 % de la inversión inicial, mientras que el 41,6 % restante se obtendrá mediante un préstamo, permitiendo así disponer del capital necesario sin incurrir en un elevado nivel de endeudamiento.

5.2.2.1 Fuentes de financiamiento

JAX DIGITAL se pondrá en marcha utilizando dos fuentes de financiación, recursos propios y financiación externa.

Esta combinación cubrirá la inversión inicial necesaria para equipos tecnológicos, herramientas digitales, mobiliario, publicidad, registro legal y otros recursos requeridos para iniciar operaciones.

La principal fuente de financiación externa será un préstamo de inversión de libre destinación del Banco Caja Social, entidad reconocida por ofrecer soluciones financieras adaptadas a emprendedores y microempresas. Se seleccionó esta opción debido a sus condiciones de financiación, facilidad de acceso y términos adecuados a las necesidades de un emprendimiento en etapa inicial. En caso de que no se apruebe la solicitud del préstamo, se considerarán otras instituciones financieras o líneas de crédito para microempresas que ofrezcan condiciones competitivas.

5.2.2.2 Plan de financiamiento

Para poner en marcha a JAX DIGITAL se requiere una inversión total de COP 8.391.292, el emprendedor aportará COP 4.900.000, y se financiara COP 3.491.292 mediante un préstamo de libre inversión de esta forma se busca cubrir la inversión inicial sin depender totalmente de financiación externa.

Como primera opcion el Banco Caja Social es la entidad crediticia preferida debido a sus opciones de crédito diseñadas para emprendedores y microempresas.

El préstamo solicitado será de COP 3.491.292, con un plazo de amortización estimado de 36 meses. Las condiciones del mercado sugieren una tasa de interés mensual de entre el 1,8% y el 2,2%, lo que resultaría en cuotas mensuales aproximadas de entre COP 125.000 y COP 140.000. Estas cifras son estimaciones y pueden variar según las políticas vigentes de Banco Caja Social, la evaluación financiera y la capacidad crediticia del solicitante al momento de la petición.

Los fondos del préstamo se destinarán a la adquisición de tecnología, mobiliario y herramientas digitales, así como a publicidad de lanzamiento, registro legal y otros costos iniciales. Los pagos del préstamo se cubrirán con los ingresos generados por los servicios de marketing digital, garantizando así una adecuada gestión del flujo de caja y el cumplimiento oportuno de las obligaciones financieras.

En caso de que no apruebe el préstamo el Banco Caja Social, se considerarán otras instituciones financieras o programas de financiación para microempresas con condiciones similares para satisfacer las necesidades de financiación de JAX DIGITAL

Tabla 26 *Plan de financiamiento de JAX DIGITAL*

Concepto	Descripción
Entidad financiera	Banco Caja Social (primera alternativa)
Tipo de crédito	Crédito de libre inversión para microempresas
Valor del crédito	\$3.491.292 COP
Plazo estimado	36 meses
Tasa de interés estimada	Entre 1,8 % y 2,2 % mensual*
Cuota mensual estimada	Entre \$125.000 y \$140.000 COP*
Recursos propios	\$4.900.000 COP
Destino del crédito	Equipos tecnológicos, mobiliario, herramientas digitales, publicidad inicial, registro legal y gastos de puesta en marcha
Fuente de pago	Ingresos generados por la prestación de servicios de marketing digital

Nota. La tasa de interés, el valor de las cuotas y las demás condiciones son estimaciones y pueden variar según las políticas del Banco Caja Social y el perfil crediticio de la solicitante.

Elaboración propia (2026)

5.2.2.3 Tabla de amortización de crédito

Este valor es referencial y puede variar según la tasa final aprobada por la entidad financiera, para el crédito proyectado de \$3.491.292 COP a una tasa estimada del 2 % mensual y un plazo de 36 meses, se estima una cuota fija aproximada de \$137.000 COP.

Tabla 27 *Amortización estimada del crédito – JAX DIGITAL*

Mes	Cuota estimada (COP)	Interés (COP)	Abono a capital (COP)	Saldo aproximado (COP)
1	137.000	69.826	67.174	3.424.118
2	137.000	68.482	68.518	3.355.600
3	137.000	67.112	69.888	3.285.712
4	137.000	65.714	71.286	3.214.426
5	137.000	64.289	72.711	3.141.715
6	137.000	62.834	74.166	3.067.549

Nota. Cálculos realizados con base en una tasa estimada del 2 % mensual. La cuota, los intereses y el saldo pueden variar según las condiciones finales aprobadas por la entidad financiera.

5.2.3 Costos y gastos de operación

Los costos y gastos de operación son todos los gastos que tiene un negocio para funcionar día a día. Se dividen en dos: los que cambian según cuánto se vende y los que toca pagar fijo cada mes. Conocerlos bien es clave para saber si el negocio es rentable y para poner precios que realmente cubran todo.

En JAX Digital se identificaron estos costos para saber exactamente cuánto cuesta prestar cada servicio y cuánto se necesita vender para no perder dinero.

Costos variables

Estos dependen de cuántos servicios se presten. Cuando se hace una página web en Shopify hay que pagar la plataforma, que vale entre \$10.100 y \$30.000 al mes. Para las capacitaciones se alquila un coworking: \$38.000 por sesión individual y \$60.000 por la empresarial. Los demás servicios no generan costos adicionales porque se trabajan con herramientas que ya están dentro de los costos fijos.

Costos fijos

Estos se pagan todos los meses sin importar si hay muchos o pocos clientes. En JAX Digital suman \$6.372.959 COP mensuales y se organizan así: la nómina es lo más costoso con \$5.567.500, que incluye el sueldo del gerente y del diseñador. Los gastos operativos como

publicidad, internet y luz suman \$660.000. Las herramientas digitales como Canva Pro y software de edición cuestan \$41.292. Y la depreciación de equipos representa \$104.167 mensual, que es el desgaste del computador, la impresora y los demás activos

Tabla 28 *Costos y gastos mensuales de operación del emprendimiento JAX Digital S.A.S.*

Rubro	Concepto	Valor mensual
Nómina	Gerente / Especialista en marketing digital	\$3.067.500
	Diseñador gráfico y creador de contenido	\$2.500.000
	Publicidad propia (redes sociales)	\$400.000
Gastos operativos	Internet	\$50.000
	Luz	\$150.000
Transporte	Gasolina	\$60.000
Herramientas digitales	Canva Pro	\$32.000
	Software de edición	\$9.292
Depreciación	Depreciación equipos	\$104.167
Total, costos fijos mensuales		\$6.372.959

Nota. Los costos fijos permanecen constantes independientemente del número de clientes atendidos. La depreciación se calcula sobre los activos fijos adquiridos. Cifras en pesos colombianos (COP). Elaboración propia (2026).

5.2.4 *Costo variable unitario*

El costo variable unitario representa el valor que varía directamente con la producción o prestación de cada unidad de servicio. En otras palabras, es lo que le cuesta a JAX Digital prestar un servicio adicional a un cliente nuevo. Conocer este dato es fundamental para calcular el margen de contribución de cada servicio y determinar el punto de equilibrio del emprendimiento.

En JAX Digital el costo variable unitario difiere según el tipo de servicio, ya que no todos requieren los mismos recursos adicionales para su prestación. Los servicios que implican el uso de plataformas externas o espacios físicos presentan un costo variable mayor, mientras que

aquellos que se ejecutan completamente con herramientas propias tienen un costo variable mínimo o nulo

Tabla 29 *Costos variables por concepto del emprendimiento JAX Digital S.A.S.*

Concepto de costo variable	Valor unitario
Plataforma / aplicaciones (Shopify)	\$10.100 – \$30.000 mensual
Coworking (capacitaciones individuales)	\$38.000 por sesión
Coworking (capacitación empresarial)	\$60.000 por sesión
Licencias de música, clips y revisiones	\$25.000 por proyecto
Guías PDF / plantillas capacitaciones	\$10.000 por unidad

Nota. El costo variable unitario corresponde al gasto directo asociado a la prestación de una unidad adicional de cada servicio. El servicio de catálogo/menú digital no genera costo variable adicional dado que se ejecuta con herramientas incluidas en los costos fijos. Cifras en pesos colombianos (COP). Elaboración propia (2026).

5.2.5 Costos fijos

En JAX Digital los costos fijos mensuales suman \$6.372.959 COP y están distribuidos en cinco rubros: nómina, gastos operativos, transporte, herramientas digitales y depreciación de equipos. El rubro más representativo es la nómina con \$5.567.500, que incluye el salario del gerente y especialista en marketing digital con \$3.067.500 y el del diseñador gráfico y creador de contenido con \$2.500.000. Le siguen los gastos operativos con \$660.000, que cubren publicidad propia en redes sociales, internet y servicios de luz. El transporte representa \$60.000 mensuales en gasolina. Las herramientas digitales suman \$41.292 entre Canva Pro y software de edición. Finalmente, la depreciación de equipos corresponde a \$104.167 mensuales, valor que refleja el

desgaste mensual de los activos fijos adquiridos como el computador, la impresora y los demás equipos tecnológicos.

Tabla 30 *Costos y gastos mensuales de operación del emprendimiento JAX Digital S.A.S.*

Rubro	Concepto	Valor mensual
Nómina	Gerente / Especialista en marketing digital	\$3.067.500
	Diseñador gráfico y creador de contenido	\$2.500.000
	Publicidad propia (redes sociales)	\$400.000
Gastos operativos	Internet	\$50.000
	Luz	\$150.000
Transporte	Gasolina	\$60.000
Herramientas digitales	Canva Pro	\$32.000
	Software de edición	\$9.292
Depreciación	Depreciación equipos	\$104.167
Total, costos fijos mensuales		\$6.372.959

Nota. Los costos fijos permanecen constantes independientemente del número de clientes atendidos. La depreciación se calcula sobre los activos fijos adquiridos. Cifras en pesos colombianos (COP). Elaboración propia (2026).

5.3 Proyección de ingresos, costos y gastos

La proyección de ingresos, costos y gastos permite visualizar el comportamiento financiero esperado del emprendimiento durante los cinco primeros años de operación. Para su elaboración se tomaron como base los ingresos mensuales estimados de \$13.950.000 COP, los costos fijos mensuales de \$6.372.959 COP y los costos variables mensuales de \$682.000 COP, aplicando una tasa de crecimiento anual del 20% sobre cada uno de estos rubros para los períodos proyectados.

Los resultados indican que JAX Digital generaría una utilidad operacional de \$99.288.590 en el primer año, con ingresos totales de \$200.880.000 y costos totales de

\$101.591.410. A medida que avanza el período de proyección, tanto los ingresos como los costos crecen al mismo ritmo del 20% anual, lo que permite mantener un margen de utilidad estable y creciente, alcanzando \$205.884.821 en el Año 5 con ingresos de \$416.544.768. Estos resultados confirman la viabilidad financiera del emprendimiento en el mediano plazo.

Tabla 31 *Proyección de ingresos, costos y gastos del emprendimiento JAX Digital S.A.S.*

Concepto	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)	Año 4 (2029)	Año 5 (2030)
Ingresos totales	\$200.880.000	\$241.056.000	\$289.267.200	\$347.120.640	\$416.544.768
Costos fijos	\$91.770.610	\$110.124.732	\$132.149.678	\$158.579.613	\$190.295.536
Costos variables	\$9.820.800	\$11.784.960	\$14.141.952	\$16.970.342	\$20.364.411
Costos totales	\$101.591.410	\$121.909.692	\$146.291.630	\$175.549.956	\$210.659.947
Utilidad operacional	\$99.288.590	\$119.146.308	\$142.975.570	\$171.570.684	\$205.884.821

Nota. Proyección elaborada con base en ingresos mensuales de \$13.950.000, costos fijos de \$6.372.959 y costos variables de \$682.000, aplicando una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 20%. Cifras en pesos colombianos (COP). Elaboración propia (2026).

Ejemplo con ingresos:

Base mensual: $\$13.950.000 \times 12 = \$167.400.000$ anual

Año 1: $\$167.400.000 \times (1,20)^1 = \$200.880.000$

Año 2: $\$167.400.000 \times (1,20)^2 = \$241.056.000$

Año 5: $\$167.400.000 \times (1,20)^5 = \$416.544.768$

Ejemplo con costos fijos:

Base mensual: $\$6.372.959 \times 12 = \$76.475.508$ anual

Año 1: $\$76.475.508 \times (1,20)^1 = \$91.770.610$

La utilidad se calculó así:

$$\text{Utilidad} = \text{Ingresos totales} - \text{Costos fijos} - \text{Costos variables}$$

5.4 Estados financieros

Los estados financieros son documentos contables que muestran la situación económica de una empresa en un período determinado. Permiten evaluar si el negocio es rentable, si tiene capacidad para cubrir sus deudas y si genera valor en el tiempo. Para JAX Digital se elaboraron tres estados financieros proyectados a cinco años: el balance general, el estado de resultados y el flujo de caja.

5.4.1 *Balance General (proyectado a 5 años)*

El balance general proyectado facilita el análisis del comportamiento de los activos, pasivos y patrimonio de la idea de negocio con una proyección a cinco años

Tabla 32 Balance general proyectado de JAX DIGITAL S.A.S

Concepto	Apertura (Año 0)	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)	Año 4 (2029)	Año 5 (2030)
ACTIVO						
Activo corriente						
Efectivo y equivalentes de efectivo	-	\$64.403.990	\$141.630.945	\$234.239.688	\$347.010.637	\$482.085.775
Total activo corriente	-	\$64.403.990	\$141.630.945	\$234.239.688	\$347.010.637	\$482.085.775
Activo no corriente						
Propiedad, planta y equipo (bruto)	\$7.100.000	\$7.100.000	\$7.100.000	\$7.100.000	\$7.100.000	\$7.100.000
(-) Depreciación acumulada	-	\$1.250.004	\$2.500.008	\$3.750.012	\$5.000.016	\$6.250.020
Propiedad, planta y equipo (neto)	\$7.100.000	\$5.849.996	\$4.599.992	\$3.349.988	\$2.099.984	\$849.980
Total activo no corriente	\$7.100.000	\$5.849.996	\$4.599.992	\$3.349.988	\$2.099.984	\$849.980
TOTAL ACTIVOS	\$7.100.000	\$70.253.986	\$146.230.937	\$237.589.676	\$349.110.621	\$482.935.755
PASIVO						
Pasivo corriente						
Porción corriente obligaciones financieras	\$1.142.164	\$1.142.164	\$1.448.540	-	-	-
Total pasivo corriente	\$1.142.164	\$1.142.164	\$1.448.540	-	-	-
Pasivo no corriente						
Obligaciones financieras largo plazo	\$2.349.128	\$1.448.540	-	-	-	-
Total pasivo no corriente	\$2.349.128	\$1.448.540	-	-	-	-
TOTAL PASIVOS	\$3.491.292	\$2.590.704	\$1.448.540	-	-	-
PATRIMONIO						
Capital social	\$4.900.000	\$4.900.000	\$4.900.000	\$4.900.000	\$4.900.000	\$4.900.000
Utilidades acumuladas	(\$1.291.292)	\$62.763.282	\$139.882.397	\$232.689.676	\$344.210.621	\$478.035.755
TOTAL PATRIMONIO	\$3.608.708	\$67.663.282	\$144.782.397	\$237.589.676	\$349.110.621	\$482.935.755
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$7.100.000	\$70.253.986	\$146.230.937	\$237.589.676	\$349.110.621	\$482.935.755

Nota. Cifras expresadas en pesos colombianos (COP). Apertura = inicio de operaciones (Año 0).

Elaboración propia con base en datos del proyecto JAX DIGITAL. Elaboración propia (2026)

5.4.2 Estado de Resultados (proyectado a 5 años)

El estado de resultados proyectado de **JAX DIGITAL** presenta el comportamiento esperado de los ingresos, costos, gastos y utilidades durante los cinco años de operación del emprendimiento. Este estado financiero permite evaluar la rentabilidad del negocio, determinar la capacidad de generar beneficios económicos y analizar la evolución del desempeño financiero a partir de las proyecciones de ventas y los costos asociados a la prestación de los servicios de marketing digital.

Tabla 33 Estado de Resultados proyectado – JAX DIGITAL (2026 – 2030)

Concepto	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)	Año 4 (2029)	Año 5 (2030)
Ingresos totales	\$200.880.000	\$241.056.000	\$289.267.200	\$347.120.640	\$416.544.768
(-) Costos fijos totales	(\$91.770.610)	(\$110.124.732)	(\$132.149.678)	(\$158.579.613)	(\$190.295.536)
(-) Costos variables totales	(\$9.820.800)	(\$11.784.960)	(\$14.141.952)	(\$16.970.342)	(\$20.364.411)
Costos totales	(\$101.591.410)	(\$121.909.692)	(\$146.291.630)	(\$175.549.956)	(\$210.659.947)
Utilidad operacional	\$99.288.590	\$119.146.308	\$142.975.570	\$171.570.684	\$205.884.821
(-) Gastos financieros (intereses crédito)	(\$743.092)	(\$501.516)	(\$195.140)	-	-
Utilidad antes de impuestos (UAI)	\$98.545.499	\$118.644.792	\$142.780.430	\$171.570.684	\$205.884.821
(-) Impuesto de renta (35% - Art. 240 E.T.)	(\$34.490.925)	(\$41.525.677)	(\$49.973.150)	(\$60.049.739)	(\$72.059.687)
UTILIDAD NETA	\$64.054.574	\$77.119.115	\$92.807.279	\$111.520.945	\$133.825.134
(-) Dividendos decretados	-	-	-	-	-
Utilidad retenida del ejercicio	\$64.054.574	\$77.119.115	\$92.807.279	\$111.520.945	\$133.825.134

Nota. Ingresos y costos proyectados con la fórmula de crecimiento compuesto $\text{Año } n = \text{Base mensual} \times 12 \times (1 + \text{CAGR})^n$. Gastos financieros tomados de la amortización real del crédito (Amortización Crédito). Tarifa de renta: 35% tarifa general para personas jurídicas, año gravable 2026 (Art. 240 E.T., Ley 2277 de 2022). Elaboración propia (2026)

5.4.3 Flujo de caja (proyectado a 5 años)

Tabla 34 Flujo de caja proyectado — Jax digital s.a.s.

Concepto	Año 0 (2025)	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)	Año 4 (2029)	Año 5 (2030)
A. Ingresos operacionales						
Ingresos por servicios prestados	-	\$200.880.000	\$241.056.000	\$289.267.200	\$347.120.640	\$416.544.768
B. Egresos operacionales						
(-) Costos fijos operacionales	-	(\$91.770.610)	(\$110.124.732)	(\$132.149.678)	(\$158.579.613)	\$190.295.536)
(-) Costos variables operacionales	-	(\$9.820.800)	(\$11.784.960)	(\$14.141.952)	(\$16.970.342)	(\$20.364.411)
Utilidad operacional (EBIT)	-	\$99.288.590	\$119.146.308	\$142.975.570	\$171.570.684	\$205.884.821
C. Gastos financieros						
(-) Intereses crédito Banco Caja Social	-	(\$743.092)	(\$501.516)	(\$195.140)	-	-
Utilidad antes de impuestos (UAI)	-	\$98.545.498	\$118.644.792	\$142.780.430	\$171.570.684	\$205.884.821
(-) Impuesto de renta 35% (Art. 240 E.T.)	-	(\$34.490.924)	(\$41.525.677)	(\$49.973.151)	(\$60.049.739)	(\$72.059.687)
Utilidad neta	-	\$64.054.574	\$77.119.115	\$92.807.280	\$111.520.945	\$133.825.134
D. Ajustes						
(+) Depreciación (add-back — no es salida de caja)	-	\$1.250.004	\$1.250.004	\$1.250.004	\$1.250.004	\$1.250.004
E. Actividades de financiación						
(+) Desembolso crédito Banco Caja Social	\$3.491.292	-	-	-	-	-
(+) Aporte de capital del emprendedor	\$4.900.000	-	-	-	-	-
(-) Pago cuotas crédito (capital + intereses)	-	(\$1.643.680)	\$1.643.680)	(\$1.643.680)	-	-
F. inversión						
(-) Inversión inicial (activos fijos + gastos preoperativos)	(\$8.391.292)	-	-	-	-	-

Concepto	Año 0 (2025)	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)	Año 4 (2029)	Año 5 (2030)
Flujo de caja neto del período	-	\$63.660.898	\$76.725.439	\$92.413.604	\$112.770.949	\$135.075.138
Saldo acumulado de caja	-	\$63.660.898	\$140.386.337	\$232.799.941	\$345.570.889	\$480.646.027

Nota. Cifras en pesos colombianos (COP) | CAGR 20% | Impuesto renta 35% | Tasa crédito 2% MV | Banco Caja Social | Elaboración propia (2026)

5.5 Evaluación del proyecto

La evaluación del proyecto busca determinar la viabilidad financiera de JAX DIGITAL S.A.S. para el periodo 2026-2030, con base en el Balance General, el Estado de Resultados y el Flujo de Caja proyectados.

La inversión inicial es de \$8.391.292 COP, financiada con \$4.900.000 COP de recursos propios (58,4 %) y \$3.491.292 COP de crédito bancario con el Banco Caja Social (41,6 %), a 36 meses y 2 % de interés mensual.

Para evaluar el proyecto se calcularon el VAN, la TIR, el periodo de recuperación de la inversión, el punto de equilibrio y las razones financieras de liquidez y rentabilidad.

Con una tasa de descuento del 16,25 % (DTF más 5 puntos de riesgo), el proyecto arroja un VAN de \$287.338.241 COP, positivo y superior a la inversión inicial. La TIR es de 779,15 % anual, muy por encima de la tasa exigida, lo que confirma la rentabilidad del proyecto.

El periodo de recuperación de la inversión es de apenas 1,6 meses en términos simples y 1,8 meses descontado, ya que el flujo del Año 1 (\$63.660.898 COP) supera ampliamente la inversión inicial de \$8.391.292 COP.

El punto de equilibrio muestra que las ventas mensuales proyectadas superan el mínimo necesario para cubrir los costos en los seis servicios del portafolio, lo que garantiza la viabilidad operativa desde el primer año.

En liquidez, la razón corriente y la prueba ácida (iguales, pues la empresa no maneja inventarios) pasan de 0x en la apertura a 56,39x en el Año 1 y 97,77x en el Año 2; desde el Año 3 el pasivo corriente es cero al cancelarse el crédito. El capital de trabajo pasa de -\$1.142.164 COP a \$482.085.775 COP en el Año 5.

En rentabilidad, el margen operacional se mantiene en 49,4 %, el margen neto entre 31,9 % y 32,1 %, y el ROA y el ROE bajan de 91,2 %-94,7 % en el Año 1 a 27,7 % en el Año 5, por la acumulación de efectivo al no repartir dividendos.

5.5.1 VAN

Para determinar la viabilidad económica del proyecto, se procedió a calcular el Valor Actual Neto (VAN). Este indicador financiero permite actualizar los flujos de caja netos futuros proyectados a cinco años, descontándolos mediante una tasa de oportunidad exigida para evaluar si la inversión inicial genera valor económico agregado. Para el cálculo se estableció una tasa de descuento de 16,25%. Esta tasa se estructuró tomando como base de referencia la tasa Depósito a Término Fijo (DTF), la cual se complementó con un margen de riesgo (colchón financiero) de 5,00 puntos porcentuales para incorporar la prima de riesgo y la volatilidad del mercado en el

modelo. A partir del flujo de caja proyectado del período y una inversión inicial de \$8.391.292 en el Año 0.

$$\text{Año 1: } \$63.660.898 / (1 + 0,1625)^1 = \$54.762.062,79$$

$$\text{Año 2: } \$76.725.439 / (1 + 0,1625)^2 = \$56.786.104,11$$

$$\text{Año 3: } \$92.413.604 / (1 + 0,1625)^3 = \$58.828.471,05$$

$$\text{Año 4: } \$112.770.949 / (1 + 0,1625)^4 = \$61.764.088,27$$

$$\text{Año 5: } \$135.075.138 / (1 + 0,1625)^5 = \$63.588.806,78$$

Suma de flujos descontados: \$295.729.533,00

Menos Inversión Inicial: -\$8.391.292,00

Resultado Final: \$287.338.241,00

5.5.2 TIR

La **Tasa Interna de Retorno (TIR)** es un indicador financiero que permite medir la rentabilidad de un proyecto de inversión. Representa la tasa de descuento que hace que el Valor Presente Neto (VPN) sea igual a cero; es decir, la tasa a la cual el valor presente de los ingresos futuros es equivalente a la inversión inicial.

Año Flujo de Caja

0 -\$8.391.292

1 \$63.660.898

Año Flujo de Caja

2 \$76.725.439

3 \$92.413.604

4 \$112.770.949

5 \$135.075.138

La Tasa Interna de Retorno (TIR) se obtiene resolviendo:

$$0 = -8.391.292 + \frac{63.660.898}{(1+r)} + \frac{76.725.439}{(1+r)^2} + \frac{92.413.604}{(1+r)^3} + \frac{112.770.949}{(1+r)^4} + \frac{135.075.138}{(1+r)^5}$$

Resultado

TIR: 779,15 % anual

5.5.3 Punto de equilibrio

Tabla 35 Proyección de ventas de los servicios del emprendimiento JAX DIGITAL

producto / servicio	costo variable unitario	precio venta unitario	costo fijo	punto de equilibrio
Campañas Publicitarias	\$25.000	\$500.000	\$1.062.160	3
Página Web Shopify	\$20.000	\$900.000	\$1.062.160	2
Capacitación Individual Meta Ads	\$38.000	\$450.000	\$1.062.160	3
Capacitación Empresarial Meta Ads	\$60.000	\$900.000	\$1.062.160	2
Creación de Video	\$25.000	\$350.000	\$1.062.160	4
Catálogo / Menú Digital	\$0	\$350.000	\$1.062.160	4

Nota. Proyección de ventas mensual de JAX DIGITAL. El costo fijo total (\$6.372.960) se distribuyó en partes iguales entre los seis servicios (\$1.062.160). El punto de equilibrio se calculó como: $PE = \text{Costo Fijo} / (\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable})$. Valores expresados en pesos colombianos (COP). Elaboración propia (2026).

El punto de equilibrio del emprendimiento se determinó con el fin de identificar la cantidad mínima de ventas necesarias para cubrir los costos de cada servicio, sin generar pérdidas ni utilidades.

Para su cálculo, se utilizó el margen de contribución, obtenido a partir de la diferencia entre el precio de venta y el costo variable unitario de cada servicio. Este margen indica cuánto aporta cada venta para cubrir los costos fijos.

Posteriormente, los costos fijos totales del negocio, por un valor de \$6.372.696, se distribuyeron entre los diferentes servicios para analizar su comportamiento individual.

El punto de equilibrio se obtiene dividiendo los costos fijos asignados a cada servicio entre su margen de contribución unitario, lo que permite establecer la cantidad mínima de ventas necesarias para cubrir los costos correspondientes.

De esta manera, se evidencia que las cantidades proyectadas de ventas superan el punto de equilibrio en la mayoría de los servicios, garantizando la viabilidad financiera del emprendimiento.

$$\text{unidades necesarias (punto de equilibrio)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable}}$$

5.5.4 Razones Financieras

Tabla 36 *Indicadores financieros*

Concepto	Apertura (Año 0)	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)	Año 4 (2029)	Año 5 (2030)
Análisis de indicadores financieros						
Razón corriente (liquidez) = Activo corriente / Pasivo corriente	0,00x	56,39x	97,77x	-	-	-
Prueba ácida = (Activo corriente – Inventarios) / Pasivo corriente	0,00x	56,39x	97,77x	-	-	-
Capital de trabajo = Activo corriente – Pasivo corriente	(\$1.142.164)	\$63.261.826	\$140.182.405	\$234.239.688	\$347.010.637	\$482.085.775

Nota: *Nota.* A partir del Año 3 el pasivo corriente es cero al haberse cancelado el crédito con el Banco Caja Social, por lo que la razón corriente y la prueba ácida dejan de ser calculables Elaboración propia (2026).

JAX Digital no tiene inventarios (es una empresa de servicios digitales), así que la prueba ácida es idéntica a la razón corriente. Lo dejé indicado en una nota dentro del Excel.

Años 3, 4 y 5 muestran "-" en las razones de liquidez porque el pasivo corriente es \$0 en esos años (el crédito ya está pagado), lo que haría una división por cero. El capital de trabajo en esos años simplemente es igual al activo corriente total.

La liquidez mejora fuertemente año a año: pasa de 0 en la apertura a ~56x en el Año 1 y ~98x en el Año 2, reflejando que la empresa acumula efectivo mucho más rápido de lo que crece su deuda de corto plazo.

El capital de trabajo es negativo en la apertura (-\$1,142,164) porque en ese momento aún no hay efectivo, pero ya existe la porción corriente del crédito, y luego se vuelve fuertemente positivo desde el Año 1.

5.5.4.1 Liquidez

Tabla 37 *Indicadores de liquidez proyectados (2026-2030)*

Concepto	Apertura (Año 0)	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)	Año 4 (2029)	Año 5 (2030)
Análisis de indicadores financieros						
Razón corriente (liquidez) = Activo corriente / Pasivo corriente	0,00x	56,39x	97,77x	-	-	-
Prueba ácida = (Activo corriente – Inventarios) / Pasivo corriente	0,00x	56,39x	97,77x	-	-	-
Capital de trabajo = Activo corriente – Pasivo corriente	(\$1.142.164)	\$63.261.826	\$140.182.405	\$234.239.688	\$347.010.637	\$482.085.775

Nota: JAX Digital no maneja inventarios (empresa de servicios digitales), por lo que la prueba ácida coincide con la razón corriente.

La liquidez mide la capacidad de JAX Digital para cubrir sus obligaciones de corto plazo con sus activos más líquidos.

Razón corriente: en la Apertura (Año 0) el indicador es 0, porque la empresa aún no ha generado efectivo pero ya tiene registrada la porción corriente del crédito bancario. Esto es normal en un negocio que recién arranca: hay deuda pero todavía no hay ingresos.

A partir del Año 1 el panorama cambia radicalmente: la razón corriente salta a 56.4x y en el Año 2 llega a 97.8x. Esto significa que el efectivo disponible cubre casi 100 veces el pasivo corriente. Un valor tan alto no es "normal" en la mayoría de las empresas (usualmente se considera saludable entre 1.5x y 2.5x), pero aquí se explica por dos factores:

El negocio genera márgenes muy altos (casi 50% operacional) y acumula caja rápidamente.

El pasivo corriente es muy pequeño (solo la cuota del crédito bancario), no hay proveedores, ni obligaciones laborales u otras deudas de corto plazo registradas.

Desde el Año 3 en adelante el indicador ya no se puede calcular (por eso aparece "-"), porque el crédito bancario queda totalmente pagado y el pasivo corriente es \$0 — matemáticamente no se puede dividir por cero. En términos prácticos, esto es la mejor situación posible: la empresa se queda sin ninguna obligación de corto plazo pendiente.

Prueba ácida: al no existir inventarios (es una empresa de servicios digitales, no vende productos físicos), la prueba ácida es idéntica a la razón corriente. Esto confirma que toda la liquidez de la empresa está respaldada por efectivo real y no por activos menos líquidos como mercancía.

Capital de trabajo: parte en negativo (-\$1,142,164) en la Apertura, lo cual tiene sentido porque aún no hay caja generada pero sí existe deuda de corto plazo. Sin embargo, ya en el Año 1 se vuelve fuertemente positivo (~\$63.3 millones) y sigue creciendo hasta cerca de \$482 millones en el Año 5. Esto muestra que el negocio no solo cubre sus deudas de corto plazo, sino que le sobra una cantidad creciente de recursos para reinvertir o repartir.

5.5.4.2 Rentabilidad

Tabla 38 *Indicadores de rentabilidad proyectados (2026-2030)*

Concepto	Apertura (Año 0)	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)	Año 4 (2029)	Año 5 (2030)
Rentabilidad						
Margen operacional = Utilidad operacional / Ingresos totales	-	49,4%	49,4%	49,4%	49,4%	49,4%
Margen neto = Utilidad neta / Ingresos totales	-	31,9%	32,0%	32,1%	32,1%	32,1%
ROA (rentabilidad del activo) = Utilidad neta / Total activos	-	91,2%	52,7%	39,1%	31,9%	27,7%
ROE (rentabilidad del patrimonio) = Utilidad neta / Total patrimonio	-	94,7%	53,3%	39,1%	31,9%	27,7%

Nota El ROA y el ROE decrecen a lo largo del periodo debido al crecimiento acumulado de los activos y el patrimonio, y no a una caída en la utilidad neta, la cual mantiene una tendencia creciente.

Elaboración propia (2026).

El margen operacional se mantiene constante en 49.4% durante todo el horizonte proyectado. Esta estabilidad obedece a que los ingresos y los costos, tanto fijos como variables, se proyectan bajo la misma tasa de crecimiento compuesto (CAGR del 20%), por lo que la proporción entre la utilidad operacional y los ingresos totales no varía de un año a otro. El resultado refleja una estructura de costos escalable, en la que prácticamente la mitad de cada peso vendido se convierte en utilidad operacional.

El margen neto de JAX Digital se sitúa justo por debajo del margen operativo, oscilando entre el 31,9 % y el 32,1 %. Esta pequeña diferencia se debe principalmente a los gastos financieros asociados al préstamo y a un impuesto sobre la renta del 35 %. La ligera mejora interanual deriva de la reducción gradual de los intereses del préstamo bancario, el cual queda totalmente amortizado en el tercer año. Esto implica que, con el paso del tiempo, una mayor proporción del beneficio operativo se convierte en beneficio neto.

La rentabilidad de los activos (ROA) desciende del 91,2 % en el primer año al 27,7 % en el quinto, y la rentabilidad sobre el patrimonio neto (ROE) muestra una caída similar, pasando del 94,7 % al 27,7 %. Sin embargo, este descenso no indica una menor rentabilidad; de hecho, el beneficio neto crece de forma constante a lo largo del periodo. La disminución se produce porque el activo total y el patrimonio neto crecen a un ritmo superior al del beneficio. Esto se debe a la acumulación de efectivo en el balance, ya que la empresa reinvierte todas sus ganancias en lugar de repartir dividendos. La similitud entre los valores de ROA y ROE refleja el bajo nivel de endeudamiento de la empresa tras liquidar el préstamo inicial, lo que hace que el patrimonio neto y el activo total prácticamente se igualen.

En resumen, JAX Digital S.A.S. cuenta con un modelo de negocio altamente rentable desde el primer año, con un ROE inicial superior al 90 %. El descenso del ROA y del ROE con el paso del tiempo es señal de un aumento de las reservas de efectivo, no de un problema. Esto sugiere que sería conveniente considerar una política de dividendos orientada a la reinversión en activos productivos, optimizando así el uso de los recursos una vez liquidado el préstamo.

CAPÍTULO VI Impactos

6 Impactos

Impacto económico

JAX Digital contribuye positivamente al tejido empresarial de Cúcuta al ofrecer servicios de marketing digital asequibles y personalizados a micro y pequeñas empresas. Este apoyo ayuda a impulsar las ventas, atraer nuevos clientes y aumentar la competitividad, especialmente en sectores clave como la moda, el calzado, la alimentación y la belleza, que predominan en el panorama local de las microempresas.

Impacto social

JAX Digital desempeña un papel fundamental para cerrar la brecha digital que enfrentan las pequeñas empresas en Cúcuta. Los datos de encuestas revelan que el 43,5 % de los propietarios gestiona sus redes sociales sin conocimientos especializados, y el 21,7 % no cuenta con nadie que las administre, lo que limita su capacidad para competir en línea. Al brindar asesoramiento experto, estrategias a medida y capacitación, JAX Digital empodera a estas empresas para fortalecer su presencia digital. Este apoyo beneficia especialmente a emprendimientos emergentes y pequeñas empresas lideradas a menudo por jóvenes emprendedores, mujeres y familias locales que dependen del comercio de la zona. Hacer accesible el marketing digital de calidad ayuda a equilibrar las condiciones del mercado, promoviendo la equidad y el desarrollo social en la comunidad. Además, la capacitación de JAX Digital en Meta Ads dota a los propietarios de negocios de habilidades prácticas, fomentando la independencia y una gestión más inteligente de la comunicación digital.

Impacto ambiental

Como proveedor de servicios principalmente virtuales, JAX Digital tiene una huella ambiental mínima en comparación con empresas dedicadas a la producción física. Evita la manufactura, el transporte de mercancías, la generación de residuos y el uso intensivo de recursos naturales. La prestación de servicios mayoritariamente en línea reduce la necesidad de desplazamientos, contribuyendo así a disminuir las emisiones asociadas al transporte.

6.1 Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros)

Riesgos

Identificar y gestionar los riesgos es fundamental para el éxito a largo plazo de JAX Digital. Los principales riesgos, agrupados por tipo, incluyen:

Riesgo técnico: JAX Digital depende en gran medida de herramientas digitales como Meta Business Suite, Canva Pro, software de edición y plataformas de gestión de contenidos. Interrupciones tales como fallos técnicos, cortes de internet o cambios repentinos en los algoritmos de las plataformas podrían afectar la ejecución de las campañas. Para reducir este riesgo, la empresa planea mantener conexiones a internet de respaldo y mantenerse informada sobre las actualizaciones de las plataformas.

Riesgo comercial: Al tratarse de un emprendimiento en etapa inicial un riesgo principal es la dificultad para captar y retener clientes en un mercado donde la competencia incluye agencias con mayor trayectoria y reconocimiento. Asimismo, la sensibilidad al precio del segmento objetivo puede generar resistencia a la contratación de los servicios. Este riesgo se mitiga mediante una estrategia de precios de penetración, el desarrollo de relaciones estrechas con los clientes y la generación de resultados medibles que justifiquen la inversión.

Riesgo de talento humano: Inicialmente, el gerente también desempeña el rol de especialista en marketing, lo que puede generar una sobrecarga de trabajo y afectar la calidad del servicio a medida que crece la cartera de clientes. Contar con un equipo reducido conlleva riesgos si el personal clave no está disponible. Para abordar esto, JAX Digital planea ampliar gradualmente su equipo a medida que el negocio se desarrolle.

Riesgo normativo: La empresa debe cumplir con las leyes relativas a la protección de datos personales, el comercio electrónico y la seguridad de la información. El incumplimiento podría acarrear sanciones legales y dañar la reputación. Este riesgo se gestiona mediante el cumplimiento estricto de la normativa y la consulta a expertos legales cuando sea necesario.

Riesgo ambiental: Aunque la huella ambiental es baja, existe un riesgo potencial derivado de la eliminación inadecuada de residuos electrónicos y del uso ineficiente de la energía. JAX Digital mitiga este riesgo adoptando prácticas responsables en la gestión de dispositivos y cumpliendo con la legislación ambiental colombiana sobre residuos electrónicos.

CAPÍTULO VII Conclusiones

7 Conclusiones

A partir del desarrollo de este plan de negocios, se concluye que JAX DIGITAL una agencia de marketing digital que presta servicios a micro y pequeñas empresas en Cúcuta es viable desde los puntos de vista comercial, técnico, organizativo y financiero. La empresa cumple con éxito el objetivo general de crear un plan para impulsar la presencia digital y la competitividad de este segmento empresarial.

En cuanto al primer objetivo específico, el estudio de mercado confirmó la existencia de una demanda real e insatisfecha en Cúcuta. De un universo aproximado de 55.888 micro y pequeñas empresas, el 100% de los encuestados reconoció la importancia del marketing digital; el 65,2% estaba dispuesto a contratar dichos servicios y el 34,8% restante mostró interés.

El estudio también reveló que el 43,5% de los propietarios gestiona sus redes sociales sin conocimientos especializados y el 21,7% no cuenta con nadie para dicha gestión, lo que evidencia una necesidad clara que JAX DIGITAL puede satisfacer. Si bien existen competidores consolidados como Kennymasempresas y Novoideas, JAX DIGITAL posee ventajas competitivas en cuanto a opciones de pago, garantías y estrategias digitales, además de contar con margen de crecimiento en alcance de mercado y capacidad de ventas.

Respecto al segundo objetivo, se desarrolló un modelo técnico y organizativo sólido, alineado con la propuesta de valor de la empresa. Este modelo incluye seis servicios principales campañas publicitarias, sitios web, capacitación en Meta Ads (individual y corporativa), creación de videos y catálogos digitales y una estructura organizativa clara, fundamentada en la misión, la visión y valores como la cercanía con el cliente, la creatividad, el compromiso, la

transparencia.y un marco legal y tributario acorde con la normatividad colombiana vigente para la constitución y operación de la empresa.

En cuanto al tercer objetivo, el análisis financiero confirmó la viabilidad económica del proyecto. Con una inversión inicial de 8.391.292 COP financiada en un 58,4% con recursos propios y en un 41,6% mediante crédito bancario, el proyecto presenta un valor presente neto positivo de 287.338.241 COP y una tasa interna de retorno anual del 779,15%. Las ventas proyectadas superan el punto de equilibrio en los seis servicios, y los indicadores de liquidez y rentabilidad reflejan un negocio sólido y rentable desde el primer año.

CAPÍTULO VIII Recomendaciones

8 Recomendaciones

En coherencia con las conclusiones anteriores expuestas y con los hallazgos obtenidos en cada uno de los módulos del presente plan de negocio, se plantean las siguientes recomendaciones para JAX DIGITAL:

Comercial y de mercado.

Se recomienda fortalecer la estrategia de captación de clientes en el segmento del 34,8 % de empresarios que manifestó un interés potencial pero no una disposición explícita a contratar, mediante casos de éxito medibles, testimonios de clientes y demostraciones de resultados concretos que reduzcan la percepción de riesgo asociada a la inversión en marketing digital. Asimismo, dado que el análisis de competencia identificó debilidades relativas en cobertura, fuerza de ventas y participación en eventos frente a competidores como Kennymasempresas y Novoideas, se sugiere diseñar un plan de participación en ferias empresariales y espacios gremiales de Cúcuta que incremente la visibilidad de la marca y permita ampliar la cartera de clientes más allá de la meta inicial planteada (entre 28 y 56 clientes en el primer año).

Técnico y organizacional

Se recomienda formalizar, desde el inicio de operaciones, un plan de incorporación progresiva de talento humano que permita a la fundadora delegar funciones operativas a medida que crece la cartera de clientes, dado que el riesgo de talento humano identificado señala una sobrecarga potencial al asumir simultáneamente los roles de gerente, especialista en marketing y Diseñador gráfico. De igual manera, se sugiere documentar y estandarizar los procesos de

prestación de servicio (ficha técnica, flujo de producción) desde las primeras contrataciones, de forma que la calidad del servicio se mantenga constante conforme el negocio escale.

Financiero

Dado que los indicadores de rentabilidad (ROA y ROE) muestran una tendencia decreciente, no por pérdida de rentabilidad, sino por la acumulación progresiva de efectivo en el balance derivada de la política de reinversión total de utilidades, se recomienda a JAX DIGITAL evaluar, a partir del Año 3 (una vez cancelado el crédito bancario), la definición de una política formal de dividendos o la reinversión de los excedentes de caja en activos productivos (por ejemplo, ampliación del equipo humano, nuevas herramientas tecnológicas o apertura de nuevas líneas de servicio), con el fin de optimizar el uso de los recursos generados y evitar la acumulación de efectivo ocioso.

Adicionalmente, se recomienda dar seguimiento trimestral a los indicadores de liquidez y rentabilidad calculados, comparándolos contra los valores realmente ejecutados, para validar los supuestos del modelo (CAGR del 20 %, costos fijos y variables) y ajustar las proyecciones según el comportamiento real del negocio.

Impactos y riesgos

Se recomienda mantener y formalizar las buenas prácticas identificadas en materia ambiental (operación remota, bajo consumo de recursos físicos), estableciendo desde ya un procedimiento simple de disposición de residuos electrónicos conforme a la normativa colombiana vigente. En el frente normativo, se sugiere mantener asesoría legal periódica que garantice el cumplimiento continuo de la Ley 1581 de 2012 (protección de datos), la Ley 527 de

1999 (comercio electrónico) y la Ley 1273 de 2009 (seguridad de la información), dado que JAX DIGITAL maneja información sensible de sus clientes a través de plataformas digitales.

Recomendación general

Finalmente, se recomienda que JAX DIGITAL utilice el presente plan de negocio como una hoja de ruta viva, sujeta a revisión periódica, de manera que las proyecciones de mercado, operación y finanzas se ajusten conforme el emprendimiento avance en su implementación real, garantizando así la sostenibilidad del negocio en el mediano y largo plazo.

Referencias

Branch Agencia & DataReportal. (2026). *Estadísticas de la situación digital Colombia 2026*.

<https://branch.com.co>

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2024). *Informe del sector e-commerce y marketing digital en Colombia*.

Cancino-Gómez, Y. A., Mora Pinzón, R. J., & Marín Ayala, D. A. (2024). Implementación del marketing digital en las pymes colombianas en momentos de crisis. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(3), 479–498.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3.11258

Congreso de Colombia. (1999). *Ley 527 de 1999: Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales*.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4275>

Congreso de Colombia. (2008). *Ley 1258 de 2008: Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada*.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34733>

Congreso de Colombia. (2011). *Ley 1480 de 2011: Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones*.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

Congreso de Colombia. (2012). *Ley 1581 de 2012: Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.*

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>

Congreso de Colombia. (2017). *Ley 1834 de 2017: Por medio de la cual se fomenta la economía creativa (Ley Naranja).*

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=82426>

Consultor de Marketing. (2026). *Tendencias de marketing digital que dominarán el 2026.*

<https://consultordemarketing.co>

Díaz, V., Surdez, E., & Reyes, R. (2024). Modelo de 4Fs del marketing digital: vínculo con el posicionamiento de marca. *Suma de Negocios*, 15(32), 50–58.

<https://doi.org/10.14349/sumneg/2024.v15.n32.a6>

Hernández Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.

Hootsuite & We Are Social. (2024). *Digital 2024: Global overview report.*

<https://wearesocial.com/global-digital-report>

MinTIC. (2023). *Índice de Adopción Digital Empresarial en Colombia*. Ministerio de

Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. <https://www.mintic.gov.co>

Molina, D., et al. (2024). Estrategias de marketing digital y presencia en redes sociales para el posicionamiento de las MiPymes en Ecuador. *European Public & Social Innovation*

Review. <https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/1558>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Deusto.

Pitre Redondo, R. C., Builes Zapata, S. E., & Hernández Palma, H. G. (2021). Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes. *Revista Universidad y Empresa*, 23(40), 1–20. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9114>

Sarmiento Suárez, J. E., Gutiérrez Navas, E. B., & Ramírez Montañez, J. C. (2024). Oportunidades y desafíos para la digitalización de las mipymes en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, 57, 128–154. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/16513>

Workitd. (2026). *Tendencias marketing digital Colombia 2026*. <https://www.workitd.com>