

**Sicchar G., Carlos W.**

---

**Plan de negocios de empresa  
Yifei Colombia, para vincular a  
startups con base tecnológica  
de Colombia, desde el distrito  
especial de ciencia, tecnología  
e innovación de Colombia  
(desde Medellín), con el área  
de la Gran Bahía de China**

**Tesis para la obtención del título de  
posgrado de Magíster en Dirección de  
Empresas**

Director: Delgadino, Francisco

Documento disponible para su consulta y descarga en Biblioteca Digital - Producción Académica, repositorio institucional de la Universidad Católica de Córdoba, gestionado por el Sistema de Bibliotecas de la UCC.



[Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional.](#)





**UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CÓRDOBA**  
JESUITAS

**ICDA**  
Escuela de Negocios

***UNIVERSIDAD CATOLICA DE CORDOBA***  
***INSTITUTO DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN***

***TRABAJO FINAL DE***  
***MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS***

**PLAN DE NEGOCIOS DE EMPRESA YIFEI COLOMBIA, PARA VINCULAR A  
STARTUPS CON BASE TECNOLÓGICA DE COLOMBIA, DESDE EL  
DISTRITO ESPECIAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DE  
COLOMBIA (DESDE MEDELLÍN), CON EL ÁREA DE LA GRAN BAHÍA DE  
CHINA.**

**DESARROLLADO PARA EL AÑO 2024**

**AUTOR: CARLOS W. SICCHAR G.  
DIRECTOR: FRANCISCO DELGADINO**

**CÓRDOBA, 2025**

## **RESUMEN**

El presente trabajo representa el plan de negocios de YIFEI COLOMBIA, empresa que se orientará al mercado de nuevas tecnologías y que destaca como propuesta de valor la vinculación, a través de capacitaciones e incubaciones, de startups colombianas con el mercado de la Gran Bahía China.

El auge del ecosistema innovador en Colombia y el exponencial crecimiento de la Gran Bahía China como mercado estratégico para las industrias de la cuarta revolución industrial justificaron la elección de esta temática. Este documento analiza los aspectos esenciales para el desarrollo del plan de negocios, incluyendo análisis de mercados, estrategias de negocios, modelos de producción de servicios, determinación de precios, plan de marketing y ventas, análisis financiero y conclusiones.

Los resultados obtenidos confirman la viabilidad del proyecto. Se identificó que YIFEI COLOMBIA operará en un nicho con baja competencia, aprovechando el marco legal y económico favorable en Colombia y las relaciones diplomáticas con China. Además, estudios de mercado evidencian un alto interés de startups tecnológicas colombianas en expandirse hacia este mercado asiático.

Desde el punto de vista financiero, la empresa podrá operar con costos bajos y precios competitivos, lo que facilitará la expansión de su cuota de mercado en la etapa inicial. La estrategia de fijación de precios basada en el valor percibido y la expansión progresiva del portafolio de servicios fortalecerán la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Palabras claves: innovación, startups, China, Colombia, Latinoamérica, innovación

## Contenido

I. Formulación y presentación del proyecto.....	1
1.1 Introducción al caso de estudio.....	1
1.2 Objetivos.....	3
1.2.1. Objetivo general del trabajo.....	3
1.2.2. Objetivos específicos.....	3
1.3. Justificación y factibilidad del proyecto.....	4
II. Análisis de mercado colombiano.....	7
2.1. Colombia.....	7
2.1.1. Ranking de Colombia en la startup Blink.....	8
2.1.2. Alianzas y Programas.....	10
2.1.3. Datos del Estudio Doing Business Desarrollado por Banco Mundial	12
2.1.4. Reformas empresariales en Colombia.....	14
2.1.5. Contexto Antioqueño.....	16
2.1.6. El ecosistema en el mercado de interés.....	17
III. Fortaleza de la propuesta de valor de vinculación de startups colombianas con el área de la gran bahía china.....	20
3.1. ¿Por qué la gran área de la bahía china?.....	23
3.1.1. Hong Kong: Centro financiero y de innovación en la Gran Bahía.....	24
3.1.2. Macao región administrativa especial China.....	25
IV. Desarrollo conceptual y estrategia comercial del negocio.....	26
4.1. Misión de YIFEI COLOMBIA.....	26
4.2. Visión de la empresa:.....	26
4.3. Objetivos de la empresa.....	27
4.3.1. Ventajas competitivas.....	27
4.4. Modelo canvas de negocios.....	28
4.5. Análisis PESTEL.....	32

4.5.1. Factor Político.....	34
4.5.2. Factor Económico.....	35
4.5.3. Factor Socio Cultural.....	49
4.5.4. Factor Tecnológico.....	51
4.5.5. Factor Ecológico.....	53
4.5.6. Factor Legal.....	55
4.5.7. Análisis de Matriz FODA.....	55
V. Modelo de producción de servicios.....	62
5.1 Descripción de Servicios.....	62
5.2. Selección y Optimización en Inversión.....	64
5.2.1. Organigrama de YIFEI COLOMBIA.....	64
5.2.2. Estructura del sector en que opera la compañía.....	67
5.2.3 Proceso del servicio de capacitaciones.....	68
5.2.4. Proceso del servicio de Incubación.....	70
5.3. Selección de Inversiones.....	71
5.3.1. Descripción y análisis de la inversión seleccionada.....	71
5.3.2 Aplicación del sistema coso 2017 a la inversión elegida.....	75
5.4. Plan de marketing.....	82
5.5. Sistema y Plan de Ventas.....	86
5.6. Fijación de precios.....	88
5.6.1 Cálculo de los Precios de Servicios de capacitaciones online de habilidades digitales y blandas.....	89
5.6.2 Cálculo de los Precios de Servicios de incubación.....	93
5.7. Plan financiero.....	97
5.7.1 Objetivos Financieros.....	98
5.7.2. Cálculos del modelo financiero.....	99
5.8. Sistema Contable.....	102

5.9. Costos y Gastos.....	102
VI. Conclusiones.....	104
VII. Referencias.....	110

## Lista de figuras

Figura 1. Mapa de la Gran Bahía de China con infraestructura y nuevas áreas especiales .....	2
Figura 2. Startup Ecosystem Ranking.....	8
Figura 3. Ranking Nacional de Ciudades Colombianas según Industrias Sobresalientes.....	9
Figura 4. Comparación de indicadores de procedimientos, tiempo, y costo para iniciar negocios entre Colombia, América Latina, y estándares globales.....	12
Figura 5. Ranking y puntaje de facilidad para iniciar un negocio en Colombia y economías comparables.....	13
Figura 6. Ranking global de países según puntajes de cantidad, calidad, negocios y total.....	21
Figura 7. Crecimiento de China en el ranking global de innovación.....	21
Figura 8. Global Startup Ecosystem Index.....	22
Figura 9. Modelo de análisis PESTEL: Factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales.....	33
Figura 10. Áreas de apoyo institucional para el desarrollo del sector creativo en Colombia.....	42
Figura 11. Organigrama de la estructura organizacional de YIFEI COLOMBIA.....	64
Figura 12. Vista de los cursos tecnológicos disponibles en la plataforma virtual de Academia YIFEI (Parte 1).....	68
Figura 13. Vista de los cursos tecnológicos disponibles en la plataforma virtual de Academia YIFEI (Parte 2).....	69
Figura 14. Vista de los cursos tecnológicos disponibles en la plataforma virtual de Academia YIFEI (Parte 3).....	69
Figura 15. Proceso de incubación de nuevas empresas y servicios ofrecidos por YIFEI Colombia.....	70
Figura 16. Metodología para el servicio de incubación.....	70
Figura 17. Matriz de riesgo.....	76
Figura 18. Criterios de evaluación de impacto y probabilidad de ocurrencia de eventos.....	77
Figura 19. Niveles de significación del riesgo según impacto y probabilidad...77	77

Figura 20. Matriz de evaluación de riesgos según impacto y probabilidad de ocurrencia.....	81
Figura 21. Análisis de valor percibido y precio de mercado de productos.....	92
Figura 22. Relación entre valor percibido y precio de mercado de productos evaluados.....	96
Figura 23. Proyección trimestral de ingresos, costos y resultados financieros.....	100
Figura 24. Sueldos de nómina.....	101
Figura 25. Gastos administrativos.....	101
Figura 26. Indicadores Macroeconómicos (cuadro 1 de 2).....	101

## **Lista de tablas**

Tabla 1. Modelo canvas de negocios.....	29
Tabla 2. Matriz FODA Yifei Colombia.....	58
Tabla 3. Factores Críticos de éxito.....	59
Tabla 4. Estrategias FODA.....	60
Tabla 5. Cartera de Servicios de YIFEI Colombia.....	67
Tabla 6. Mercados de operación.....	71
Tabla 7. Esquema de Fijación de precio basado en el valor percibido en capacitaciones online.....	90
Tabla 8. Esquema de Fijación de precio basado en el valor percibido de servicios de incubación.....	94

## **I. Formulación y presentación del proyecto**

### **1.1 Introducción al caso de estudio**

A partir de la constitución hace cuatro años de la empresa YIFEI CHINA Information Technology Co. en la ciudad de Zhuhai, China, financiada con capitales argentinos, se construye un plan para vincular el sector tecnológico de la ciudad de Medellín, Colombia, el cual vive un momento de crecimiento exponencial, con el ecosistema de innovación chino, específicamente con el área denominada la Gran Bahía.

Dicha zona es el territorio integrado por Hong Kong, Macao y la provincia de Guangdong, que contiene dos regiones administrativas especiales y nueve ciudades: Zhuhai, Guangzhou, Shenzhen, Foshan, Huizhou, Dongguan, Zhongshan, Jiangmen y Zhaoqing. Es un área clave por su gran población, diferentes sistemas institucionales y de mercado y, sobre todo, el mayor ecosistema de empresas innovadoras del mundo; el territorio prevé convertirse en la región con mayor Producto Bruto Regional (PBR) del mundo en el año 2030 basado en su ecosistema de innovación.

La provincia de Guangdong, que contiene al área de la Gran Bahía, tiene una población de 108,5 millones de habitantes (2015). Su Producto Bruto Interno es de 1,22 trillones de dólares (2016), siendo la segunda economía subnacional de Asia, sólo superada por la región del Gran Tokio.

**Figura 1.**

*Mapa de la Gran Bahía de China con infraestructura y nuevas áreas especiales*



Fuente: Mosquera Mariano (2018)

La Gran Bahía y Medellín, aunque ubicadas en contextos geográficos y culturales diferentes, comparten un rasgo en común: ambas han logrado consolidarse como ecosistemas de innovación altamente dinámicos. Mientras que la Gran Bahía se posiciona como uno de los mayores polos tecnológico de Asia, Medellín ha emergido en América Latina como una ciudad referente en transformación digital y desarrollo tecnológico.

Algunos de los grandes logros de Medellín, ciudad donde se centraliza las operaciones de YIFEI, son:

El Gran Pacto Medellinnovation, siendo una de las propuestas más interesantes y valiosas en este aspecto. En el año 2014 se firmó un gran acuerdo que ahora cuenta con más de 1800 organizaciones, en su mayoría pymes (pequeñas y medianas empresas), para comprometerse con la inversión en proyectos asociados con la innovación.

Se constituyeron también allí *clusters* especializados tales como el de negocios digitales, energía, de salud, textiles, turismo, construcción, entre otros. Estos organismos están constantemente cooperando entre sí y representan el

31,4% del PIB del departamento de Antioquia, del cual Medellín es capital. Esta región también es epicentro de actividades de cuatro de las empresas más importantes de Colombia.

En el desarrollo del Distrito Medellinnovation, la Corporación Ruta N es su abanderada. Esta es una empresa pública de ejecución de estrategias y políticas de innovación. La citada zona cuenta con 168 hectáreas, y en los últimos años allí se generaron más de 2000 empleos por parte de empresas relacionadas con I+D+i (investigación, desarrollo e innovación). Allí también se encuentra el único Centro de la Cuarta Revolución Industrial de Latinoamérica, de los cinco que existen en el mundo.

Es importante destacar también que Medellín está creciendo, considerando los estándares necesarios para ser una ciudad inteligente, con gobierno online, escuelas virtuales, movilidad sustentable, entre otras políticas.

El talento humano es una característica destacada dado que en Colombia se encuentran asentadas 4 de las mejores 30 universidades de América Latina, La Universidad de los Andes de Bogotá ocupa el séptimo lugar y la Universidad Nacional de Colombia está en la posición 13 de la lista. Universidad de Antioquia y Pontificia Universidad Javeriana se encuentran ambas en el puesto 27.

El Área Metropolitana, constituida por otros diez municipios vecinos a Medellín, cuenta con otras 37 instituciones de educación superior compuesta por 7 universidades, 23 instituciones universitarias, 10 instituciones tecnológicas y 1 instituto técnico profesional que da como un total de 41 en todo el departamento.

De esta forma, en este proyecto, destacamos a los dos ecosistemas descritos como entornos de alto impacto global en materia de innovación: La Gran Bahía de China y la Ciudad de Medellín.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general del trabajo**

- Desarrollar un plan de negocios sostenible y eficiente es el objetivo del presente trabajo, para el que como punto de partida conceptual tomamos como referencia la definición del Instituto Europeo de Postgrado que lo entiendo como "...un documento escrito que resume los objetivos operativos y financieros de una empresa. Se describen detalladamente la naturaleza de la empresa, la estrategia de ventas y marketing, los antecedentes financieros y

las operaciones y se definen los objetivos para alcanzar las metas. En resumen, un plan de negocio es una guía sobre cómo una empresa va a alcanzar sus objetivos.”. En este sentido procuraremos desarrollar este documento a los efectos de permitir la creación y el inicio de operaciones de la empresa YIFEI COLOMBIA. en Colombia, empresa que ofrecerá servicios de capacitaciones y asesorías para incubación para emprendedores y startups en una primera etapa, y de procesos de aceleración en otra etapa la que no está desarrollada en este trabajo, se destaca la propuesta de valor que facilitará la vinculación exitosa entre empresas de base tecnológica de Colombia y la Gran Bahía de China.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Plantear una metodología que defina el proceso de incubación de empresas del sector tecnológico de Colombia, desde el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, que ofrezca formación de talento personal y de startups desde una plataforma virtual, a lo que adicionalmente se los orientará para vincularse con el ecosistema de empresas de innovación de la Gran Bahía china, a través de la identificación de las tendencias, oportunidades y desafíos actuales del contexto mencionado.
- Proponer el modelo de producción y servicios de YIFEI COLOMBIA., a partir del establecimiento de sus fundamentos conceptuales y su estrategia comercial.
- Impulsar el plan de Negocios de la empresa YIFEI COLOMBIA, contemplando su puesta en marcha y las posibilidades de expansión a ecosistemas regionales en América Latina y su consecuente relación con el área de la Gran Bahía China

### **1.3. Justificación y factibilidad del proyecto**

El proyecto procura desarrollar un plan de negocios para constituir y desarrollar la empresa subsidiaria de YIFEI CHINA, en el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, a la que denominamos YIFEI COLOMBIA.

Existen varios factores a considerar al elegir la ciudad colombiana donde se centralizarán las operaciones de la empresa a nivel nacional, así como para desarrollar el negocio y su plan estratégico. Algunos de estos factores son:

- El ecosistema innovador desarrollado en los últimos años.
- La buena relación entre el gobierno colombiano y el chino, materializada con convenios de cooperación comercial firmados recientemente, que ayudan significativamente a los negocios.
- La reciente promulgación que declara a Medellín como Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación.
- La reciente promulgación de la ley de economía naranja en Colombia, y decretos subsidiarios que ofrecen beneficios para la radicación de empresas como YIFEI COLOMBIA.
- La estabilidad jurídica y económica.
- Leyes laborales convenientes.
- Las relaciones institucionales y comerciales que ya tiene el grupo inversor en la ciudad elegida para la radicación de la nueva empresa, situación que facilita acceder a la información necesaria para el desarrollo de la tesis.

Por otra parte, la elección de vincularse con el área de la Gran Bahía de China depende de varios factores, entre ellos:

La constitución de YIFEI CHINA en el año 2018.

- Las posibilidades de recolección de información primaria y secundaria en el área.
- Las proyecciones para el desarrollo del área como el mayor PBR mundial.

La elección del “Plan de Negocios” como modelo de trabajo de tesis, se debe a que proporciona el marco más adecuado para reunir la información integral necesaria para la constitución y desarrollo de la nueva empresa: YIFEI COLOMBIA.

En este modelo de trabajo serán muy útiles la aplicación de muchas materias del MBA, ante la necesidad de: análisis estratégico, de mercado, y financiero, herramientas matemáticas y contables, canales de marketing, presupuestos y capital de trabajo, estrategia de negocios, competencias directivas, procesos, cadena de valor y ventajas competitivas, formación de precios, ética y responsabilidad social.

De la misma manera, YIFEI CHINA no ha elegido a Colombia como la plaza de inicio de operaciones en América Latina de una manera aleatoria, sino porque el país reúne condiciones clave para el desarrollo exitoso de la empresa. Algunos de estos factores son:

- Ubicación estratégica: Colombia se encuentra en una ubicación geográfica estratégica en América Latina. Su proximidad a importantes mercados como Brasil, México y países del Caribe facilita la expansión y la gestión de operaciones en la región.
- Estabilidad política y económica: Colombia ha experimentado mejoras significativas en estabilidad política y reglas económicas claras en los últimos años, lo que ha fortalecido la confianza de inversionistas y empresas. Este entorno favorable ha impulsado el crecimiento económico del país, con proyecciones positivas a mediano y largo plazo, lo que representa una oportunidad para la expansión y sostenibilidad de nuevas inversiones.
- Red de acuerdos comerciales: Colombia cuenta con una serie de acuerdos comerciales con varios países de la región, lo que facilita el comercio y la inversión. Estos acuerdos pueden reducir barreras arancelarias y agilizar las operaciones comerciales.
- Infraestructura y conectividad: El país ha invertido en la mejora de su infraestructura, incluyendo puertos, aeropuertos y redes de comunicación. Una buena infraestructura facilita la logística y la distribución de productos y servicios en la región.
- Talento humano calificado: Colombia cuenta con una fuerza laboral calificada en diversas áreas, incluyendo finanzas, tecnología y gestión empresarial. Esto puede ayudar a la empresa a encontrar y retener el talento necesario para sus operaciones.
- Costos competitivos: En comparación con otros países de la región, los costos operativos en Colombia pueden ser competitivos. Esto incluye costos laborales y de infraestructura.
- Facilidades regulatorias: El gobierno colombiano ha implementado reformas para facilitar la inversión extranjera y mejorar el clima empresarial. Estas reformas pueden agilizar los procesos de establecimiento y operación de la empresa.

- Diversidad de sectores económicos: Colombia es un país con diversidad económica, lo que significa que ofrece oportunidades en varios sectores, desde energía y agricultura hasta tecnología y servicios financieros.
- Crecimiento económico proyectado: Las proyecciones económicas para Colombia y la región de América Latina y el Caribe son positivas en términos generales. Esto sugiere que hay un potencial de crecimiento y desarrollo en estos mercados.

La elección de Colombia como centro de operaciones financieras para expandirse con posterioridad a los mercados de América Latina y el Caribe puede ofrecer a YIFEI COLOMBIA una serie de ventajas, incluyendo una ubicación estratégica, estabilidad económica, acceso a acuerdos comerciales, talento humano calificado y oportunidades de crecimiento en una región con potencial económico. Sin embargo, como con cualquier decisión empresarial, esta elección se ha apoyado en un análisis exhaustivo y en la consideración de factores específicos de la industria y del mercado antes de tomar la decisión final.

## **II. Análisis de mercado colombiano**

### **2.1. Colombia**

El ecosistema del emprendimiento en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. El país se encuentra entre los más innovadores de América Latina, según el Global Innovation Index, el Global Competitiveness Index y el Economic Complexity Index. En 2021, había alrededor de 1.100 startups en Colombia, principalmente en sectores como FinTech, MarTech, DeepTech, Retail Tech, Real Estate y EdTech. En la actualidad (durante el primer trimestre de 2023) se identificaron 1327 startups, cifra que refleja un crecimiento del 19.5%, con respecto al año 2022. Aunque el ecosistema emprendedor es cada vez más competitivo, aún existen desafíos, como altas tasas de fracaso y dificultades financieras, organizativas y de marketing. La mitigación de estas problemáticas es un enorme desafío tanto para la economía colombiana, como para los numerosos emprendimientos reflejados en el crecimiento reciente de las startups en Colombia.

Un estudio reciente destaca cómo las startups colombianas dependen en gran medida de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y accedieron a diversas ayudas económicas para sobrevivir a la crisis de COVID-19. Este análisis, basado en una encuesta a 220 empresas, muestra una alta dependencia

en las TIC y la importancia de las políticas de ayuda gubernamental para la supervivencia empresarial.

Se observa que las oportunidades de YIFEI COLOMBIA se fortalecen al potenciar las competencias del emprendedor mediante la educación, la formación de alianzas público-privadas y el respaldo de firmas especializadas en legalidad, finanzas y tributación. En general, Colombia presenta un alto potencial para el desarrollo de nuevos emprendimientos, siempre que se fomente un entorno favorable y se establezcan reglas claras en materia de inversión y apoyo empresarial. A continuación, se presenta un análisis estructurado del mercado colombiano en este contexto.

### **2.1.1. Ranking de Colombia en la startup Blink**

Colombia perdió un lugar este año, y ahora se ubica en el puesto 47 a nivel mundial y 5° en América Latina y el Caribe. También ocupa el puesto 35 en comercio electrónico y retail tech. La ciudad de Bogotá mantuvo el primer lugar en el ranking nacional y el puesto 77 a nivel mundial, siendo la quinto en América Latina y el Caribe. La ciudad también se ubica en el top 100 mundial en el ámbito de la tecnología del transporte.

**Figura 2. Startup Ecosystem Ranking.**



Fuente: Startup Ecosystem Ranking.

Por su parte, Medellín se encuentra en el puesto 183 a nivel mundial, 3° a nivel nacional; Cali ocupa el puesto 298, ingresando así en las 300 ciudades más importantes del mundo. En el lugar 4° a nivel nacional se encuentra Barranquilla, que sufrió la caída más alta, perdiendo 213 lugares y ubicándose en el puesto 836 a nivel mundial.

Colombia ha experimentado una inmensa recuperación geopolítica desde el año 2000 y su ecosistema de startups ha seguido su ejemplo con avances

impresionantes, transformando al país en un hub regional de startups latinoamericanas.

**Figura 3: Ranking Nacional de Ciudades Colombianas según Industrias Sobresalientes.**

National Rank	City	Global Rank	Rank Change (from 2020)	Total Score	Overperforming Industry
1	Bogota	77	-	6.364	E-commerce & Retail 
2	Medellin	183	-52	2.627	Hardware & IoT 
3	Cali	298	+32	0.985	Education 
4	Barranquilla	836	-213	0.162	

Fuente: Doing Business 2020, Banco Mundial

Más allá del posicionamiento en los rankings, es importante analizar las políticas públicas que han permitido este desarrollo y los desafíos que aún persisten en el ecosistema de startups del país.

Este análisis revela que, aunque estas han sido fundamentales para el desarrollo del ecosistema de startups, persisten obstáculos como la falta de información y confianza en las ideas de negocio. Estos factores limitan la apertura de nuevos emprendimientos en el país (Buitrago Nova, 2014).

Medellín es un lugar cada vez más popular para que nómadas digitales trabajen en sus startups, dando un impulso internacional significativo al ecosistema de startups local. La inversión de \$1 mil millones de Softbank en Rappi, una aplicación de entrega colombiana, indica el potencial de las startups colombianas a medida que toman el liderazgo en la región.

El ecosistema de startups de Colombia se fortalece con iniciativas públicas, aceleradoras e incubadoras, para ayudar a lanzar la etapa inicial de las empresas. Ofreciendo tanto asequibilidad como una fuerte relación con los países vecinos, Colombia se ha convertido en uno de los principales ecosistemas de startups en América del Sur.

Sin embargo, Colombia enfrenta desafíos en el acceso a financiación y capital. Esto dificulta la escalabilidad de las startups, por lo que muchas que valen la pena nunca logran pasar sus primeras etapas.

El ecosistema de startups de Colombia también está experimentando un aumento del talento técnico. Esto se debe a múltiples iniciativas gubernamentales

dirigidas al aumento de la alfabetización tecnológica en el país, y el apoyo de Cámaras de Comercio en muchas ciudades colombianas que toman roles activos en el desarrollo de sus ecosistemas. Esto se ejemplifica en la ciudad de Cali. El ecosistema de startups de esa ciudad se ha convertido en una parte fundamental de la escena de startups de Colombia y un centro estratégico de innovación en la Región Andina.

También es importante mencionar a Ruta-N en Medellín, que está tomando liderazgo en el desarrollo de esa ciudad y su ecosistema.

Dicha corporación, es una entidad pública, sin ánimo de lucro, que pertenece a la Alcaldía de Medellín, Telefónica UNE y EPM. Se creó con el ánimo de consolidar una economía del conocimiento en la ciudad para generar condiciones que favorezcan los negocios y el emprendimiento, apoyándose en las instituciones locales existentes.

Además del papel de Ruta N, otras instituciones como la Cámara de Comercio de Medellín desempeñan un rol clave en el fortalecimiento del ecosistema emprendedor de la ciudad. A través de iniciativas como el Cluster de Negocios Digitales, esta entidad impulsa la transformación digital y la competitividad de las empresas emergentes. Este Cluster trabaja en los siguientes ejes estratégicos:

- Transformación Digital: Promover y desarrollar dinámicas para el mejoramiento de la productividad, competitividad e innovación de industrias claves de la región a partir de procesos de Transformación Digital.
- Nichos de Especialización Productiva: Identificar y desarrollar oportunidades de negocio disruptivos orientados a una demanda especializada, bajo un esquema de trabajo colaborativo como una forma de apalancar nuevos negocios y abarcar mercados nacionales e internacionales.

### **2.1.2. Alianzas y Programas**

La Cámara de Comercio de Medellín juega un papel fundamental en el desarrollo empresarial, liderando iniciativas estratégicas junto a 547 aliados públicos y privados y 16 entidades vinculadas. Estas colaboraciones impulsan la competitividad, el acceso a nuevos mercados y el crecimiento de los negocios en la región.

Principales iniciativas y alianzas:

- Grupo público privado por el Centro de Medellín: Facilita espacios de diálogo sobre el impacto económico y empresarial del centro de la ciudad.
- Diálogos con el Congreso: Promueve la discusión de proyectos estratégicos con la bancada Antioqueña para fortalecer la competitividad regional.
- Infraestructura para la Competitividad: Realizan seguimiento al desarrollo vías 5G y los proyectos de infraestructura más importantes para el departamento.
- Comisiones Regionales de Competitividad: Ayuda a identificar las apuestas productivas de las subregiones.
- Red de Cámaras de Comercio: La Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras) representa a 57 Cámaras en todo el país, impulsando iniciativas nacionales para fortalecer el sector empresarial.
- Antioquia Exporta Más: Agrupa 20 instituciones públicas y privadas para fortalecer la exportación en la región y facilitar el acceso a mercados internacionales.
- Medellín Ciudad Creativa: Fomenta el desarrollo del ecosistema de la Economía Naranja, impulsando industrias creativas y culturales.
- Entidades Vinculadas: 16 entidades trabajan con la cámara de comercio en cuatro áreas claves. Estas entidades están divididas en 4 áreas de cooperación: a. Plataforma para los negocios: Konfirma, CertiCámara, Créame, PCS, Cta b. Internacionalización: CorFerias Bogotá, PlazaMayor Medellín (convenciones y exposiciones), Greater Medellín Convention & Visitors Bureau c. Gestión Ética y Social: Corpocentro, Antioquia Presente, Parque Arví, TodosPorMedellín d. Acceso a Capital: FGA Fondo de Garantías, FGI Garantías Inmobiliarias, PROMOTORA, Microempresas de Colombia. (Cámara Medellín, 2024)

### 2.1.3. Datos del Estudio Doing Business Desarrollado por el Banco Mundial

El informe Doing Business 2020 del Banco Mundial evalúa el entorno regulatorio y las condiciones para hacer negocios en **190 economías**. Este estudio mide aspectos como la facilidad para abrir una empresa, el acceso a crédito, la protección de inversiones y la eficiencia en el cumplimiento de contratos.

El primer dato por analizar del perfil económico colombiano desarrollado por el Banco Mundial para su estudio de Doing Business, es el de Starting Business. Este índice detalla los siguientes indicadores: el número de procedimientos, el tiempo, el costo y el requisito de capital mínimo desembolsado para que una empresa de responsabilidad limitada pequeña o mediana opere formalmente en la ciudad comercial más grande de cada economía.

Para comparar datos entre 190 economías, el estudio *Doing Business* utiliza un modelo estandarizado de empresas. Se toma como referencia un negocio 100% de propiedad nacional, con un capital inicial equivalente a 10 veces el ingreso per cápita, dedicado a actividades industriales o comerciales y con una plantilla de entre 10 y 50 empleados nacionales un mes después del inicio de operaciones.

La evaluación de la facilidad para iniciar un negocio considera los indicadores mencionados anteriormente del Starting Business. Los puntajes obtenidos en cada uno se promedian para clasificar a cada economía en términos de facilidad para hacer negocios.

**Figura 4: Comparación de indicadores de procedimientos, tiempo, y costo para iniciar negocios entre Colombia, América Latina, y estándares globales.**

Indicator	Colombia	Latin America & Caribbean	OECD high income	Best Regulatory Performance
Procedure - Men (number)	7	8.1	4.9	1 (2 Economies)
Time - Men (days)	10	28.8	9.2	0.5 (New Zealand)
Cost - Men (% of income per capita)	14.1	31.4	3.0	0.0 (2 Economies)
Procedure - Women (number)	7	8.1	4.9	1 (2 Economies)
Time - Women (days)	10	28.8	9.2	0.5 (New Zealand)
Cost - Women (% of income per capita)	14.1	31.4	3.0	0.0 (2 Economies)
Paid-in min. capital (% of income per capita)	0.0	0.4	7.6	0.0 (120 Economies)

**Fuente OECD 202.**

**Figura 5: Ranking y puntaje de facilidad para iniciar un negocio en Colombia y economías comparables**



Note: The ranking of economies on the ease of starting a business is determined by sorting their scores for starting a business. These scores are the simple average of the scores for each of the component indicators.

Fuente: Doing Business 2020, Banco Mundial

El estudio, indudablemente, aporta cinco aspectos fundamentales que YIFEI COLOMBIA debe aprovechar:

- Facilidad para hacer negocios en Colombia: La eficiencia en procesos como registro de empresas, permisos de construcción y cumplimiento normativo será un factor clave en la operatividad de YIFEI COLOMBIA.
- Regulaciones y Protección de Inversiones: El estudio arroja luz sobre la efectividad de las regulaciones en Colombia y la protección de inversiones. Estos son aspectos importantes que considerar al expandir operaciones y asociaciones comerciales, especialmente al tratar con un mercado tan dinámico como el chino.
- Relaciones Comerciales con China: Aunque el informe se centra en las condiciones empresariales en Colombia, también puede proporcionar información sobre la relación comercial entre Colombia y China. Entender los vínculos comerciales existentes puede ayudar a YIFEI COLOMBIA a formular estrategias de entrada al mercado chino.

- Aspectos Clave para el Éxito en China: Al ingresar al mercado chino, es esencial comprender los factores críticos para el éxito. El informe proporciona datos sobre la facilidad para obtener crédito, el cumplimiento de contratos y la protección de los inversores, aspectos fundamentales para operar con éxito en un entorno empresarial extranjero.
- Tendencias Tecnológicas y de Innovación: Además de los indicadores del Doing Business, YIFEI COLOMBIA debe estar al tanto de las tendencias tecnológicas y de innovación en China. Conocer las preferencias del mercado chino, las regulaciones específicas para las startups de tecnología y las oportunidades emergentes puede ser crucial para el éxito a largo plazo.

A partir de estos aspectos, se formulan los siguientes elementos que integran las prioridades que YIFEI COLOMBIA debe considerar, a la hora de delinear sus decisiones corporativas:

- Adaptación a Regulaciones Locales: Asegurarse de comprender y cumplir con las regulaciones locales en ambos países.
- Establecimiento de alianzas estratégicas: Identificar socios locales en China que puedan facilitar la entrada al mercado y proporcionar conocimientos específicos del mercado.
- Diversificación de Inversiones: Considerar la diversificación de inversiones y recursos para mitigar riesgos y aprovechar oportunidades emergentes en el mercado chino.
- Desarrollo de Redes y Relaciones: Fomentar el establecimiento de redes y relaciones sólidas tanto en Colombia como en China, lo que puede facilitar la expansión y el éxito sostenible.

#### **2.1.4. Reformas empresariales en Colombia**

Desde el 2 de mayo de 2018 hasta el 1 de mayo de 2019, 115 economías implementaron 294 reformas regulatorias comerciales en las 10 áreas medidas por Doing Business que son relevantes para nuestro proyecto. Las siguientes son reformas implementadas en Colombia desde 2008:

1. Apertura y formalización de empresas
  - Se eliminó la obligación de abrir una cuenta bancaria para obtener autorización de facturación.

- Se eliminó el pago anticipado de la tarifa de licencia comercial.
- Se implementó el registro digital de empresas y preinscripción en el Instituto de Seguridad Social.
- Se eliminaron requisitos como la compra y registro de libros de contabilidad al momento de la incorporación.

## 2. Acceso a crédito y protección de inversionistas

- Se creó un sistema de transacciones seguras y registro centralizado de activos en garantía.
- Los prestatarios pueden revisar sus datos, y los bancos están obligados a compartir información con burós de crédito.
- Se facilitó la demanda contra directores que perjudiquen a la empresa con transacciones indebidas.

## 3. Comercio transfronterizo y regulación tributaria

- Implementación del sistema MUISCA para agilizar aduanas.
- Se disminuyó la tasa de impuesto sobre la nómina e introdujeron exenciones en contribuciones de salud empresarial.
- Se estableció la presentación y el pago electrónico de impuestos.

## 4. Resolución de insolvencia y ejecución de contratos

- Se aumentó la participación de los acreedores en procesos de insolvencia.
- Se permite la ejecución extrajudicial de activos en procedimientos de reorganización.
- Se simplificaron los procedimientos judiciales para resolver contratos.

El estudio, indudablemente, aporta aspectos fundamentales que YIFEI COLOMBIA debe aprovechar la facilidad para hacer negocios en Colombia:

a) Regulaciones y Protección de Inversiones: El estudio arroja luz sobre la efectividad de las regulaciones en Colombia y la protección de inversiones. Estos son aspectos importantes por considerar al expandir operaciones y asociaciones comerciales, especialmente al tratar con un mercado tan dinámico como el chino.

b) Aspectos Clave para el Éxito: Al ingresar al mercado colombiano, es esencial comprender los factores críticos para el éxito. El informe proporciona datos sobre la facilidad para obtener crédito, el cumplimiento de contratos y la protección

de los inversores, aspectos fundamentales para operar con éxito en un entorno empresarial extranjero.

### **2.1.5. Contexto Antioqueño**

#### **¿Por qué Medellín?**

La propuesta de YIFEI COLOMBIA se dirige a todo el territorio nacional e, incluso, sus aspiraciones se centran en abarcar una expansión regional que vincule a países de Centroamérica, el Caribe y Sur América. No obstante, hemos elegido a la Ciudad de Medellín, capital de Antioquia, incluyendo su área Metropolitana, que se extiende por todo el Valle de Aburrá, como punto de partida de operaciones. Esta decisión se tomó debido al liderazgo que ha ejercido la ciudad a nivel nacional e internacional, en el campo de la innovación, la ciencia y la tecnología. Por ejemplo, para 2023, el 21% de las startups colombianas son antioqueñas y casi todas ellas se localizan en el Valle de Aburrá. La apuesta por el desarrollo de estos campos fortaleció en los últimos años el crecimiento de la ciudad como abanderada de numerosos proyectos académicos, científicos y económicos, y se ha erigido como el referente de Ciudades Inteligentes y de desarrollo tecnológico para toda la región. Es así como el presidente Gustavo Petro sancionó la Ley 2286 del 12 de enero de 2023, declarando a Medellín como el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia.

El Valle de Aburrá se ha consolidado como el epicentro de la innovación, la ciencia y la tecnología en Colombia gracias a diversos factores. A continuación, se presentan algunas razones:

1. **Centros de investigación y educación:** El Valle de Aburrá alberga múltiples centros de investigación y educación reconocidos por su excelencia. Instituciones como la Universidad de Antioquia, la Universidad EAFIT, el Parque del Emprendimiento de Ruta N, entre otros, promueven la investigación, la innovación y la formación en áreas científicas y tecnológicas.

2. **Infraestructura tecnológica:** La región cuenta con una infraestructura tecnológica avanzada que facilita el desarrollo de proyectos innovadores. Parques tecnológicos, laboratorios especializados, centros de incubación de empresas y espacios de coworking son algunas de las instalaciones disponibles para impulsar la ciencia y la tecnología.

3. **Políticas y apoyo gubernamental:** El gobierno local y nacional han implementado políticas y programas que fomentan el desarrollo de la innovación, la ciencia y la tecnología en el Valle de Aburrá. Estas iniciativas incluyen incentivos fiscales, financiamiento para investigación y capacitación especializada para emprendedores.

4. **Colaboración público-privada:** Existe una sólida colaboración entre el sector público, privado y académico en el Valle de Aburrá. Esta colaboración facilita la transferencia de conocimientos y tecnología, así como la creación de alianzas estratégicas para impulsar la innovación y el desarrollo científico.

5. **Resultados exitosos:** El Valle de Aburrá ha logrado importantes avances en materia de innovación, ciencia y tecnología. Ejemplos de esto son el crecimiento del ecosistema TIC, la consolidación de empresas tecnológicas y la generación de patentes y productos innovadores.

#### **2.1.6. El ecosistema en el mercado de interés.**

El ecosistema emprendedor del país ha crecido significativamente, impulsado por condiciones favorables para el desarrollo del sector tecnológico y la innovación. En este entorno, el número de incubadoras ha aumentado.

Además de las incubadoras tradicionales, existe una fuerte presencia de incubadoras sin fines de lucro y universitarias, que, aunque suelen ser de menor tamaño, siguen siendo altamente solicitadas por emprendedores y startups.

#### **Principales competidores**

En el mercado no hay un claro líder, pero si es posible encontrar varias empresas de gran peso comparativo con el resto; siendo Rockstar el principal, seguido de Hubdog, MacondoLab, 500 startups, Wayra, Accelerator Torrenegra, Estratek y Endeavor.

La mayoría de estas empresas son multinacionales con gran alcance e impacto. Además de apoyar a startups con mentorías y asesorías, ofrecen acceso a amplias redes de contactos y fondos de inversión, tanto propios como de terceros.

#### **Otros actores instalados en el mercado.**

Existen diversas incubadoras, aceleradoras y organizaciones que apoyan el ecosistema emprendedor en Colombia. Entre las más destacadas se encuentran:

- **ID SOCIAL:** Corporación sin ánimo de lucro que ofrece programas de formación, asesoría y mentoría para emprendedores. Es proveedor de **Aldea Innspur**, ayudando en la validación e inversión de modelos de negocio.
- **Founder Institute:** Red global de startups que proporciona incubación y mentoría en etapa temprana. Ha impulsado más de 5,000 empresas en 200 ciudades.
- **Incubar Colombia:** Incubadora de base tecnológica que apoya el desarrollo empresarial, brindando evaluación financiera, acceso a financiamiento y asesoría en ejecución de proyectos.
- **PAPPCorn:** Especializada en startups resilientes, guía a emprendedores en la creación de su MVP, validación de mercado y escalamiento mediante soporte on-demand.
- **PRANA:** Fundación que fomenta el crecimiento de empresas innovadoras a través de programas de desarrollo empresarial, creatividad y modelo financiero.
- **Polymath Ventures:** Constructor de empresas que diseña y lanza negocios propios a gran escala, integrando diseño, talento e inversión.
- **Y Combinator:** Aceleradora global que financia startups en etapa inicial, ayudándolas a escalar y conectarlas con inversionistas.

Estas organizaciones representan oportunidades y desafíos para YIFEI COLOMBIA, ya que compiten por atraer startups, pero también pueden convertirse en aliados estratégicos para el crecimiento del emprendimiento en el país.

### **Parques Científicos, Tecnológicos y de Innovación (PCTI)**

Los Parques Científicos, Tecnológicos y de Innovación (PCTI) en Colombia fomentan el desarrollo empresarial a través de infraestructura, investigación y capacitación especializada. Actualmente, destacan cuatro iniciativas estratégicas en el país:

- Parque Biopacífico: Especializado en agroindustria, con proyección en biocombustibles y biodiversidad.
- Parque Guatiguará (UIS): Impulsa la investigación aplicada en sectores productivos, con más de 50 centros de desarrollo tecnológico.
- Parque Tecnológico de Bogotá: Fomenta la innovación en TIC, biotecnología, agroindustria, energía y salud, con enfoque en competitividad regional.

- Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín: Creado en 2022, busca consolidar la ciudad como hub de innovación, con incentivos tributarios y acceso a financiamiento.

Estos espacios representan oportunidades para la expansión y consolidación de YIFEI COLOMBIA, al ofrecer acceso a recursos tecnológicos, alianzas estratégicas y un ecosistema propicio para el emprendimiento.

## **Universidades**

Las universidades juegan un papel clave en el desarrollo del emprendimiento en Colombia, proporcionando formación, investigación y programas de incubación. Varias instituciones han destacado por su oferta en negocios internacionales, tecnología e innovación, siendo posibles aliadas estratégicas para YIFEI COLOMBIA.

Entre las universidades más relevantes se encuentran:

- **Universidad de los Andes, Externado, Javeriana, EAFIT y Nacional**, con programas de negocios internacionales, gestión tecnológica y emprendimiento.
- **ICESI, La Salle, Rosario, Sabana y del Norte**, que fortalecen el ecosistema con formación en comercio internacional, innovación y desarrollo empresarial.

Formar alianzas estratégicas con estas universidades permitiría a YIFEI COLOMBIA acceder a talento calificado, incubadoras universitarias y redes de networking. No obstante, también implica competir con incubadoras universitarias ya establecidas, por lo que será clave diferenciarse y ofrecer valor agregado en el mercado.

## **Sobre aceleradoras con puente asiático**

Aunque el modelo de negocio de YIFEI COLOMBIA se centra en capacitación e incubación, explorar aceleradoras con vínculos entre Colombia y China puede abrir oportunidades de crecimiento. Varias iniciativas han establecido conexiones estratégicas entre Latinoamérica y el Asia Pacífico, facilitando la expansión de startups en mercados asiáticos.

Identificar programas de aceleración que permitan acceso a capital, redes de inversión y transferencia tecnológica puede ser clave para una futura internacionalización.

En este sentido, la integración con ecosistemas de innovación asiáticos representaría una ventaja competitiva en el crecimiento del emprendimiento colombiano.

Aceleradoras orientadas a Asia/China:

Existen aceleradoras que conectan startups latinoamericanas con Asia, facilitando la expansión e inversión en el mercado chino. Algunas de las más relevantes incluyen:

- Wayra: En alianza con la incubadora china Virtue Inno Valley, Telefónica y China Unicom, impulsa la innovación abierta y la aceleración de startups desde 2014.
- Sino-Latin America Accelerator: Creada por Magma Partners en 2018 en colaboración con 36Kr y el gobierno chino, conecta startups latinoamericanas con el ecosistema chino. 36Kr es una de las principales plataformas de inversión y apoyo a startups en China.
- ToJoy México: Aceleradora con una red de 700,000 inversionistas y socios operativos en China. Su modelo se enfoca en seleccionar empresas con alto potencial y conectar con inversionistas y aliados estratégicos para escalar en el mercado chino.
- Estas aceleradoras ofrecen oportunidades para startups colombianas que buscan expansión en Asia, facilitando acceso a financiamiento, redes estratégicas y soporte para escalar en el mercado chino.

### **III. Fortaleza de la propuesta de valor de vinculación de startups colombianas con el área de la gran bahía china.**

La principal propuesta de valor de YIFEI COLOMBIA tiene que ver con la posibilidad de brindar vinculación entre las startups de base tecnológica de Colombia con el Área de la Gran Bahía China, razón por la cual se considera pertinente ofrecer información sobre Regiones Administrativas Especiales que integran este mercado.

Los emprendedores y empresarios tecnológicos, en su mayoría, centran su enfoque en el mercado doméstico, mientras que aquellos con mayor proyección buscan expandirse hacia el mercado estadounidense, con Silicon Valley como su principal referencia. Sin embargo, el mercado chino, y en particular la Gran Bahía,

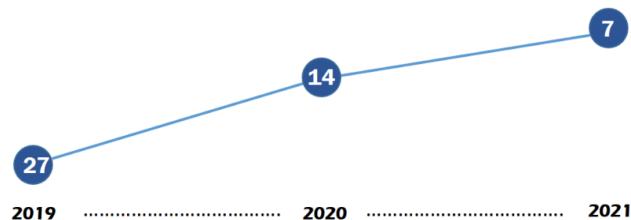
suele quedar fuera de sus planes estratégicos. Uno de los principales desafíos de la empresa es dar a conocer las oportunidades y ventajas que ofrece esta región, por lo que a continuación se presenta información relevante al respecto.

**Figura 6:** Ranking de países según puntajes de cantidad, calidad, negocios y total.

Rank	Country	Rank Change (from 2020)	Quantity Score	Quality Score	Business Score	Total Score
1	<u>United States</u>	–	19.45	101.17	3.80	<b>124.420</b>
2	<u>United Kingdom</u>	–	8.16	16.86	3.70	<b>28.719</b>
3	<u>Israel</u>	–	5.48	19.14	3.13	<b>27.741</b>
4	<u>Canada</u>	–	6.58	9.75	3.55	<b>19.876</b>
5	<u>Germany</u>	–	3.64	9.92	3.49	<b>17.053</b>
6	<u>Sweden</u>	+4	2.40	9.24	3.78	<b>15.423</b>
7	<u>China</u>	+7	1.33	11.46	2.34	<b>15.128</b>

Fuente: Doing Business 2020, Banco Mundial

**Figura 7:** Crecimiento de China en el ranking global de innovación



Fuente: Doing Business 2020, Banco Mundial

En la figura 8 se presenta el Global Startup Ecosystem Index, un estudio realizado anualmente que evalúa el ecosistema emprendedor en 100 países y las 1,000 ciudades más representativas en términos de emprendedurismo, nuevos negocios y entornos facilitadores. Como se observa en el cuadro, China ocupa el 7.<sup>º</sup> lugar a nivel mundial, destacándose por un avance significativo al subir 7 posiciones

en solo un año. Este resultado refleja el crecimiento sostenido y el fortalecimiento de su ecosistema de startups.

**Figura 8: Global Startup Ecosystem Index**

Rank	City	Country	Rank Change (from 2020)	Total Score
1	San Francisco Bay	United States	–	<b>328.966</b>
2	New York	United States	–	<b>110.777</b>
3	Beijing	China	+3	<b>66.049</b>
4	Los Angeles Area	United States	+1	<b>58.441</b>
5	London	United Kingdom	-2	<b>56.913</b>
6	Boston Area	United States	-2	<b>49.835</b>
7	Shanghai	China	+3	<b>42.162</b>
8	Tel Aviv Area	Israel	-1	<b>27.084</b>
9	Moscow	Russia	–	<b>25.401</b>
10	Bangalore	India	+4	<b>25.367</b>

Fuente: Doing Business 2020, Banco Mundial

Cada país es evaluado con base en tres indicadores: Cantidad, que mide el número de startups y recursos relacionados; Calidad, que analiza la excelencia de las startups y organizaciones de apoyo, como la presencia de unicornios y la inversión privada; y Medio Ambiente Empresarial, que se enfoca en infraestructura y condiciones que facilitan la operación de startups.

En este contexto, China ha logrado posicionarse en el top 10, con Beijing como la 3.<sup>a</sup> ciudad del mundo y Shanghai en el 7.<sup>º</sup> puesto. Además, otras ciudades como Shenzhen, Hong Kong y Chengdu han registrado avances notables, consolidando a China como un líder en la innovación global con un total de 7 ciudades en el top 100.

El ecosistema chino también ha experimentado un crecimiento fuera del top 100, con 19 nuevas ciudades ingresando al ranking de las 1000 principales. Este avance no solo refleja el rápido desarrollo reciente, sino también el descubrimiento de innovaciones pasadas que estaban sub documentadas.

La transición de China de un país en desarrollo a una potencia tecnológica de vanguardia es un modelo para otras naciones con aspiraciones similares. Este logro ha sido posible gracias a un enfoque estratégico del gobierno, que prioriza el

desarrollo tecnológico mediante inversiones masivas y políticas que promueven la innovación.

### **Información de la embajada colombiana en China y Procolombia**

China es el segundo socio comercial de Colombia y un importante inversionista en sectores como tecnología, telecomunicaciones, infraestructura y energía. Los acuerdos bilaterales, como el Acuerdo Comercial de 1981 y el Acuerdo para la Protección y Promoción Recíproca de Inversiones de 2008, han fortalecido estas relaciones, permitiendo un comercio global de más de 15,500 millones de dólares en 2019.

Colombia busca promover la inversión china en sectores estratégicos, destacando la presencia de alrededor de 80 compañías chinas, como Huawei, ZTE, Xiaomi y Miniso, con operaciones en el país. Casos de éxito recientes incluyen la construcción del metro de Bogotá por China Harbour Engineering Company y la adquisición de la mina de Buriticá por Zijin Mining.

Esta información subraya el potencial de conexión entre startups colombianas y el ecosistema chino, en particular con la Gran Bahía China, facilitando la identificación de sectores clave para la expansión internacional de empresas de base tecnológica.

#### **3.1. ¿Por qué la gran área de la bahía china?**

La Gran Área de la Bahía comprende las dos Regiones Administrativas Especiales de Hong Kong y Macao, y nueve municipios de Guangdong, incluyendo Guangzhou, Shenzhen y Zhuhai. Con una superficie total de 56,000 km<sup>2</sup>, una población que supera los 86 millones y un PIB de USD 1,668.8 mil millones en 2020.

El desarrollo de la Gran Área de la Bahía fue conceptualizado por el gobierno central de China en el 2016 y elevado a proyecto estratégico nacional en el 2017. Los objetivos incluyen la creación de un centro internacional de innovación y tecnología, la integración de industrias clave y la facilitación del flujo de personas, bienes, capital e información.

El Esquema del Plan de Desarrollo para la GBA, promulgado en 2019, marcó un hito significativo al formalizar este proyecto como parte esencial del desarrollo nacional de China. Con el respaldo del Gobierno Central, Hong Kong se integra activamente en esta estrategia, generando nuevas oportunidades económicas y tecnológicas, especialmente para los jóvenes y sectores innovadores.

### **3.1.1. Hong Kong: Centro financiero y de innovación en la Gran Bahía**

Hong Kong es un centro financiero estratégico en Asia, con un entorno empresarial altamente competitivo que facilita la conexión entre China y el resto del mundo. Su sistema legal independiente, el libre flujo de información y capital, y un régimen regulatorio sólido lo posicionan como un destino clave para startups y empresas tecnológicas que buscan acceso a inversión y mercados globales.

#### **Beneficios Tributarios y Económicos**

- **Bajos impuestos:** No hay IVA, ni impuesto sobre dividendos o ganancias de capital. Las empresas tributan entre 8.25% y 16.5% sobre sus ganancias, dependiendo de sus ingresos.
- **Facilidad para hacer negocios:** Hong Kong es un puerto de libre comercio, con aduanas ágiles y procedimientos simplificados para la importación y exportación.
- **Acceso a mercados de China continental:** Programas como Stock Connect, Bond Connect y Wealth Management Connect permiten a las empresas e inversores operar directamente con el mercado chino.

#### **Ecosistema de Innovación y Startups**

- **Incubadoras y aceleradoras:** Hong Kong alberga Cyberport y HKSTP (Hong Kong Science and Technology Parks), programas que ofrecen financiamiento, mentoría y espacios de trabajo para startups tecnológicas.
- **Incentivos gubernamentales:** Programas como el Fondo de Innovación y Tecnología (ITF) y el Fondo Macro de Cyberport brindan apoyo financiero a emprendedores digitales.
- **Industria Fintech y Tecnológica:** Hong Kong es líder en fintech, blockchain, inteligencia artificial y comercio electrónico, atrayendo inversión y talento de todo el mundo.

#### **Relevancia para YIFEI COLOMBIA**

El posicionamiento de Hong Kong dentro de la Gran Bahía de China lo convierte en un punto estratégico para la expansión de startups colombianas. La combinación de incentivos fiscales, acceso a capital y un ecosistema de innovación consolidado ofrece una oportunidad única para la internacionalización de empresas tecnológicas desde Colombia.

### **3.1.2. Macao región administrativa especial China**

Macao es una de las dos Regiones Administrativas Especiales de China, ubicada a 70 km de Hong Kong. Con una economía estable y un sistema fiscal favorable, Macao se ha consolidado como un centro comercial y de inversión internacional, con una tasa de impuesto corporativo no superior al 12% y un puerto franco sin restricciones tarifarias.

#### **Orientación al Desarrollo y Cooperación Internacional**

- Centro Mundial de Turismo y Ocio: Parte del Decimotercer Plan Nacional Quinquenal, que promueve la diversificación económica y el turismo.
- Puente con los países de habla portuguesa: Macao facilita el comercio y la cooperación entre China y mercados lusófonos.
- Integración con la Gran Bahía: Acuerdos como el CEPA (Closer Economic Partnership Arrangement) impulsan la conectividad con Guangdong y Hong Kong.

#### **Infraestructura y Conectividad**

- Aeropuerto Internacional de Macao: Enlace estratégico con la región del Delta del Río Perla y el resto del mundo.
- Puente Hong Kong-Zhuhai-Macao: Reduce el tiempo de viaje entre Hong Kong y Macao a menos de 30 minutos, fortaleciendo la integración económica.
- Red de transporte moderna: Ferris, puentes y el sistema de tránsito ligero mejoran la movilidad y conectividad regional.

#### **Ambiente de Negocios y Expansión Comercial**

- Membresía en más de 50 organizaciones internacionales, promoviendo el libre comercio y la inversión extranjera.
- Sede del Instituto de Promoción de Inversiones y Comercio de Macao (IPIM), que fomenta la cooperación económica global y la atracción de inversión extranjera.

Macao representa una puerta de entrada clave para empresas que buscan expandirse en China y conectar con mercados internacionales, especialmente en sectores de turismo, comercio e inversión.

## **IV. Desarrollo conceptual y estrategia comercial del negocio**

"La estrategia es la forma en que la Institución consigue su ventaja competitiva, es su manera de competir, de ser mejor que sus rivales al satisfacer necesidades clave de sus clientes. La estrategia es la forma que tiene la Institución de alcanzar su visión y sus objetivos a partir de su misión y conforme a sus valores" Desde este concepto ofrecido por Gimbert daremos forma a este plan de negocios en procura de que sea competitivo, alineado a la misión, objetivos y valores de Yifei Colombia.

### **4.1. Misión de YIFEI COLOMBIA**

"Nuestra misión es impulsar la colaboración y el crecimiento en el ecosistema TIC (Tecnología, Innovación y Ciencia), conectando de manera efectiva a las empresas del sector tecnológico de Colombia con las oportunidades y conocimientos del próspero sector de la innovación y tecnología en la Gran Bahía China. A través de un enfoque orientado a la excelencia, la internacionalización y la creación de sinergias globales, nos comprometemos a facilitar alianzas estratégicas, intercambios de conocimientos y la expansión de negocios, con el objetivo de fortalecer ambas regiones y contribuir con el avance tecnológico y económico en un entorno cada vez más globalizado."

### **4.2. Visión de la empresa:**

"Para 2030, nos visualizamos como el principal referente en la facilitación de oportunidades y conexiones entre los sectores tecnológicos de Colombia y el Área de la Gran Bahía China. Nuestra aspiración es ser reconocidos como el catalizador clave que impulsa la innovación, la internacionalización y el crecimiento empresarial en ambas regiones, y fomenta la colaboración intercultural y la transferencia de conocimientos, contribuyendo de manera significativa a su desarrollo económico y tecnológico sostenible".

### **4.3. Objetivos de la empresa**

A corto plazo: Iniciar operaciones en Colombia, tanto a nivel nacional como en el comercio con China.

A mediano plazo: Consolidar operaciones en tres países de Latinoamérica, abarcando transacciones internas, comerciales entre estos países y con China.

A largo plazo: Expandir las operaciones a toda Latinoamérica, incluyendo el comercio interno en cada país, entre países de la región y con China.

#### **4.3.1. Ventajas competitivas.**

YIFEI COLOMBIA se destaca por una serie de ventajas competitivas que la diferencian dentro del mercado. A continuación, se presentan los principales factores que la posicionan como una opción estratégica en su sector:

- 1. Servicio brindado especialmente a través de una plataforma virtual:** Yifei Colombia ofrece sus servicios a través de una plataforma digital, lo que facilita la inserción en el mercado elegido y permite mantener costos operativos bajos, asegurando precios competitivos.
- 2. Acceso al mercado de la Gran Bahía China:** La principal ventaja competitiva de la empresa es su capacidad para conectar startups colombianas con el vasto y dinámico mercado de la Gran Bahía China, ofreciendo oportunidades significativas de crecimiento y expansión para las empresas tecnológicas. Además, el equipo de la aceleradora cuenta con una sólida trayectoria en el establecimiento de vínculos comerciales entre China y Colombia, lo que permite orientar estratégicamente a las startups en su proceso de internacionalización y facilitar el acceso a redes comerciales clave.
- 3. Asesoría especializada:** La incubadora ofrece asesoría experta en cultura, legislación y necesidades del mercado chino. Comprender estos aspectos es fundamental para el éxito en China, siendo una ventaja competitiva valiosa para las startups.

Además, Yifei Colombia busca fortalecer su oferta formativa mediante alianzas con instituciones de educación superior en el Valle de Aburrá, garantizando reconocimiento académico para las capacitaciones impartidas a los emprendedores que accedan a sus servicios.

4. **Red internacional en innovación y tecnología:** Aunque es una empresa nueva en Colombia, Yifei Colombia cuenta con una amplia red de contactos en sectores clave de innovación y tecnología en América Latina. Esta red facilita la creación de alianzas estratégicas que potencian el crecimiento de las startups y amplían sus oportunidades de internacionalización. Además, permite acceder a recursos, tendencias y colaboraciones que fortalecen su competitividad en mercados globales.

YIFEI COLOMBIA ofrece una combinación única de acceso al mercado chino, asesoría especializada, alianzas estratégicas y una red internacional en tecnología e innovación. Estas ventajas competitivas la convertirán en un socio invaluable para las startups colombianas que buscan expandirse en el mercado de la Gran Bahía China.

#### **4.4. Modelo canvas de negocios**

Para Molina D., el Modelo Canvas, es un modelo de negocios donde se puede visualizar las diferentes ideas y características del emprendimiento. Principalmente, se utiliza para determinar y crear modelos innovadores con el objetivo de generar valor para los clientes, pudiendo definir y crear modelos de negocio a través de cuatro grandes áreas, (los clientes, la oferta, la infraestructura y la viabilidad económica) que se desarrollan en nueve divisiones

- 1.Clientes: Segmento de clientes, propuesta de valor, canales de distribución y comunicación, relación con clientes y fuentes de ingresos.
- 2.Oferta: Propuesta de valor.
- 3.Infraestructuras: Recursos claves, actividades claves y socios claves.
- 4.Viabilidad económica: Estructura de costes y fuentes de ingresos.

Aplicar el Modelo Canvas le permitirá a Yifei Colombia:

- Trabajar en equipo y de manera visual.
- Testear distintas hipótesis y realizar modificaciones sin cambiar todo el plan de negocio.
- Identificar fallas y garantizar una estrategia competitiva.
- Medir la salud económica de la empresa a través del flujo de caja.

**Tabla 1** *Modelo canvas de negocios*

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aliados Claves: Gobiernos, Universidad es, Cámaras empresarial es Parques tecnológicos</li> <li>● Nuestros principales proveedores son consultores colombiano s e internaciona les</li> <li>● Nuestros aliados y talentos contratados nos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● La formación de talento para el desarrollo o crecimiento de startups colombianas.</li> <li>● El principal canal de prestación de servicios será una plataforma de educación virtual a-sincronica, canal que se combinará con mentorías sincronicas,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nuestros clientes al ser incubados por YIFEI COLOMBIA aprenderán sobre la manera apropiada para desarrollar su proyecto con especial orientación hacia el mercado chino, tanto para comercializa r en él como para ser</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● El segmento de cliente al que nos dirigimos trabaja con la tecnología, por lo que los canales y herramientas para relacionarnos serán casi en su totalidad virtuales, tales como la plataforma educativa desde donde se los captará y atenderá.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nuestros clientes son personas que quieren ser capacitadas en nuevas tecnologí as, emprend edores, startups de base tecnológi cas de Colombia , los gobiernos de</li> </ul>

<p>permitirán posicionarlos a mayor velocidad desde la confianza y credibilidad esperada</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aliados tales como Universidades, ONGs, y otras empresas certificarán nuestro modelo de incubación</li> </ul>	<p>online o presenciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El servicio de incubación también se brindará a través de la plataforma de educación.</li> </ul>	<p>capitalizado s por inversores asiáticos.</p>		<p>nacionales y subnacionales del citado país y los capitales asiáticos</p>
<p><b>Recursos Clave</b></p> <p>Los recursos claves de nuestra propuesta de valor son dos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plataforma online educativa con programas de incubación.</li> <li>Consultores para el servicio de incubación.</li> <li>La relación con los clientes será brindada a</li> </ul>		<p><b>Canales</b></p> <p>¿A través de qué canales quieren ser contactados sus clientes?</p> <p>Generaremos leads promocionando nuestros servicios a través de pautas online y también offline, los mismos ingresaran a un RCM y serán contactados por operadores comerciales vía whatsapp y mediante llamadas, la adquisición de cursos los habilita</p>		

	<p>través de la plataforma de capacitación virtual</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los ingresos de YIFEI COLOMBIA serán los provenientes de los cobros por la formación a través de la plataforma de capacitación online y de los servicios de asesorías de incubación.</li> </ul>	<p>a ingresar a la plataforma virtual para comenzar o continuar con su formación o asesoramiento. Este método concentra los principales costos en las pautas dado que el proceso de captación y conversión tiene escaso costo de recurso humano. Al generar métricas este proceso hace eficiente el gasto.</p>	
--	---	--	--

<b>Estructura de Costos</b>	<b>Estructura de Ingresos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?</li> <li>• Los costos más importantes que atiende este modelo de negocio es la comercialización y la de los recursos humanos para la atención de ambos servicios con los que nuestra empresa iniciará sus operaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El modelo de negocios está organizado para que el cliente pueda pagar sin gran dificultad sus capacitaciones relacionadas a su formación o incubación de su proyecto.</li> <li>• Estas formaciones o servicios están organizados por módulos o cursos, cuyo valor promedio de venta es de</li> </ul>

	<p>U\$S 100, para las capacitaciones de habilidades digitales y blandas y de U\$S 3300 para el servicio de incubación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estos precios de comercialización están a un valor competitivo en el mercado, cuyo análisis se practica más adelante del presente trabajo.</li> </ul>
--	---

#### **4.5. Análisis PESTEL.**

Johnson, Scholes, y Whittington, plantearon en su obra Dirección estratégica: “Los directivos tienen que comprender cuáles son los motores clave del cambio y también el impacto diferencial de estas influencias externas en determinadas industrias, mercados y en las organizaciones individuales. Es particularmente importante que el marco de análisis PESTEL se utilice para fijarse en el impacto futuro de los factores del entorno, que puede ser distinto de su impacto actual’.

Al identificar qué el análisis PESTEL es una herramienta valiosa para las empresas que buscan comprender y adaptarse a los cambios en su entorno externo y al ser YIFEI COLOMBIA una empresa de capitales Argentinos penetrando en el mercado colombiano, lo considero indispensable para poder desarrollar una estrategias efectivas para lograr sus objetivos y mantener su competitividad en el mercado.

La herramienta P.E.S.T.E.L realizada a través de una búsqueda y análisis intensivo que incluye factores (Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales), se basa en investigar e identificar elementos generales que afectan a las empresas, con el fin de poder establecer una estrategia acorde y efectiva (Gimbert, 2010).

Dentro de las ventajas de esta herramienta, se encuentran: Su fácil uso, pudiendo separar cada uno de los diferentes factores.

Evaluación y análisis de situaciones externas del contexto de la empresa, para anticiparnos a posibles sucesos que pueden ocurrir o debemos enfrentarnos al momento de generar un producto.

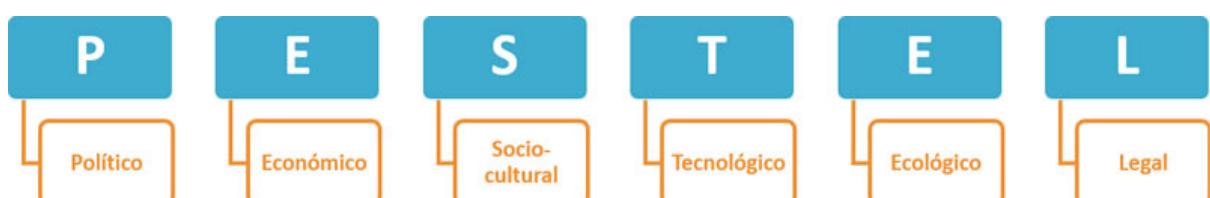
Favorecimiento del accionar directivo, gerencial y, en consecuencia, del conocimiento de las características del entorno, para establecer estrategias adecuadas a la situación contextual.

#### **Factores de análisis a considerar en este plan de negocios:**

1. Factores Políticos: Se refiere a la influencia de la política y la legislación en el entorno empresarial. Incluye aspectos como la estabilidad política, las políticas gubernamentales, la regulación laboral y comercial, y la política fiscal.
2. Factores Económicos: Abarca los aspectos económicos que pueden afectar a la empresa, como la tasa de crecimiento económico, la inflación, los tipos de interés, el desempleo y la disponibilidad de recursos.
3. Factores Sociales: Se centra en los aspectos sociales y culturales que pueden influir en la empresa, como la demografía, los valores y creencias de la sociedad, las tendencias de consumo y la estructura social.
4. Factores Tecnológicos: Incluye los avances tecnológicos que pueden afectar a la empresa, como la innovación, la automatización, la digitalización y la seguridad informática.
5. Factores Ecológicos: Se refiere a los aspectos ambientales y ecológicos que pueden influir en la empresa, como la sostenibilidad, el cambio climático, la gestión de residuos y la conservación de recursos naturales.
6. Factores Legales: Abarca los aspectos legales y regulatorios que pueden afectar a la empresa, como la legislación laboral, la protección del consumidor, la propiedad intelectual y la regulación ambiental.

#### **Figura 9**

*Modelo de análisis PESTEL: Factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales.*



#### **4.5.1. Factor Político**

El entorno político es un elemento clave para la expansión y consolidación de Yifei Colombia, dado su enfoque en la internacionalización de startups y su vinculación con el mercado chino. A continuación, se destacan los principales aspectos políticos que pueden influir en su desarrollo:

##### **Competencia geopolítica en Latinoamérica**

La creciente disputa entre EE.UU. y China ha convertido a Latinoamérica en una zona clave para la inversión extranjera directa. China ha aumentado su presencia con proyectos estratégicos en sectores como infraestructura y telecomunicaciones, mientras que EE.UU. ha respondido con iniciativas como el "América Crece", enfocada en energía y desarrollo sostenible.

Para Yifei Colombia, este contexto implica oportunidades de financiamiento y acceso a redes de negocios en ambos bloques económicos. Sin embargo, cualquier restricción impuesta por EE.UU. a las relaciones comerciales con China podría afectar la facilidad con la que startups colombianas pueden colaborar con socios chinos.

##### **Regulaciones gubernamentales y marco normativo**

El Gobierno de Colombia ha implementado diversas estrategias para fortalecer el emprendimiento y la internacionalización de empresas, como el programa "Colombia Productiva", que apoya startups con asistencia técnica y acceso a mercados. Además, la ley "Emprendimiento e Innovación" (Ley 2069 de 2020) busca reducir la burocracia y mejorar la competitividad del sector.

Para Yifei Colombia, es clave estar atenta a posibles reformas que afecten la regulación del comercio digital, la propiedad intelectual y la transferencia tecnológica, especialmente considerando las diferencias normativas entre Colombia y China.

##### **Incentivos y apoyo gubernamental a startups**

El gobierno colombiano ha impulsado el desarrollo de startups a través de programas como Apps.co, de MinTIC, que facilita la

capacitación y expansión de empresas digitales. Adicionalmente, el Fondo Emprender del SENA ofrece capital semilla para emprendimientos innovadores.

En términos de inversión extranjera, entidades como ProColombia facilitan el acceso a mercados internacionales, aunque la ausencia de acuerdos específicos con China en el ámbito de la tecnología y el emprendimiento sigue siendo una barrera.

### **Estabilidad política y riesgo de cambios abruptos**

Colombia ha mantenido una estabilidad política relativa en los últimos años. Sin embargo, las elecciones presidenciales suelen traer consigo incertidumbre sobre posibles cambios en las políticas económicas y comerciales.

La administración actual, encabezada por Gustavo Petro, ha manifestado su interés en reducir la dependencia comercial de Estados Unidos y diversificar las relaciones comerciales hacia otros mercados, incluyendo Asia (El País, 2025).

Esta estrategia podría generar oportunidades importantes para empresas como Yifei Colombia, especialmente en su expansión hacia mercados asiáticos. A pesar de estos avances, la implementación de cambios en la legislación tributaria o en las condiciones para la inversión extranjera podría modificar significativamente el panorama empresarial. En particular, la incertidumbre en torno a las reformas laborales y tributarias planteadas por el gobierno actual influye directamente en las decisiones de emprendedores e inversionistas al evaluar el entorno de negocios en el país.

#### **4.5.2. Factor Económico**

En primer lugar, se describen los aspectos que componen el factor económico en Colombia.

Beneficios tributarios y beneficios crediticios en Colombia para empresas de base tecnológica.

Este instrumento desarrollado por el Gobierno Nacional, busca ser un incentivo para el desarrollo de proyectos de ciencia, tecnología e

innovación (CTel) por parte de las empresas en alianza con actores reconocidos por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación otorgando a los inversores y/o ejecutores, deducciones y descuentos tributarios. De igual manera, existen otros instrumentos que buscan fortalecer la infraestructura para la investigación en instituciones de educación y centros de investigación y desarrollo tecnológico reconocidos, a través de la exención del IVA en la importación de equipos y elementos, y fomentar la participación de personal en los proyectos de ciencia, tecnología e innovación a través de los Ingresos No Constitutivos de Renta y/o Ganancia Ocasional.

Con el objetivo de calificar y definir los criterios y condiciones para el acceso a los beneficios tributarios, el Gobierno Nacional creó el Consejo Nacional de Beneficios Tributarios, el cual se encuentra integrado por el Ministro de ciencia, tecnología e innovación, quién lo preside, el Ministro de hacienda y crédito público o el director de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales –DIAN – o su delegado , el Ministro de Comercio, Industria y Turismo o su delegado, el Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones o su delegado, el director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado, y dos expertos en Ciencia, Tecnología e Innovación.

Con la Ley 1955 de 2019, se dictaron nuevas disposiciones y crearon los beneficios tributarios de Crédito Fiscal para MiPymes, beneficios tributarios por vinculación de doctores y beneficios tributarios por donación, que entraron a operar en el año 2020.

La oferta de beneficios tributarios con la que cuenta el ministerio de ciencia, tecnología e innovación es la siguiente:

- Beneficios tributarios por Inversión.

Se otorga a las empresas que ejecutan proyectos de ciencia, tecnología e innovación, en alianza con un actor reconocido por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, teniendo en cuenta los criterios y condiciones definidos por el Consejo Nacional de Beneficios Tributarios mediante acuerdos y el Documento de Tipología de

Proyectos de carácter científico, tecnológico o de innovación. Los beneficios tributarios son los siguientes:

- **Deducción y descuento tributario por inversiones en proyectos de ciencia, tecnología e innovación:** Las inversiones que se realicen en investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación, serán deducibles en el periodo gravable en que se realicen, siempre y cuando dichas inversiones cumplan con los criterios y condiciones definidos por el Consejo Nacional de Beneficios Tributarios en ciencia, tecnología e innovación – CNBT-. Dichas inversiones tendrán derecho de igual manera, a descontar de su impuesto de renta a cargo el 25% del valor invertido en el periodo gravable en que se realizó la inversión, siempre y cuando no supere el 25% del impuesto a pagar. En caso de excedentes o descuentos tributarios sin utilizar, el contribuyente podrá trasladarlos a las siguientes cuatro declaraciones de renta, según lo establecido en el artículo 258 del estatuto tributario.
- **Crédito Fiscal por inversiones en proyectos de ciencia, tecnología e innovación:** Las inversiones que realicen las Micro, Pequeñas y Medianas empresas en proyectos calificados como de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación, de acuerdo con los criterios y condiciones definidas por el Consejo Nacional de Beneficios Tributarios en Ciencia, Tecnología e Innovación -CNBT, podrán acceder a un crédito fiscal por un valor del 50% de la inversión realizada y certificada por el CNBT aplicable para la compensación de impuestos nacionales.

En los casos que las micro, pequeñas y medianas empresas cuenten con créditos fiscales vigentes superiores a mil UVT (1000 UVT) por inversiones en proyectos calificados como de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación, podrán solicitar Títulos de Devolución de Impuestos -TIDIS por el valor del crédito fiscal, que son libremente comercializables.

- **Beneficios tributarios por Vinculación de capital humano de alto nivel en las empresas:** La remuneración correspondiente a la vinculación de personal con título de doctorado en las empresas, que se realice con posterioridad al 25 de mayo de 2019, siempre y cuando se cumplan con los criterios y condiciones definidos por el CNBT para tal fin y su vinculación esté asociada al desarrollo de actividades de I+D+i, podrán acceder al beneficio tributario de deducción y descuento del 25% de la remuneración efectivamente pagada al personal con título de doctorado, o en caso de las Mipymes, podrán acceder al mecanismo del crédito fiscal por el 50% del valor de la remuneración del personal con título de doctorado.
- **Ingresos No Constitutivos de renta y/o Ganancia Ocasional:** Este beneficio tributario, se otorga al personal que desarrolla actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación en el marco de un proyecto calificado bajo las condiciones del Consejo Nacional de Beneficios Tributarios en Ciencia, Tecnología e Innovación - CNBT, permitiendo a los investigadores, descontar de los ingresos que constituyen su base gravable, el valor de los honorarios recibidos por estas labores. Este beneficio tributario es aplicable de igual manera, a los recursos que reciba el contribuyente para ser destinados al desarrollo de proyectos calificados como de carácter científico, tecnológico o de innovación, según los criterios y las condiciones definidas por el Consejo Nacional de Beneficios Tributarios en Ciencia, Tecnología e Innovación.
- **Exención del IVA por importación de equipos y elementos:** Este beneficio tributario, se otorga a Centros de investigación y desarrollo tecnológico reconocidos por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e innovación, así como a las instituciones de educación básica primaria, secundaria, media o superior reconocidas por el Ministerio de

Educación Nacional, los cuales, en el marco de un proyecto de Ciencia, Tecnología e Innovación calificado según los criterios y condiciones definidos por el Consejo Nacional de Beneficios Tributarios en Ciencia, Tecnología e Innovación -CNBT, realicen importaciones de equipos y elementos requeridos para el desarrollo de sus proyectos, podrán obtener la exención del impuesto del IVA al momento de la nacionalización.

- **Beneficios tributarios por donación en Ciencia, Tecnología e Innovación:** Las donaciones recibidas en efectivo, por el Fondo Nacional de Financiamiento para la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, Fondo Francisco José de Caldas, y que sean destinadas al financiamiento de Programas y/o Proyectos de Ciencia, Tecnología e Innovación, de acuerdo con los criterios y las condiciones señaladas por el Consejo Nacional de Beneficios Tributarios en Ciencia, Tecnología e Innovación -CNBT, darán derecho al donante, para deducir el valor del monto donado y acceder de igual manera, al descuento tributario del 25% del valor donado, siempre y cuando se cumplan con los procesos y procedimientos para tal finalidad.

## **Ley de Economía Naranja**

La economía naranja, una poderosa amalgama de creatividad, cultura e innovación, ha surgido como una fuerza motriz en el mundo contemporáneo. Su génesis se atribuye al autor británico John Howkins, quien en 2001 acuñó el término "economía creativa". Howkins es reverenciado como un pionero en esta área, un verdadero padre intelectual que encendió la chispa de una revolución económica basada en la creatividad y la propiedad intelectual.

En 2013, en una evolución natural de esta idea, Felipe Buitrago e Iván Duque presentaron el concepto de "economía naranja". Definida como un conjunto de actividades que transforman ideas en bienes y servicios culturales, con la creatividad y el talento como ingredientes esenciales, esta visión fue plasmada en el libro "La economía naranja, una oportunidad infinita", publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en ese mismo año. En esencia, la economía naranja es la manifestación de la economía creativa en su máxima expresión, fusionando la cultura y la innovación para generar bienes y servicios con impactos sociales y económicos significativos. Este enfoque innovador ha cobrado vida en Colombia, donde en 2017 la economía naranja representó un impresionante 3.3% del Producto Interno Bruto (PIB), superando sectores como el minero (2.2%) y el cafetero (0.8%). Este logro se vuelve aún más impresionante en un país donde el petróleo contribuye con un 7.5% del PIB. Además, según el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación, la economía naranja ha generado más de 1.1 millones de empleos, tanto directos como indirectos.

A nivel global, la economía naranja sigue dejando su huella, contribuyendo con un 3% del PIB mundial, equivalente a más de 2.25 billones de dólares, y proporcionando empleo a más de 30 millones de personas en 2015, según la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC). En América Latina, este sector contribuye con un respetable 6% del PIB regional y desempeña un papel vital en países como Argentina, México, Brasil y, por supuesto, Colombia.

Para potenciar aún más este motor de crecimiento, Colombia aprobó la histórica Ley Naranja en 2017, la primera de su tipo en América Latina y la tercera en el mundo. Esta ley se erige como un faro de apoyo a las industrias creativas nacionales, otorgando mayor relevancia a su impacto en la economía del país. Su objetivo principal es mejorar el acceso a financiamiento para emprendedores culturales y creativos, ofreciendo créditos a largo plazo y condiciones más favorables.

La Ley 1834 también establece una política integral de incentivos y facilidades en colaboración con diversos ministerios y entidades gubernamentales. Abre la puerta a nuevas formas de capital semilla y promueve alternativas de financiamiento como el crowdfunding, fortaleciendo así el ecosistema emprendedor de la economía naranja.

El Estado colombiano se compromete a trabajar en conjunto con el sector privado para proteger los derechos de los creadores y brindar incentivos fiscales tanto a personas naturales como jurídicas que respalden el crecimiento de la economía naranja. En un país donde la creatividad y la cultura son abundantes, la economía naranja se alza como una oportunidad infinita para el desarrollo y el progreso.

### **¿Qué se busca con la política de economía naranja?**

Fortalecer y crear mecanismos que permitan desarrollar el potencial económico de la cultura y generar condiciones para la sostenibilidad de las organizaciones y agentes que la conforman, en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Se pretende propiciar condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales.

### **¿Cómo se desarrolla la economía naranja en Colombia?**

A través de una política que reúne 7 líneas estratégicas, en la que participan 21 entidades del Gobierno Nacional con más de 70 programas enfocados en generar condiciones para que los proyectos creativos de

los colombianos en cualquier territorio sean sostenibles. Esta iniciativa representa una articulación sin precedentes para trabajar por la cultura y la creatividad del país.

**Figura 10**

INSTITUCIONES	INFORMACIÓN	INSPIRACIÓN	INCLUSIÓN	INDUSTRIA	INTEGRACIÓN	INFRAESTRUCTURA
Articulación intersectorial, estímulos tributarios y financiación.  MinCultura MinCIT SENA MinTIC FINDETER DNP Bancoldex INNpulsa	Cifras, mediciones, mapeos, estudios, diagnósticos y conocimiento.  DANE MinCultura MinCIT SENA DNDA Colciencias	Creación innovadora, audiencias, mentalidad y cultura, y propiedad intelectual.  MinCultura DNDA MinCIT MinTIC Colciencias INNpulsa SIC	Formación y talento humano para las artes, el patrimonio y los oficios del sector creativo.  MinCultura SENA MinTrabajo MinEducación	Asistencia técnica para el emprendimiento creativo.  MinCIT MinCultura MinTrabajo SENA DNDA FINDETER INNpulsa	Internacionalización, mercados locales y posicionamiento, clústers y encadenamientos productivos.  MinCIT MinCultura MinTIC SENA FINDETER Procolombia Artesanías de Colombia	Bienes públicos, infraestructura, encadenamientos productivos y clústers.  FINDETER DNP MinCultura MinCIT MinTIC SENA Bancoldex INNpulsa

*Áreas de apoyo institucional para el desarrollo del sector creativo en Colombia.*

### ¿Cuáles son los incentivos tributarios?

El beneficio de rentas exentas para empresas de la Economía Naranja es un incentivo tributario para empresas de Economía Naranja (Industrias de valor agregado tecnológico y actividades creativas), en donde las rentas que sean provenientes de su objeto social se encuentran exentas por un periodo de siete (7) años (Ley 2010 de 2019, art. 91). Está dirigido a aquellas personas jurídicas (sociedades) que estén constituidas o se constituyan e inicien actividades antes del 31 de diciembre de 2021, que sean contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios del régimen ordinario (Responsabilidad 05- Impo. renta y complementarios. régimen ordinario expresa en el RUT), que tengan su domicilio principal dentro del territorio colombiano y cuyo objeto social sea exclusivo del desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico y/o actividades creativas.

### ¿Quiénes pueden participar?

Empresas en etapa de consolidación: Empresas en las que no es posible crecer sus productos y servicios nucleares.

Empresas en etapa de creación: Empresas constituidas legalmente y con operaciones iniciadas recientemente.

Empresas en etapa de crecimiento: Empresas que recientemente alcanzaron estabilidad financiera y se encuentran en expansión.

Medianas empresas: Empresa con una planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores o con activos entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) SMMLV.

Microempresas: Empresas con una planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o con activos inferiores a quinientos (500) SMMLV (excluida la vivienda).

Pequeñas empresas: Empresas con una planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores o con activos entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) SMMLV.

### **¿Cuáles son los Beneficios de la Ley de Economía Naranja para emprendedores?**

Los emprendedores son el corazón y el alma de la Ley Naranja, ya que son ellos quienes dan vida a los bienes y servicios culturales, impulsando así las industrias creativas en Colombia. Esta legislación gubernamental ha sido diseñada con el objetivo de brindar a los creativos todas las herramientas necesarias para aprovechar al máximo esta nueva política. Aquí te presentamos algunas estrategias clave contenidas en la Ley Naranja que ofrecen beneficios significativos para los emprendedores:

Líneas de Crédito Especiales: El Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior (Bancoldex) en colaboración con la Unidad de Desarrollo e Innovación (iNNpulsa Colombia) y el Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena) ha creado líneas de crédito que superan los 150 millones de dólares. Estas líneas están diseñadas para respaldar a los emprendedores creativos en su desarrollo empresarial, ofreciendo condiciones de plazo y tasas de interés altamente competitivas.

Incentivos Fiscales: La Ley de Financiamiento ha aprobado exenciones fiscales para los nuevos emprendedores que inviertan en la

economía naranja y generen empleo. Esto incluye la exención del impuesto sobre la renta por un período de cinco años. Además, se permite la deducción del 100% del IVA pagado en la importación, formación, construcción o adquisición de activos fijos. Esto reduce gradualmente la tarifa de renta presuntiva, lo que brinda un aliciente adicional para los emprendedores.

Sello "Creado en Colombia": Con la colaboración de Procolombia y la Marca País Colombia, se ha creado el sello "Creado en Colombia". Su objetivo es promover los bienes y servicios culturales y científicos generados en el país, impulsando así las industrias creativas nacionales y dando reconocimiento a la calidad y la originalidad de los productos colombianos.

Programas de Fortalecimiento Empresarial: Se han establecido programas como "Manufactura Inteligente" de iNNpulsa Colombia y MinComercio, que incentivan a las pymes del sector manufacturero a adoptar tecnologías emergentes como big data, impresión 3D, Inteligencia Artificial, Internet de las Cosas, robótica y realidad aumentada. Estos programas ayudan a las empresas a mantenerse a la vanguardia de la innovación.

Fomento de la Formación: Los emprendedores que deseen adquirir conocimientos relacionados con la cultura y la creatividad contarán con el respaldo económico del Gobierno. El Estado tiene previsto aumentar las becas y los créditos disponibles para fomentar la formación en estas disciplinas, lo que permitirá a los emprendedores adquirir habilidades y conocimientos vitales para el éxito en las industrias creativas.

Estas medidas están diseñadas para impulsar el crecimiento de estas industrias y para convertir a Colombia en un centro de innovación y creatividad en América Latina. La economía naranja tiene el potencial de ser una alternativa sólida a los ingresos petroleros, destacando así la importancia de apoyar a los emprendedores en su viaje hacia el éxito en este campo en crecimiento.

## **Requisitos mínimos para participar**

- Ser persona jurídica e iniciar el desarrollo de las actividades antes del 31 de diciembre de 2021.
- El objeto social y todas las actividades económicas deben estar enmarcadas dentro del siguiente listado de códigos CIIU: 3210 Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos 5811 Edición de libros. 5820 Edición de programas de informática (software) 5911 Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión 5912 Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión 5913 Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión 5914 Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos 5920 Actividades de grabación de sonido y edición de música 6010 Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora 6020 Actividades de programación y transmisión de televisión...
- 6201 Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas) 6202 Actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas 7110 Actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica 7220 Investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades 7410 Actividades especializadas de diseño 7420 Actividades de fotografía 9001 Creación literaria 9002 Creación musical 9003 Creación teatral 9004 Creación audiovisual 9005 Artes plásticas y visuales 9006 Actividades teatrales 9007 Actividades de espectáculos musicales en vivo 9008 Otras actividades de espectáculos en vivo 9101 Actividades de bibliotecas y archivos 9102 Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos Actividades

referentes al turismo cultural. Actividades relacionadas con deporte, recreación y aprovechamiento del tiempo libre.

- Sus ingresos brutos anuales no pueden ser superiores a 80.000 UVT = \$2.848.560.000(\$35.607 = 1 UVT en 2020). Salvo para el caso de las sociedades cuya actividad económica principal está enmarcada en el código 5911, cuyos ingresos brutos anuales pueden ser superiores a 80.000 UVT.
- Debe generar nuevos empleos relacionados directamente con las industrias de valor agregado tecnológico y actividades creativas. Estos deben tener vocación de permanencia, teniendo en cuenta el monto de ingresos brutos anuales especificado en la Guía. Cabe anotar que para aquellas sociedades cuyo objeto social exclusivo corresponda a actividades enmarcadas dentro de la Clasificación de Actividades Económicas CIIU 5911, deberán acreditar la contratación directa a través de contrato laboral y durante el tiempo que dure la producción, del número de empleados según la tabla de que trata este artículo. Cuando supere el valor de ingresos brutos fiscales de ochenta mil (80.000) unidades de valor tributario (UVT), por cada veinte mil (20.000) unidades de valor tributario (UVT) de ingreso bruto fiscal adicional deberán contratar un (1) empleado adicional.
- En los próximos tres (3) años, deberá realizar una inversión de mínimo 4.400 UVT = \$156.670.800. Esta inversión sólo podrá ser en: la adquisición de propiedad, planta y equipo, la adquisición de intangibles de que trata el numeral 1 del artículo 74 del Estatuto Tributario y las inversiones que se realicen con base en el numeral 3 del artículo 74-1 del Estatuto Tributario, siempre y cuando las inversiones no se lleven a cabo a través de vinculados económicos o partes relacionadas. El valor mínimo de la inversión en propiedad, planta y equipo, activos intangibles y demás inversiones, mencionadas anteriormente, se determinará por el costo fiscal atendiendo lo dispuesto en el Estatuto Tributario.
- Adquisición de propiedad, planta y equipo: Las propiedades, planta y equipos son los activos tangibles que posee una entidad

para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos y se esperan usar durante más de un periodo. Un elemento de propiedades, planta y equipo se reconocerá como activo si, y sólo si sea probable que la entidad obtenga los beneficios económicos futuros derivados del mismo y el costo del activo para la entidad pueda ser valorado con fiabilidad. Algunos ejemplos que comprende este tipo de inversión pueden ser:

- Adquisición de terrenos
- Adquisición de edificios
- Adquisición de maquinaria y equipo
- Adquisición de mobiliario

- Adquisición bienes intangibles (Artículo 74 Numeral 1 del E.T.): Comprende el conjunto de bienes inmateriales, representados en derechos, privilegios o ventajas de competencia que son valiosos porque contribuyen a un aumento en ingresos o utilidades por medio de su empleo en el ente económico; estos derechos se compran o se desarrollan en el curso normal de los negocios. Algunos ejemplos que comprende este tipo de inversión pueden ser:
  - Los derechos sobre patentes
  - Know how (Conocimiento de metodologías de trabajo)
  - Licencias
  - Patentes
  - Marcas
  - Derechos de autor
- Inversiones que se realicen de acuerdo con el numeral 3 del artículo 74-1 del Estatuto Tributario: Se refiere a los gastos de investigación, desarrollo e innovación cuyo costo fiscal está constituido por todas las erogaciones asociadas al proyecto de investigación, desarrollo e innovación, exceptuando las asociadas con la adquisición de edificios y terrenos y gastos de personal. El régimen aquí previsto no será aplicable para aquellos proyectos de investigación, desarrollo e innovación que sean provenientes de vinculados económicos o partes relacionadas (ICETEX, COLCIENCIAS, Fondo Nacional de Financiamiento para la Ciencia, la Tecnología y la Innovación y el Fondo Francisco José de Caldas, entre otros). Algunos ejemplos que comprende este tipo de inversión pueden ser:
  - Activos desarrollados en la elaboración de software para su uso, venta o derechos de

explotación. Es importante tener en cuenta que la inversión y la generación de nuevos empleos, se deberá realizar con posterioridad

- Educación técnica profesional 8541 Artes y patrimonio Educación cultural y creativa Educación tecnológica 8542 Artes y patrimonio Educación cultural y creativa Educación de instituciones universitarias o de escuelas tecnológicas 8543 Artes y patrimonio Educación cultural y creativa Educación de universidades 8544 Artes y patrimonio Educación cultural y creativa Formación académica no formal 8551 Artes y patrimonio Educación cultural y creativa

### **Ley Medellín Distrito Especial de Ciencia Tecnología e Innovacion**

El actual presidente de la República, Gustavo Petro, marcó un hito significativo al sancionar la Ley 2286 de 2023, la cual confiere a Medellín el estatus de Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia. Esta transformación conlleva importantes implicaciones para esta ciudad a la que Yifei Colombia eligió para su radicación.

La nueva legislación dota a la capital de Antioquia de competencias y recursos legales que le permitirán establecer su propio régimen político, administrativo y fiscal. Además, este estatus especial tiene como objetivo aprovechar plenamente las oportunidades que ofrece la Cuarta Revolución Industrial, situando a Medellín en el epicentro de la innovación tecnológica en el país.

Uno de los aspectos más destacados de esta ley es la provisión de beneficios tributarios para las empresas que se establezcan o se muden a Medellín con el propósito de desarrollar proyectos relacionados con el software y la tecnología. Esta iniciativa busca incentivar la inversión empresarial en la región y promover la creación de empleos de alta calidad.

Además, la ley autoriza al Concejo Distrital a establecer la Estampilla Pro-Innovación, una medida que financiará el Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación en la ciudad. Esto representa un paso

significativo hacia la construcción de una base sólida para la investigación y el desarrollo tecnológico.

Medellín ahora tiene la capacidad de definir Zonas de Tratamiento Especial destinadas a impulsar y facilitar actividades relacionadas con Ciencia, Tecnología e Innovación. Esto incluye la revitalización urbana, una mayor accesibilidad, una conectividad mejorada y la promoción de la reindustrialización.

La aprobación de esta ley en 2022 en el Congreso marcó el inicio de un nuevo capítulo en la historia de Medellín como Distrito Especial. Esta normativa también implica un cambio en la jerarquía de las autoridades locales, que pasan de ser municipales a distritales. Además, permitirá la colaboración directa entre el Gobierno Distrital y el Gobierno Nacional, a través de entidades como Innspulsa y los ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, de Comercio, Industria y Turismo, y de Educación. Esta coordinación fortalecerá aún más la posición de Medellín como un centro líder en innovación y desarrollo tecnológico en Colombia.

Como Distrito Especial, Medellín podrá acceder a beneficios en materia tributaria, fiscal y administrativa contemplados en la Ley 1617 de 2013 que enmarca las facultades, instrumentos y recursos de los distritos en el país.

#### **4.5.3. Factor Socio Cultural**

El acceso a la educación en Colombia, y en consecuencia a capacitaciones para el desarrollo de proyectos de negocios como los que provocan los servicios de incubación que Yifei Colombia comercializa, es restrictivo por los altos costos en el país. La Universidad Javeriana menciona:

Según información del Banco Mundial: Colombia invierte aproximadamente 21 dólares por estudiante en educación terciaria. Este dato, comparado con países como Costa Rica y Brasil, que destinan cerca de 37 y 33 dólares por estudiante, respectivamente, evidencia una inversión significativamente más

baja en educación superior en el país. (Citado en Pontificia Universidad Javeriana, 2024, p. 1)

Contar con una carrera, desarrollar un proyecto tecnológico y convertirlo en una startup es una aspiración de muchos sectores, pero ofrecer esa accesibilidad se ha convertido en una política de estado. Por esta razón, se han implementado normas para estimular la industria del conocimiento y se han creado distritos tecnológicos que promueven la tecnología, ciencia e innovación, especialmente entre las nuevas generaciones. Un ejemplo destacado es Medellín, que en enero de 2023 fue oficialmente designada como Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación, dotándola de competencias y recursos legales para establecer su propio régimen político, administrativo y fiscal, y promover su desarrollo integral aprovechando las oportunidades de la Cuarta Revolución Industrial.

La creación de distritos tecnológicos es parte de una estrategia más amplia para fomentar el desarrollo de startups y proyectos tecnológicos en el país. Estos distritos están diseñados para proporcionar acceso a recursos y oportunidades que de otro modo serían inaccesibles. Además de Medellín, Bogotá también avanza en la consolidación de su propio Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación, con el respaldo del Gobierno Nacional y otras entidades, buscando fortalecer el ecosistema de innovación en la capital.

Dado que Yifei Colombia se especializa en la incubación de startups, la falta de acceso equitativo a educación y formación en el país representa un desafío, ya que limita el número de emprendedores con el conocimiento necesario para desarrollar proyectos tecnológicos viables. Sin embargo, la implementación de políticas estatales para reducir esta brecha, como la creación de distritos tecnológicos y el fortalecimiento de la industria del conocimiento, abre nuevas oportunidades para la empresa. Estos avances permitirán un mayor acceso a talento capacitado y a una red de innovación más robusta, facilitando el desarrollo de proyectos de alto impacto que puedan beneficiarse de los servicios de incubación de Yifei Colombia. Además, la consolidación de Medellín y Bogotá como hubs tecnológicos refuerza la presencia

estratégica de la empresa en estas ciudades, brindando un ecosistema más favorable para su crecimiento y expansión

#### **4.5.4. Factor Tecnológico**

Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en su ecosistema de innovación, ciencia y tecnología en los últimos años. Medellín, en particular, ha desarrollado una infraestructura robusta que impulsa el emprendimiento y la tecnología, convirtiéndose en un referente en Latinoamérica. A continuación, se destacan las instituciones y mecanismos más relevantes que han permitido este avance y que representan una ventaja estratégica para YIFEI COLOMBIA en su proceso de radicación.

#### **Instituciones y Programas Clave en el Ecosistema de Innovación de Medellín**

##### **Fomento a la innovación y emprendimiento**

- Ruta N: Entidad sin ánimo de lucro creada por el Municipio de Medellín, cuyo objetivo principal es promover la innovación, el emprendimiento y el desarrollo tecnológico en la ciudad. Proporciona apoyo a startups, organiza eventos y programas de formación, y facilita la colaboración entre empresas, universidades y el gobierno.
- Parque del Emprendimiento: Ubicado dentro de Ruta N, este espacio alberga startups y emprendedores tecnológicos, brindando oficinas, laboratorios y programas de incubación y aceleración.

##### **Desarrollo del talento y educación tecnológica**

- Universidades e Instituciones Educativas: Medellín cuenta con universidades de renombre, como la Universidad de Antioquia, la Universidad EAFIT y la Universidad Nacional de Colombia, las cuales desempeñan un papel fundamental en la generación de conocimiento y la formación de profesionales en ciencia y tecnología.

## **Investigación y desarrollo tecnológico**

- Parques Tecnológicos: Espacios como el Parque Tecnológico de Antioquia proporcionan un entorno propicio para la investigación, el desarrollo y la innovación, reuniendo a empresas, universidades y centros de investigación en un solo lugar.
- Centros de Investigación y Desarrollo: Instituciones como el Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia (CTA) lideran proyectos de investigación aplicada y desarrollo tecnológico, fortaleciendo la vinculación entre la academia y la industria.

## **Clusters tecnológicos y especialización sectorial**

- Cluster TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y Cluster MedTech (Tecnología Médica): Estos clusters fomentan la colaboración y el desarrollo en sectores estratégicos de la industria tecnológica en Medellín.

## **El Valle del Software: Transformación Digital y Economía 4.0**

- Uno de los proyectos más ambiciosos de la ciudad es el Valle del Software, cuyo propósito es transformar la vocación económica del Valle de Aburrá a través de la innovación y la tecnología. Esta iniciativa:
  - Promueve la democratización del conocimiento y la diversificación salarial.
  - Fomenta la conectividad, la infraestructura y el análisis de datos.
  - Desarrolla la apropiación de la economía digital y la Cuarta Revolución Industrial.

Hasta la fecha, se han creado ocho Centros del Valle del Software en diversas comunas y corregimientos de Medellín, con el fin de mejorar la empleabilidad y fortalecer empresas de base tecnológica. Como resultado de estos esfuerzos, la ciudad obtuvo reconocimiento a nivel mundial como la Capital del Valle del Software y estableció un Récord Mundial Guinness en colaboración con Microsoft, al organizar la clase presencial de software más grande del mundo, con la participación de 3,119 estudiantes y profesionales.

### **Impacto en Yifei Colombia**

El ecosistema de innovación en Medellín ofrece a Yifei Colombia una oportunidad estratégica para su crecimiento y consolidación. La presencia de incubadoras, clusters tecnológicos y centros de investigación facilita su vinculación con startups en etapa temprana, promoviendo sinergias clave para su modelo de negocio. Además, el acceso a talento altamente calificado y programas de financiamiento fortalece su sostenibilidad en el mercado.

La consolidación del Valle del Software y la articulación con iniciativas como Ruta N permiten que Yifei Colombia participe activamente en la transformación digital y expanda su impacto a nivel local e internacional.

#### **4.5.5. Factor Ecológico**

El entorno ecológico juega un papel clave en la viabilidad y competitividad de empresas tecnológicas, especialmente en un contexto donde la sostenibilidad se ha convertido en un factor determinante en la atracción de inversiones y en la aceptación de productos y servicios en mercados internacionales.

En el caso de Yifei Colombia, es fundamental comprender cómo las regulaciones ambientales, las tendencias globales de sostenibilidad y los desafíos ecológicos en Colombia y China pueden impactar su modelo de negocio y el desarrollo de startups tecnológicas.

Las regulaciones ambientales están evolucionando rápidamente en todo el mundo, y las empresas tecnológicas deben adaptarse a nuevas normativas para garantizar el cumplimiento de estándares de sostenibilidad.

Colombia: La Ley 1931 de 2018 establece lineamientos para la gestión del cambio climático, lo que podría traducirse en futuras restricciones para empresas que no implementen medidas de eficiencia energética o reducción de carbono. Además, las regulaciones sobre residuos electrónicos (e-waste) están aumentando, lo que afecta a startups que dependen de hardware o desarrollan productos digitales con componentes electrónicos.

Como líder en manufactura tecnológica, China ha endurecido sus normas ambientales en los últimos años, especialmente con su compromiso de alcanzar la neutralidad de carbono para 2060 (Naciones Unidas, 2021). Esto ha impulsado regulaciones más estrictas sobre exportaciones tecnológicas y producción de componentes electrónicos. Empresas que deseen expandirse en el mercado chino deberán considerar certificaciones ambientales y cumplir con regulaciones sobre emisiones de carbono y eficiencia energética.

### **Impacto del cambio climático y crisis energética**

El cambio climático y la crisis energética están afectando el desarrollo de startups tecnológicas y su acceso a recursos clave:

- Eventos climáticos extremos en Colombia: Fenómenos como El Niño y La Niña han causado impactos severos en el suministro energético y de agua, lo que puede aumentar los costos operativos y la inestabilidad para empresas tecnológicas que dependen de infraestructura digital.

### **Oportunidades y riesgos para Yifei Colombia**

La creciente adopción de políticas ambientales tanto en Colombia como en China representa un desafío para startups tecnológicas que no integren estrategias de sostenibilidad en su modelo de negocio. Sin embargo, esto también abre oportunidades en sectores como:

- Eficiencia energética y tecnología verde: Startups que desarrollen soluciones de software o hardware optimizado para el consumo energético podrían recibir incentivos fiscales o acceder a mercados internacionales con mayores oportunidades de inversión.
- Acceso a financiamiento sostenible: En Colombia y a nivel global, hay un aumento en los fondos de inversión destinados a proyectos de tecnología limpia y economía circular, lo que puede beneficiar a startups respaldadas por Yifei Colombia.

En conclusión, la sostenibilidad ya no es solo un aspecto opcional, sino un factor clave para la competitividad de empresas tecnológicas en el entorno global. Yifei Colombia deberá asegurar que las startups que acelera consideren estos factores en sus modelos de negocio para garantizar su viabilidad en un mercado cada vez más regulado y orientado hacia la sostenibilidad.

#### **4.5.6. Factor Legal**

El marco normativo en Colombia y China influye directamente en la viabilidad y expansión de Yifei Colombia. En el ámbito nacional, la Ley 1834 de 2017 fomenta el desarrollo de startups tecnológicas con incentivos fiscales, mientras que la Ley 1581 de 2012 regula la protección de datos, aspecto clave para plataformas digitales.

En China, la Ley de Ciberseguridad de 2017 impone restricciones a la transferencia de datos transfronterizos, obligando a empresas extranjeras a almacenar información en servidores locales. Además, el régimen de inversión extranjera limita la participación en sectores estratégicos, exigiendo en algunos casos la formación de joint ventures con socios chinos. No obstante, iniciativas como 'la Franja y la Ruta' (Lanzada por China en 2013), facilitan la cooperación en innovación y tecnología, abriendo oportunidades para startups con enfoque en inteligencia artificial y desarrollo de software.

Para Yifei Colombia, la estabilidad jurídica en Colombia y los incentivos en ambos países representan ventajas competitivas, aunque el cumplimiento de normativas en transferencia de datos y comercio digital será clave para su expansión internacional.

#### **4.5.7. Análisis de Matriz FODA**

Con el fin de comprender la posición competitiva y desarrollar una estrategia efectiva, aplicaremos también en este plan de negocios para YIFEI COLOMBIA análisis de matriz FODA.

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las

oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas.

### **Componentes del Análisis FODA:**

1. Fortalezas: Se refiere a los aspectos internos de la empresa que son favorables para su desempeño y competitividad. Incluye aspectos como la experiencia y habilidades del personal, la calidad de los productos o servicios, la eficiencia operativa y la posición financiera.
2. Oportunidades: Abarca los aspectos externos que pueden beneficiar a la empresa si se aprovechan adecuadamente. Incluye aspectos como la demanda creciente de productos o servicios, la expansión a nuevos mercados, la colaboración con otras empresas y la adopción de nuevas tecnologías.
3. Debilidades: Se centra en los aspectos internos de la empresa que pueden obstaculizar su desempeño y competitividad. Incluye aspectos como la falta de experiencia y habilidades del personal, la ineficiencia operativa, la falta de recursos financieros y la mala calidad de los productos o servicios.
4. Amenazas: Se refiere a los aspectos externos que pueden afectar negativamente a la empresa si no se mitigan adecuadamente. Incluye aspectos como la intensa competencia, la disminución de la demanda de productos o servicios, los cambios en la legislación y la regulación, y la inestabilidad económica.

De acuerdo con lo propuesto por David F. (1997) hemos desarrollado también para YIFEI COLOMBIA una matriz MAFE la que despliega cuatro estrategias posibles dentro del Matriz FODA.

- Estrategia DA (Mini-Mini): El objetivo es minimizar tanto las debilidades como las amenazas. Una organización que enfrenta

solo amenazas externas y debilidades internas puede encontrarse en una situación precaria. Es fundamental evitar esta posición.

- Estrategia DO (Mini-Max): Busca minimizar las debilidades y maximizar las oportunidades. Una empresa puede identificar oportunidades en el entorno externo, pero tener debilidades organizacionales que le impidan aprovecharlas.
- Estrategia FA (Maxi-Mini): Se centra en las fortalezas de la compañía para enfrentar las amenazas del contexto externo. El objetivo es maximizar las fortalezas y minimizar las amenazas. Las instituciones fuertes deben usar sus fortalezas con cuidado y discreción.
- Estrategia FO (Maxi-Maxi): El objetivo es maximizar tanto las fortalezas como las oportunidades. Las empresas que logran esta situación pueden aprovechar sus fortalezas para capitalizar las oportunidades del mercado para sus productos y servicios.

**Tabla 2***Matriz FODA para Yifei Colombia.*

<b>MATRIZ FODA YIFEI COLOMBIA</b>	<u>Fortalezas:</u> F1. Sistema de enseñanza virtual probado en otro mercado; F2. Única con orientación al mercado asiático; F3. Precios competitivos.	<u>Debilidades:</u> D1. Empresa nueva y sin la confianza de trayectoria; D2. Mercado no familiar D3. Lejanía de la dirección D4. El servicio se presta casi bajo modalidad virtual, y en menor escasa presencialidad.
<u>Oportunidades:</u> O1. Todavía no se dio el boom de startups (mercado en alza). O2. Fuertes incentivos por parte del gobierno. O3. Nicho de mercado desatendido. O4. Enseñanza online en auge	<u>Estrategia FO</u> O3F2: Apuntar principalmente al nicho de startups orientadas al mercado chino que busquen buenos precios y capacitaciones O1: Asentarse en el mercado antes del estallido O4F1: Aprovechar la mayor confianza por parte del cliente en los métodos de enseñanza virtuales ya probados. O2: Recurrir a las herramientas del gobierno de Medellín para insertarse y generar conocimiento de marca.	<u>Estrategia DO</u> D1O3: Apalancarse del nicho desatendido para justificar la formación y aparición de la nueva empresa.

<u>Amenazas:</u>	<u>Estrategia FA</u>	<u>Estrategia DA</u>
<p>A1. Grandes incubadoras y plataformas de educación internacionales de renombre asentadas hace años.</p> <p>A2. Nueva pandemia</p> <p>A3. Mucha oferta para startups de base tecnológica</p>	<p>A2F1: Brindar enseñanza virtual para incentivar el crecimiento a pesar de la pandemia y continuar con la protección de la comunidad</p> <p>A1F3: Ofrecer el diferencial del mercado masivo chino a diferencia del europeo (las grandes aceleradoras son en su mayoría europeas o estadounidenses)</p>	<p>A3: utilizar la VC para diferenciarse de la competencia con los precios y como único con oferta orientada al mercado chino</p> <p>A2D4: por el momento la virtualidad es una ventaja y opción más segura.</p>

**Tabla 3**

*Factores Críticos de éxito.*

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	
CSF#	PERSPECTIVA DE CLIENTE
CLI 01	Incremento del número de startups que accedan a programas de financiación, subsidios gubernamentales o vinculación con inversionistas chinos.
CLI02	Aumento del <i>market share</i> de startups del sector tecnológico y de innovación que recurren a nuestros servicios para acceder al mercado chino.
CLI03	Acuerdo contractual de alianza estratégica con agencias más pequeñas o con empresas similares que potencien la oferta de servicios.
#	PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS
PRO01	Consolidación de vínculos con asesores calificados que abarquen la amplia gama de necesidades de los potenciales clientes. (Hi tech, Bio Tech, Agro Tech, Energy Tech, Ed Tech).

PRO02	Establecimiento de procesos de monitoreo y acompañamiento a las startups incubadas, después de su ingreso al mercado chino.
#	<b>PERSPECTIVA DE CAPITAL HUMANO</b>
HUM01	Fortalecimiento de los contactos financieros y de inversión de Yifei Colombia en China.
HUM 02	Robustecimiento del desarrollo profesional del staff de Yifei Colombia, principalmente en el bilingüismo, la formación cultural y la familiarización con las regulaciones chinas.
HUM 03	Documentación formal de los procesos, a partir de la aspiración de obtener certificaciones de calidad.
#	<b>PERSPECTIVA DE FINANZAS</b>
FIN01	Implementar políticas de control de costos efectivas para optimizar los gastos operativos y garantizar la eficiencia en la gestión financiera.
FIN 02	Aumento gradual de los costos por prestación de servicios, conforme se alcancen las metas de cobertura a mediano y largo plazo.
FIN 03	Goce de exenciones y beneficios fiscales otorgados por el gobierno chino para empresas de desarrollo tecnológico e innovación.

**Tabla 4**

*Estrategias posibles dentro de la matriz FODA.*

ESTRATEGIAS FODA	
	ESTRATEGIAS PARA CLIENTES
O1	Posicionarnos en el mercado colombiano, desde la integración del precio de los servicios y del talento calificado, ADS y DATA SCIENCE.
FO2	Ampliar la captura de la demanda de clientes del ámbito tecnológico y de innovación con necesidad de incorporarse al mercado Chino.
A2	Realizar alianzas estratégicas con empresas posicionadas en el mercado, mediante la oferta de servicios académicos exclusivos de YIFEI COLOMBIA
DO1	Explorar y captar en una segunda etapa clientes en el mercado de Centroamérica, Suramérica y el Caribe.

<b>ESTRATEGIAS PARA PROCESOS INTERNOS</b>	
O1	Posicionarnos en el mercado colombiano, desde el óptimo aprovechamiento de , ADS y DATA SCIENCE.
A1	Irrumpir en el mercado de manera competitiva digitalizando los procesos mediante uso de RCM integrado a procesos de captación, seguimiento de Leads y atención de clientes con LCM.
<b>ESTRATEGIAS PARA CAPITAL HUMANO</b>	
O1	Posicionarnos en el mercado colombiano, desde la integración de talento calificado, y utilización de tecnología y procesos de metodologías ágiles.
A1	Irrumpir en el mercado de manera competitiva, orientando la unidad de negocio al conocimiento de los servicios prestados y motivaciones económicas por objetivos cumplidos.
A3	Proteger el conocimiento, a partir de una regulación de los procesos internos, que impidan fugas de información crítica.
<b>ESTRATEGIAS PARA FINANZAS</b>	
O2	Lograr un equilibrio financiero que respalde el crecimiento sostenible.
FA2	Controlar que los estados proyectados estén equilibrados y relacionados correctamente.
FA4	Mantener la estructura de costos bajos.

## **V. Modelo de producción de servicios**

### **5.1 Descripción de Servicios**

YIFEI COLOMBIA inicia sus actividades comerciales en Colombia, América Latina y el Caribe, enfocándose en vincular startups tradicionales, de tecnología intermedia y de alta tecnología con el mercado de la Gran Bahía China. Para ello, la empresa ofrecerá una amplia gama de servicios diseñados para facilitar la expansión y la entrada exitosa de estas empresas en el mercado chino. Los servicios de incubación que se ofrecen son los siguientes:

- Capacitaciones online digitales y de habilidades blandas (pre incubaciones).
- Se ofrecen programas de capacitación online y formación adaptados a las necesidades de las startups, para desarrollar talentos personales y de equipos.
- Incubación de empresas colombianas de base tecnológica

Los servicios de incubación ofrecen horas de consultorías para el desarrollo óptimo de un plan de negocios que será útil para su ejecución en el mercado doméstico y que además tendrá una orientación para su desarrollo en el mercado de la Gran Bahía China, el servicio incluye:

- Asesoría Estratégica: La empresa incubadora brinda asesoría estratégica a las startups para ayudarles a comprender las oportunidades y desafíos del mercado chino. Esto puede incluir análisis de mercado, evaluación de la competencia, identificación de nichos de mercado y desarrollo de estrategias de entrada.
- Asesoría Legal: Se ofrecen servicios legales que abarcan desde la estructuración de la empresa para la expansión internacional hasta la protección de la propiedad intelectual y la gestión de contratos comerciales en China. Esto asegura que las startups cumplan con las regulaciones locales y protejan sus derechos legales.
- Asesoría Comercial: Se ayuda a las startups a establecer relaciones comerciales sólidas en la Gran Bahía China. Esto puede incluir la identificación de socios comerciales, distribuidores

o inversores potenciales, así como la planificación de estrategias de marketing y ventas específicas para el mercado chino.

- Evaluación de Viabilidad: Se realiza un análisis de viabilidad detallado para determinar si la startup es adecuada para el mercado chino y, en caso afirmativo, cómo adaptar su modelo de negocio y productos/servicios para satisfacer las demandas del mercado.
- Acompañamiento en la Negociación de Contratos: Se ayuda en la negociación y ejecución de contratos comerciales con socios chinos, lo que puede incluir acuerdos de distribución, joint ventures, acuerdos de licencia y otros contratos relevantes.
- Acompañamiento en la Ejecución de Contratos: Se proporciona apoyo continuo para garantizar que los contratos firmados se ejecuten de manera efectiva, lo que puede incluir la gestión de relaciones con socios chinos y la resolución de posibles disputas.

A esta oferta de servicios se complementarán en otra etapa los que a continuación nombramos, pero que no forman parte del presente plan de negocios.

- Acceso a Financiamiento: Se ayuda a las startups a identificar fuentes de financiamiento, en China, incluyendo inversores locales, programas de subvenciones y fondos de capital de riesgo.
- Conexiones de Networking: Se facilita la creación de redes de contactos con actores clave en la Gran Bahía China, como gobiernos locales, inversores, aceleradoras, universidades y otras empresas. Estas conexiones pueden ser vitales para el éxito en el mercado chino.
- Representación comercial en China, servicio que incluye:
  - Landing de startups colombianas en China.
  - Representación legal.
  - Monitoreo y Evaluación Continua: Se realiza un seguimiento constante del progreso de las startups en el mercado chino, brindando retroalimentación y ajustando estrategias según sea necesario.

Estos servicios se ofrecerán de manera personalizada y adaptada a las necesidades específicas de cada startup, con el objetivo de maximizar sus posibilidades de éxito en el mercado de la Gran Bahía China. La empresa incubadora actúa como un socio estratégico a lo largo de todo el proceso de expansión, desde la etapa inicial de exploración hasta la consolidación en el mercado chino.

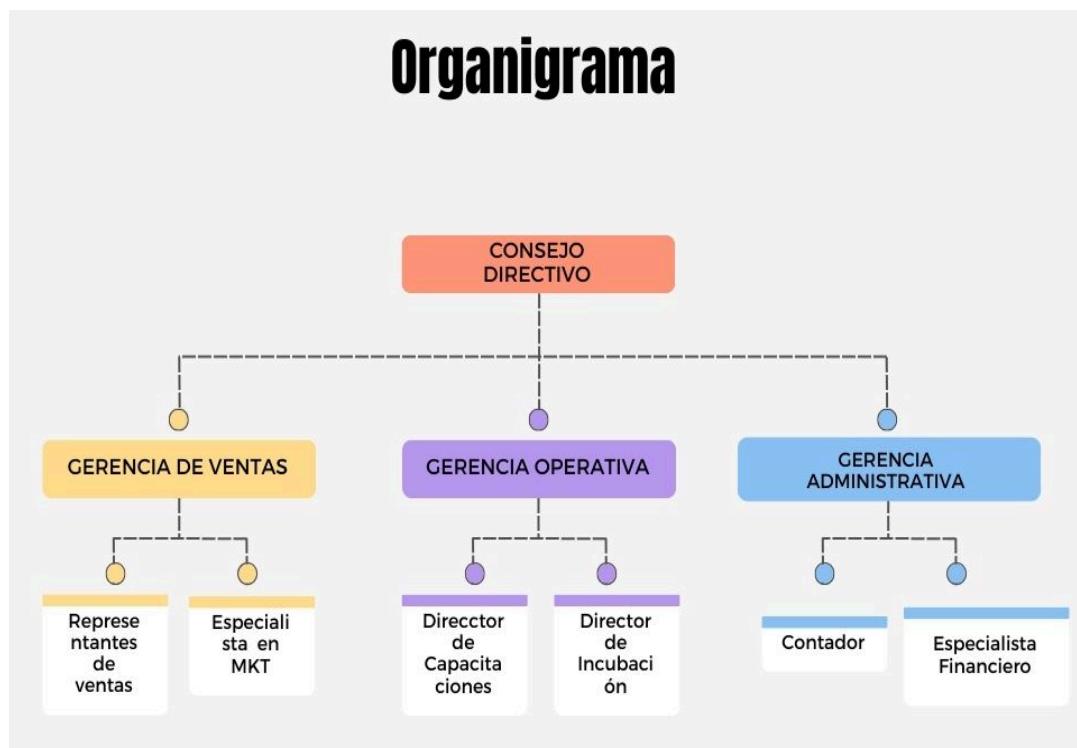
## 5.2. Selección y Optimización en Inversión

En esta sección realizaremos una descripción de la organización de la empresa y se procurará entender la dinámica de la planificación financiera a largo plazo para poder identificar el valor y riesgo de la inversión requerida.

### 5.2.1. Organigrama de YIFEI COLOMBIA

Figura 11

*Organigrama de la estructura organizacional de YIFEI COLOMBIA*



### Funciones

**Gerente operativo:** Diseñar, implementar y supervisar los programas de capacitaciones ofrecidos y los referidos al apoyo a las startups que

buscan desarrollarse en Colombia y luego expandirse en el mercado chino. Esto incluye la planificación estratégica de los programas, la asignación de recursos, la definición de objetivos y métricas de éxito, y la gestión de plazos. Facilitar y mantener relaciones estratégicas con socios y organizaciones tanto en Colombia como en China, como colaboraciones con inversores, agencias gubernamentales, instituciones académicas, aceleradoras locales, cámaras de comercio y otras entidades que puedan apoyar la entrada de las startups al mercado chino. Gestionar y supervisar los equipos de cada departamento, asegurando que estén alineados con la misión y los objetivos de la organización. También se encarga de administrar los recursos necesarios para el funcionamiento de la incubadora, incluyendo presupuesto, personal y otros activos. Esta área tendrá inicialmente la responsabilidad de la gestión de recursos humanos de la empresa.

Estas funciones son fundamentales para el éxito de una plataforma de capacitaciones y una incubadora que ayuda su constitución, desarrollo en el mercado doméstico y luego conecta startups colombianas con el mercado chino, ya que la entrada en un mercado extranjero como China implica desafíos únicos y requiere una gestión estratégica eficaz.

Dependen de esta área el director de capacitaciones, quien será el responsable operativo de la plataforma de capacitaciones online y/o capacitaciones presenciales o mixtas que se programen, curado de cursos y coordinación con profesores y alumnos en su relacionamiento con el servicio que la empresa ofrece. También es parte de esta gerencia el director de incubación, quien tendrá la responsabilidad de seleccionar y contratar servicios de consultores que asesoren a los emprendedores o startups en el proceso de incubación que la empresa ofrece. Además, este director deberá evaluar y supervisar los proyectos seleccionados para incubación y su progreso como clientes.

**Gerencia Administrativa:** Esta gerencia tiene la responsabilidad de planificar y coordinar procedimientos y sistemas administrativos, así como optimizar procesos. Contratar y formar personal, y asignar responsabilidades.

Evaluar el rendimiento de la plantilla y ofrecer asesoramiento y orientación para garantizar la máxima eficiencia.

Esta gerencia, además, está a cargo de la gestión financiera de la empresa, lo que incluye la supervisión de presupuestos, la contabilidad, la elaboración de informes financieros y la planificación de recursos para respaldar las operaciones. También es responsable de buscar y asegurar fuentes de financiamiento, tales como inversiones, subsidios gubernamentales o colaboraciones estratégicas.

Dependen de esta gerencia los especialistas contables y financieros, quienes se encargan operativamente de las tareas contables y financieras de YIFEI COLOMBIA.

Dependen de esta gerencia los especialistas contables y financieros que atienden las gestiones contables y financieras de YIFEI COLOMBIA, ambos encargados operativos de las responsabilidades de esta área de la empresa.

**Gerencia de Ventas:** Esta gerencia desarrolla estrategias de marketing y ventas para promover los programas y servicios de capacitaciones e incubación. Esto incluye la identificación de oportunidades de mercado, la creación de materiales de marketing, la participación en eventos de networking y la generación de leads. También es responsable de capacitar a los vendedores, orientar y supervisar la gestión de los ejecutivos de ventas, la difusión y promoción de los servicios de la empresa, verificar los progresos de las campañas de difusión y evaluar su nivel de éxito en diferentes escenarios digitales de divulgación, como redes sociales, eventos, ferias y conferencias. Igualmente, acompaña directamente los procesos de vinculación comercial de los nuevos clientes.

Dentro de esta gerencia se encuentra el responsable de marketing, quien tendrá como funciones optimizar el posicionamiento del sitio web de la empresa, especialmente la plataforma educativa, desarrollar contenidos para redes e internet, gestionar su calendarización y pautas, y programar la participación en eventos relacionados con educación e incubación, o afines que se realicen anualmente en Colombia.

Por su parte, los representantes de ventas serán los encargados de gestionar el cierre de ventas de los leads generados mediante pautas que ingresen al CRM y de los obtenidos a través de eventos. Además, serán responsables de retener a los clientes actuales, ofreciéndoles nuevos servicios de la empresa.

### **5.2.2. Estructura del sector en que opera la compañía**

YIFEI forma parte de la estructura comercial que dio inicio en 2018, legalizando su reconocimiento legal en China, e iniciará operaciones en el 2024 en Colombia desde la ciudad de Medellín, haciéndose reconocer por las principales autoridades gubernamentales de innovación y tecnología local, antes de iniciar operaciones de promoción con sus potenciales clientes.

**Tabla 5**

*Cartera de Servicios de YIFEI Colombia.*

Cartera de Servicios				
Capacitación online de habilidades digitales y blandas	Incubación	Aceleración (En segunda etapa, no objeto de este plan de negocios)	Rondas de Negocios (En segunda etapa, no objeto de este plan de negocios)	Landing en la Gran Bahía China (En segunda etapa, no objeto de este plan de negocios)
		Procesos de capitalización (En segunda etapa, no objeto de este plan de negocios)	Representación comercial (En segunda etapa, no objeto de este plan de negocios)	

### 5.2.3 Proceso del servicio de capacitaciones.

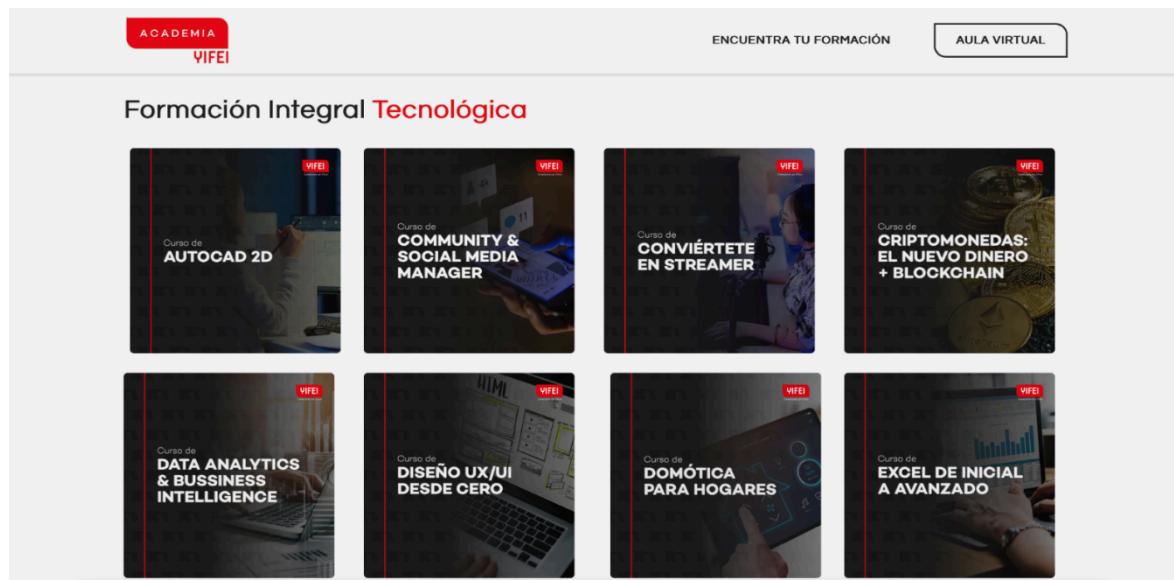
Las capacitaciones de habilidades digitales y blandas las realizará a partir de un portal web educativo, a continuación, se describen las características:

- Contará con cursos de habilidades digitales y blandas pregrabados.
- Los alumnos contarán con un usuario y contraseña que los habilitará para el cursado de la capacitación que hayan elegido y pagado previamente.
- El portal educativo es asincrónico lo que permite que el alumno pueda tomar el cursado en el día y hora que entienda conveniente.
- Los exámenes serán automáticos, y una vez superados los cursos, se ofrecerá el certificado online de manera inmediata.

Acompañamos ilustración del portal con capturas de pantalla de los cursos disponibles en el portal al momento del lanzamiento:

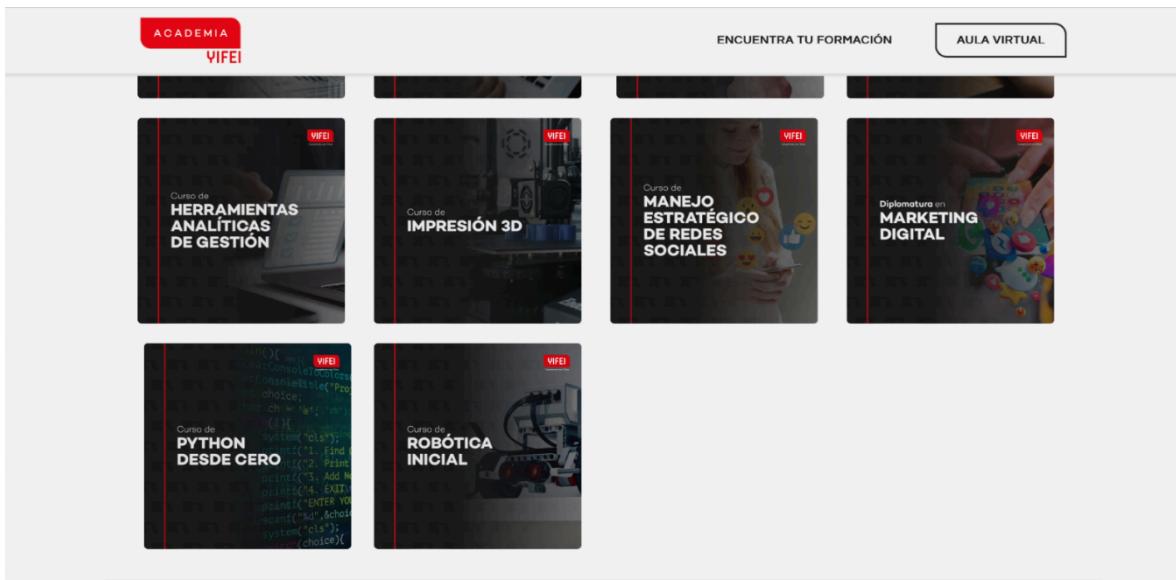
**Figura 12**

*Vista de los cursos tecnológicos disponibles en la plataforma virtual de Academia YIFEI (Parte 1).*



**Figura 13**

*Vista de los cursos tecnológicos disponibles en la plataforma virtual de Academia YIFEI (Parte 2).*



**Figura 14**

*Vista de los cursos tecnológicos disponibles en la plataforma virtual de Academia YIFEI (Parte 3).*



#### 5.2.4. Proceso del servicio de Incubación.

**Figura 15**

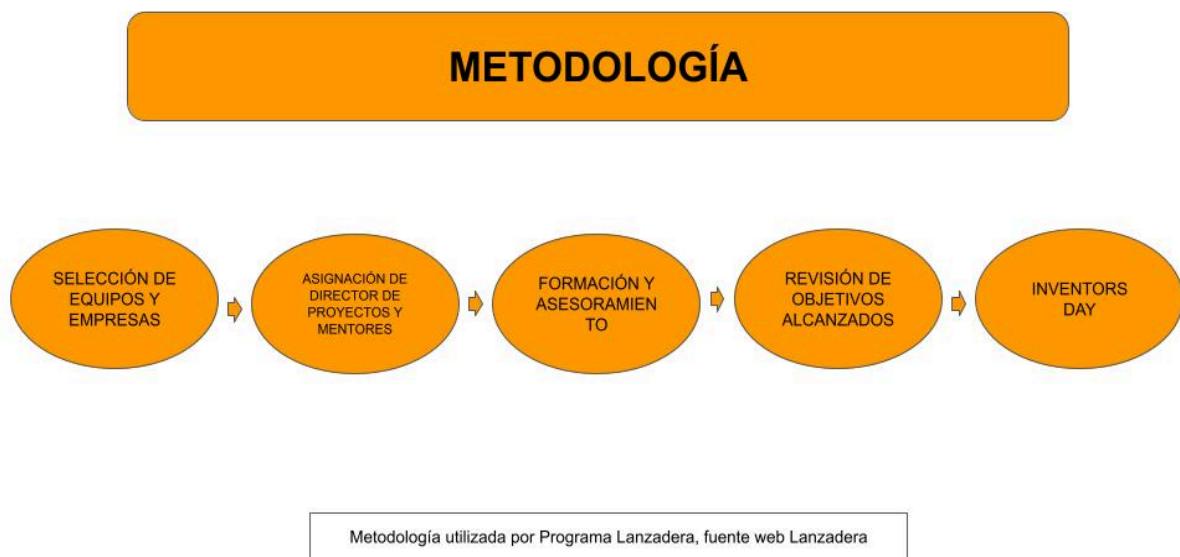
*Proceso de incubación de nuevas empresas y servicios ofrecidos por YIFEI Colombia.*



#### Metodología para el servicio de incubación.

**Figura 16**

*Metodología para el servicio de incubación.*



### **5.3. Selección de Inversiones.**

#### **5.3.1. Descripción y análisis de la inversión seleccionada.**

Debido a la necesidad de medir la eficiencia en la gestión de ventas y en los procesos de atención de los servicios de YIFEI COLOMBIA, se ha decidido invertir en licencias de uso para softwares de gestión de clientes (CRM) y sistemas de gestión de aprendizaje (LMS) para los servicios de capacitación e incubación. Estas herramientas permitirán:

- Agilidad en las gestiones de leads o clientes, y en la de prestaciones relacionadas a los servicios que se comercializan.
- Eficiencia en los procesos y mitigación de errores.
- Mejor rendimiento en los trabajos involucrados en estos procesos.
- Capacidad de expansión y menores gastos al considerar que el costo de la contratación de varias personas sería ampliamente superior al pago mensual de las licencias.

Esta decisión de inversión específica toma como referente los siguientes antecedentes informadas sintéticamente en el presente documento:

**Tabla 6**

*Mercados de operación*

Mercados de Operación		
Variables	Tipo de Mercado	Justificación
Según el Producto	Mercado de Servicios	<b>Comercialización de servicios</b> 1. Capacitaciones online digitales y de habilidades blandas (pre-incubaciones). 2. Incubación de empresas colombianas de base tecnológica. 3. Aceleración de empresas colombianas de base tecnológica. 4. Rondas de negocios y networking. 5. Generación de leads.

		<p>6. Representación comercial.</p> <p>7. Landing de startups colombianas en China.</p> <p>Los servicios del punto 3 a 7 estarán presente en la segunda etapa del proyecto, por lo que no es objeto de este plan de negocios</p>
<b>Según los clientes</b>	<b>Mercado de industria de base tecnológica / gobiernos</b>	<p>Los servicios se ofrecen a empresas y startups de la ciudad de Colombia que requieren:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Acceso al mercado de innovación de la Gran Bahía en China.</li> <li>2. Ampliación de su base de clientes a nivel mundial.</li> <li>3. Procesos de incubación o aceleración.</li> <li>4. Facilidad en los procesos de exportación.</li> <li>5. Reducción de barreras culturales y lingüísticas.</li> <li>6. Conexión con gobiernos o aliados comerciales en Asia.</li> <li>7. Acceso a información y análisis de mercado.</li> <li>8. Reducción de costos y tiempos en los trámites del comercio internacional.</li> </ol>
<b>Según la Competencia</b>	<b>Mercado de competencia perfecta</b>	<p>En este tipo de mercado, existen compradores y vendedores, y ninguno tiene suficiente poder para influir en el precio del producto o servicio. Los productos ofrecidos por todas las empresas son heterogéneos y hay libre entrada y salida de empresas en el mercado. Los competidores en este mercado son considerados "tomadores de precio", lo que significa que aceptan el precio determinado por el mercado y no les cuesta diferenciar su</p>

		producto para obtener una ventaja competitiva.
<b>Según área geográfica</b>	<b>Mercado Nacional colombiano e Internacional</b>	Las empresas del sector tecnológico de Colombia establecerán alianzas comerciales y de inversión con actores relacionados al mercado de la innovación de China. Dichas empresas colombianas podrán exportar sus productos o servicios a China u otros mercados y establecerán operaciones de capitalización o comerciales directas en el extranjero y podrán también asentarse en La Gran Bahía China. Para ello, se adaptarán a las regulaciones y culturas ajenas, lo que puede requerir una estrategia de negocio global.
<b>PREFACTIBILIDAD</b>		<b>OBSERVACIONES PARA YIFEI COLOMBIA</b>
<b>Estudio de Mercado</b>	<p>Se realizó un estudio de mercado para identificar y cuantificar la demanda de los servicios ofrecidos por YIFEI COLOMBIA.</p> <p>También se realizó el análisis del sector de innovación en la Gran Bahía de China, sus atractivos y los beneficios que gozarían empresas de desarrollo tecnológico colombiano, así como las condiciones gubernamentales y sus intereses de expansión a mercados latinoamericanos.</p> <p>De la misma manera, se analizó un estudio en base a fuentes secundarias sobre la realidad del desarrollo tecnológico en Colombia, particularmente en sus grandes centros urbanos, sus necesidades y limitaciones.</p> <p>Además, llevamos a cabo estudios cuantitativos (relevamiento primario) sobre las demandas de las startups de base tecnológica de Colombia y su interés</p>	

	en relacionarse comercialmente con China.
<b>Estudio financiero</b>	Desde administración y finanzas se analizaron las opciones de inversión, a partir del análisis de mercado, la estimación de ingresos, la estimación de costos, el plan de inversiones, la evaluación de rentabilidad y la evaluación de fuentes de financiamiento.
<b>Estudio Tecnológico</b>	Se consultaron a expertos en el área de IT, en cuanto a equipamiento y licencias de softwares entendidas como probablemente necesarias. Con base en este análisis, se elaboró un listado de opciones y se establecieron las prioridades para su posterior gestión por parte del departamento de compras.
<b>Estudio Administrativo</b>	El departamento de compras estudió la factibilidad de llevar adelante el proceso, para adelantar la gestión de la logística de los equipos y adquisición de softwares.
<b>Estudio de Impacto Ambiental</b>	Yifei Colombia se adhirió al Pacto Ambiental de la Alcaldía del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, por lo que se introdujo como variable adicional a ser desarrollado desde el sistema de gestión ambiental, mitigando los impactos ambientales de su actividad.
<b>Estudio de proveedores de los suministros y servicios</b>	Se realiza una verificación del listado de proveedores autorizados y evaluados en colaboración con el departamento de compras. Posteriormente, se lleva a cabo una comparación de precios basada en la especificación detallada de los productos y servicios requeridos. Además, se consideran los requerimientos financieros previamente analizados

	para asegurar la viabilidad económica de las opciones seleccionadas.
<b>Aspectos legales</b>	Desde su Consejo Directivo, Yifei Colombia verifica el cumplimiento de todos los requisitos legales que se deben cumplir en Colombia, y se responde a ellos con los más altos estándares de calidad, para tal objeto cuenta con el soporte de un reconocido bufete de asesoría legal y contable.

### **5.3.2 Aplicación del sistema coso 2017 a la inversión elegida.**

El sistema COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) se enfoca en identificar, evaluar y gestionar los riesgos que pueden afectar los objetivos de una organización; la aplicación de esta herramienta es muy valiosa para las empresas que requiere hacer una inversión como en el caso de YIFEI COLOMBIA para el uso de softwares considerados necesarios para sus operaciones.

#### Componentes del Sistema COSO

- 1.Entorno de Control: Se refiere a la cultura y el ambiente de control dentro de la organización, incluyendo la integridad, los valores éticos y la competencia de los empleados.
- 2.Evaluación de Riesgos: Implica identificar y analizar los riesgos que pueden afectar los objetivos de la organización, considerando la probabilidad y el impacto de cada riesgo.
- 3.Actividades de Control: Son las políticas y procedimientos implementados para mitigar los riesgos identificados, incluyendo la autorización, la verificación y la conciliación.
- 4.Información y Comunicación: Se enfoca en la captura, procesamiento y comunicación de la información relevante para la toma de decisiones y la gestión de riesgos.
- 5.Monitoreo: Implica la supervisión y evaluación continua del sistema de control interno y la gestión de riesgos para asegurarse de que sea efectivo y eficiente.

Esta análisis de riesgo según COSO nos ofrece varios beneficios tales como:

- Identificar y evaluar los riesgos que pueden afectar los objetivos de nuestra empresa.
- Desarrollar estrategias para mitigar los riesgos y aprovechar las oportunidades.
- Mejorar la toma de decisiones empresariales y la gestión de riesgos.
- Fortalecer el sistema de control interno y la cultura de control.

### Análisis del riesgo de la inversión propuesta.

A los efectos de evaluar el riesgo de la inversión requerida para la óptima operación de nuestra empresa que requiere adquirir softwares de CRM y LNS se aplicará esta herramienta que nos permitirá un análisis de riesgos y de esa manera evaluar la probabilidad y la gravedad del riesgo durante el proceso de planificación del proyecto.

**Figura 17 Matriz de riesgo.**



**Figura 18** Criterios de evaluación de impacto y probabilidad de ocurrencia de eventos.

**CRITERIOS**

Impacto / Gravedad de las consecuencias		
Muy Alto	Afecta la permanencia en el mercado	4
Alto	Afecta a la participación en el mercado	3
Medio	Afecta a los costos (Producción/Distribución/Financieros)	2
Bajo	Afecta a todos los competidores por igual	1

Probabilidad de Ocurrencia		
Muy Alto	Es altamente posible que ocurre, arriba del 75 % de posibilidad	4
Alto	Es muy posible que ocurra, entre 51 % y 75 % de posibilidad	3
Medio	Tiene una posibilidad del 50 % de ocurrencia	2
Bajo	Menos del 50 % de posibilidad de ocurrencia	1

**Figura 19**

Niveles de significación del riesgo según impacto y probabilidad

**Significación de riesgo: ( $I \times P = S$ )**

BAJO	No sería necesario desarrollar estrategias asociadas
MEDIO	La organización analiza la pertinencia de generar estrategias que involucren estas variables.
ALTO	Es necesario generar estrategias asociadas a estas variables identificadas.
MUY ALTO	Es esencial desarrollar estrategias asociadas a estas variables.

VARIABLE	ARGUMEN TOS	CÓ	IM	PRO	SIG	GESTIÓN DEL RIESGO	
		DI	P	BAB	NIFI		
FINA NCIE RA	Tasa de inflación	Inflación interanual proyectada para Colombia: 12,3%	F1	2	2	4	Mitigado por el comportamiento macroeconómico del país, y el contrato del acuerdo de la inversión que está acordado en pesos.
	Tipo de Cambio	En el primer trimestre la moneda doméstica se depreció frente al dólar, pero en las últimas semanas recuperó su valuación en igual proporción.	F2	2	2	4	
		Financiaci	El contrato	F3	2	1	2

VARIABLE		ARGUMEN TOS	CÓ DI G O	IM P A C T O	PRO BAB ILID AD DE OCU RRE NCI A	SIG NIFI CAN CIA DEL RIES GO	GESTIÓN DEL RIESGO
	ón	de uso de softwares está acordado mediante un canon mensual por uso y cotizado en pesos.					
COPE RATIV A	Inadecuada o funcionamiento	Fallas del sistema	O1	4	2	8	Mitigado porque previo a la contratación las herramientas fueron objeto de periodo de prueba y ofrecieron un comportamiento excelente.
	Deficiente soporte	Deficiente y atemporal	O2	3	2	6	Mitigado por el contrato que ofrece

VARIABLE	ARGUMENTOS	SIG NIFI CAN CIA DEL RIES GO						GESTIÓN DEL RIESGO
		CÓ DI G O	IM P A C T O	BAB ILID AD DE OCU RRE NCI	PRO ILID AD DE OCU RRE NCI			
Uso interno	técnico por parte del proveedor	servicio de mantenimiento y soporte técnico						garantías de soporte y mantenimiento
		Incorrecto uso de los softwares por parte de operarios propios	03	4	2	8	Mitigado por capacitaciones contantes en el buen uso de la actual versión, al igual que de las actualizaciones cuya ocurrencia esta contemplada en el contrato de contratación de los softwares	
	Uso clientes	Mala experiencia de uso por parte de	04	4	1	4	Mitigado porque las herramientas ya funcionan en el mercado con	

VARIABLE	ARGUMEN TOS	CÓ DI G O	IM P A C T O	PRO BAB ILID AD DE OCU RRE NCI A	SIG NIFI CAN CIA DEL RIES GO	GESTIÓN DEL RIESGO
	clientes usuarios					aceptación en la experiencia UX y sin mayores complicaciones al momento

**Figura 20**

Matriz de evaluación de riesgos según impacto y probabilidad de ocurrencia.



### Conclusiones del análisis de riesgo

Podemos determinar cómo conclusión que el objetivo de la inversión propuesta y analizada es concordante con el de la empresa y le permitirá tanto su recupero, como la maximización de ganancias.

Tras un análisis de contexto general de la instalación de YIFEI COLOMBIA, se trabajó sobre un proyecto de inversión real dentro de la empresa, y se realizó un análisis de los riesgos financieros y operativos asociados a dicha inversión.

Además, se pudo identificar la inversión en uno de los principios del sistema COSO 2017 y el valor que representan en la provisión de información online a través de herramientas digitales tales como el CRM y LMS para el apoyo de la toma de decisiones en el área financiera de la empresa.

Además, se implementó la matriz de riesgo para evaluarlos, considerarlos y medirlos en impacto probables.

Cabe considerar que para YIFEI COLOMBIA la gestión inteligente, ágil y económica de la información (en la mayoría de los casos con el apoyo de las nuevas tecnologías) es un patrón que hace a la esencia de la empresa.

#### **5.4. Plan de marketing**

Plan de Marketing: es una herramienta estratégica y clave para la procura del éxito de la empresa.

Para José María Vicuña Ancin “el Plan de Márketing es un documento en el que de una forma sistemática y estructurada, y previos los correspondientes análisis y estudios, se definen los objetivos a conseguir en un periodo de tiempo determinado, así como se detallan los programas y medios de acción que son precisos para alcanzar los objetivos enunciados en el plazo previsto.

En el plan de marketing de YIFEI COLOMBIA estableceremos los objetivos, estrategias y tácticas de marketing de una empresa para un período determinado. Es una herramienta fundamental para cualquier organización que busque aumentar su visibilidad, mejorar su posición en el mercado y alcanzar sus objetivos comerciales y considerando la competencia en nuestro mercado objetivo, y su impacto variables tan importantes como en el pricing es fundamental un óptimo desarrollo.

## **Componentes de un Plan de Marketing**

2. Objetivos de Marketing: Son los objetivos específicos que la empresa busca alcanzar a través de sus esfuerzos de marketing, como aumentar la conciencia de la marca, generar leads o incrementar las ventas, para lograr el monitoreo y evaluación de las evoluciones se dispondrán métricas.

3. Estrategia de Marketing: Se refiere a la forma en que la empresa planea alcanzar sus objetivos de marketing, incluyendo la selección de los canales de marketing, la creación de contenido y la gestión de la relación con los clientes.

4. Plan de acción: Son las acciones específicas que la empresa llevará a cabo para implementar su estrategia de marketing, como la publicidad, el marketing de contenidos, el email marketing y las redes sociales.

5. Presupuesto y Recursos: Se refiere a la asignación de recursos financieros y humanos necesarios para implementar el plan de marketing.

### **Un plan de marketing ofrece varios beneficios tales como:**

- Establecer objetivos claros y alcanzables para el marketing.
- Desarrollar estrategias y tácticas efectivas para alcanzar los objetivos.
- Asignar recursos de manera eficiente y efectiva.
- Mejorar la coordinación y la colaboración entre los departamentos.
- Aumentar la visibilidad y la posición de la empresa en el mercado.

### **❖ Resumen Ejecutivo**

En esta sección, se resumen los aspectos clave del plan de marketing, incluyendo los objetivos, estrategias y las métricas de éxito.

Objetivo: Lograr conocimiento de marca a través de un rápido y óptimo posicionamiento destacando nuestra propuesta de valor y la competitividad en precios.

**Estrategia Clave:** Utilizar estrategias de marketing digital, tanto con pauta orientada al branding como a capturas de lead de calidad para lograr conversiones efectivas, y por otro lado acciones de relaciones públicas para promover los servicios de la empresa, así como establecer conexiones con actores clave en China y América Latina.

#### **Métricas de Éxito:**

- Cantidad de alumnos por quarters que cursen en la plataforma digital.
- Cantidad de emprendedores o startups incubadas.
- Cantidad de convenios firmados con actores académicos, sociales y políticos que apalanquen el rápido posicionamiento de la empresa en Colombia.

#### **❖ Objetivos de Marketing**

Aumentar el número de capacitaciones personales, de emprendedores o startups asistidas con el servicio de incubación en un 5% por trimestre.

Lograr un reconocimiento de la empresa en el mercado colombiano con un aumento del 20% en el conocimiento de la marca durante el primer año.

#### **❖ Estrategia de Marketing**

##### **Marketing Digital**

- Desarrollar un sitio web atractivo y optimizado para SEO que muestre los servicios y casos de éxito.
- Crear contenido de alta calidad, como blogs, videos y publicaciones en redes sociales, que resalte los atributos de la propuesta especialmente su precio y las oportunidades en el mercado chino.
- Pautar en medios digitales focalizando en el público de interés, especialmente en las ciudades de Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cali, que fueron identificadas en el estudio de mercado como las de mayor demanda.

##### **Relaciones Públicas**

- Establecer alianzas estratégicas con instituciones y empresas en China y América Latina para fortalecer la red de contactos.

- Organizar seminarios web y eventos en línea para compartir conocimientos sobre la entrada al mercado chino.
- Participar en eventos y ferias relacionadas a la formación de nuevos negocios.
- Colaborar con medios de comunicación y líderes de opinión en la industria para ganar visibilidad.

### **Estrategia de Contenido**

- Crear una serie de casos de éxito y testimonios de startups que han tenido éxito en el mercado chino.
- Publicar artículos y estudios de mercado para demostrar experiencia en el área.

### **❖ Plan de Acción**

Esta sección detalla las acciones específicas a tomar para implementar la estrategia de marketing.

- Crear un sitio web atractivo y optimizado en el primer trimestre.
- Publicar al menos dos blogs por mes y mantener una presencia activa en redes sociales durante todo el año.
- Pautar en redes sociales e internet con ofertas atractivas y agresivas.
- Organizar al menos dos eventos en línea en el primer semestre.
- Establecer alianzas estratégicas durante todo el año.

Se realizarán evaluaciones periódicas para ajustar la estrategia según sea necesario y alcanzar los objetivos establecidos.

## **5.5. Sistema y Plan de Ventas**

### **Resumen Ejecutivo**

En esta sección, se resumen los aspectos clave del plan de ventas, incluyendo los objetivos de ventas, estrategias y métricas de éxito.

### **Objetivo de Ventas:**

Iniciar la actividad de capacitaciones virtuales en habilidades digitales y blandas con 100 clientes en el primer trimestre y servicio de incubación de YIFEI COLOMBIA con 10 emprendedores o startups.

A partir del segundo quarter, incrementar el número de clientes en los dos servicios en un 5% por trimestre de manera sostenida durante tres años consecutivos.

**Estrategias Clave:** Los objetivos del plan de ventas se prevén lograr apoyados por el plan de marketing descrito anteriormente, con precios muy competitivos y enmarcados en un esquema de costos ajustados y variables, ya que los vendedores podrán comisionar por las conversiones exitosas de los leads que se generen.

**Métricas de Éxito:** Se construirán indicadores en base a las siguientes variables:

- Cantidad de alumnos por quarters que cursen en la plataforma digital.
- Cantidad de emprendedores o startups incubadas.
- Ingresos por servicios.
- Tasa de conversión.
- Tiempo de ciclo de ventas.
- Satisfacción del cliente.

## 5.4 Sistema y Plan de Ventas

### Investigación de mercado

Se cuenta con un estudio de mercado propio, que permite identificar el perfil del público objetivo a partir del cual se diseña el plan de ventas.

### Perfil de cliente ideal

Se identifica un perfil de cliente ideal para cada servicio, siendo el de capacitaciones personas menores de 45 años que residen en las principales ciudades de Colombia, que no han podido capacitarse en instituciones académicas tradicionales y que buscan soluciones en la materia de corta duración; Sin restricción para sus ingresos, accesible en el costo y de salida laboral hacia empresas tecnológicas.

En el servicio de incubación se identifica un perfil de emprendedores o startups de base tecnológica que no tienen desarrollado un plan de negocio profesional, y si lo disponen solo lo

tienen desarrollado para el mercado doméstico. Además, son propensos a buscar oportunidades en China.

### **Plan de Marketing digital**

#### **Desarrollo de un Equipo de Ventas:**

- Se contratará y capacitará a un equipo de ventas.
- Los vendedores deberán atender los leads que ingresen al RCM (cada vendedor dispondrá de un perfil propio en la herramienta) producto de las pautas digitales y/o vender nuevos servicios a los que ya compraron algunos de los ofrecidos por la empresa.
- Al contar cada vendedor con un perfil propio dentro del RCM, se les realizará un seguimiento de su rendimiento.

#### **Relaciones con Socios Estratégicos:**

- Se fortalecerán las relaciones con socios estratégicos, como instituciones gubernamentales, organizaciones académicas y cámaras de comercio.
- Se identificarán oportunidades de colaboración conjunta con socios estratégicos para generar referencias y recomendaciones.

#### **Marketing y Promoción:**

- Se hará uso de estrategias de marketing digital y presencia en ferias y eventos relevantes para aumentar la visibilidad de la empresa y atraer a posibles clientes.
- Se desarrollarán materiales de marketing efectivos, como estudios de caso y testimonios de clientes satisfechos.

#### **Generación de leads:**

Este proceso se desarrollará concordante con el plan de marketing descrito anteriormente cuya estrategia se basa en el marketing digital y las relaciones públicas.

#### **Proceso de ventas:**

El proceso de ventas comenzará con la generación de leads, ya sea a través de acciones de marketing digital o mediante actividades de relaciones públicas, como la participación en eventos, conferencias o ferias.

En todos los casos, el vendedor registrará el lead en el RCM, teniendo en cuenta su perfil. Esto permitirá personalizar la propuesta de servicio, ya sea de capacitación, incubación o ambas. Una vez contratados y pagados, los servicios comenzarán a prestarse.

### **Retención de clientes**

Los vendedores podrán consultar en el RCM el estado de los clientes y el tiempo restante para culminar el servicio contratado. Esto permitirá identificar nuevas oportunidades para ofrecerles servicios adicionales, como un nuevo curso de capacitación o un avance en su proceso de incubación.

### **Métricas y seguimiento**

El software de gestión referido permitirá aplicar métricas tales como la tasa de conversión de leads, el valor del ciclo de vida del cliente (CLV) y la retención de clientes, parámetro que a la vez nos permitirán realizar ajustes de la estrategia de ventas en función de los datos recopilados y el rendimiento de las ventas.

## **5.6. Fijación de precios**

En referencia a la fijación de precios Alejandro Bernhardt y Alejandro Ferrar plantean: "... En realidad, la fijación de precios –salvo en casos extremos- se realiza aplicando lo que llamamos el método del valor percibido. Para abordar este método es necesario considerar que la diferenciación entre satisfactores será la herramienta para establecer los diferentes precios que cobrarán los protagonistas de un sector, diferenciación que dependerá de los atributos funcionales, de la marca (atributos emocionales y simbólicos) y de la relación (fidelización) que se establezca entre proveedores y clientes. La construcción de la diferenciación se inicia desde “como somos”, donde se destaca nuestra productividad, basada en las habilidades distintivas) y desemboca en “cómo nos ven”, donde se destaca el posicionamiento, basado en las ventajas competitivas). Productividad (habilidades distintivas).

Los clientes nos asignan la posición relativa de los valores percibidos, tal como se los incluye en el cuadro del enunciado del ejercicio 6, y de ahí

se deduce si estamos “autorizados” a cobrar un precio mayor que los demás o si estamos obligados a cobrar un precio menor que los demás (y en qué proporción), en función de cómo se percibe el valor ofrecido por cada protagonista”.

#### **5.6.1 Cálculo de los Precios de Servicios de capacitaciones online de habilidades digitales y blandas**

Para el desarrollo de la matriz atributos-satisfactor, se utilizaron los datos recopilados en el estudio de mercado cuantitativo realizado en 2023. Este estudio abarcó la población de interés en las principales ciudades de Colombia, como Bogotá, Barranquilla, Medellín y Cali. A partir de este análisis, se identificaron el conocimiento y la percepción sobre los precios ofrecidos por las empresas competidoras, tanto en la vertical de capacitaciones online de habilidades digitales y blandas como en la de servicios de incubación.

Las empresas seleccionadas son:

- A. SENA.
- B. Platzi.
- C. Yifei Colombia.**
- D. Digital House.

Los satisfactores que se escogieron para el análisis son:

1. **Propuesta de valor única:** La plataforma educativa debe ofrecer una propuesta de valor diferenciada que responda a las necesidades y expectativas específicas de los clientes. Esto implica brindar capacitaciones alineadas con las demandas actuales del mercado y diseñadas para proporcionar una base sólida que permita impulsar el desarrollo de proyectos de base tecnológica.
2. **Conocimiento y experiencia local:** La plataforma educativa debe demostrar un profundo conocimiento del mercado colombiano y su potencialidad de relación con China, incluyendo la cultura de negocios, las regulaciones, las tendencias del consumidor y la dinámica competitiva.

3. **Competitividad en precios:** La plataforma educativa debe ofrecer la mejor relación de precios calidad y adaptación a las capacidades financieras de los clientes.
4. **Variedad de cursos:** La plataforma educativa debe ser capaz de demostrar de manera clara y cuantificable el valor que aporta a las startups incubadas. Esto podría incluir el seguimiento y la medición de los logros, la facilitación de acceso a inversores o socios locales, el aumento de la rentabilidad o el crecimiento de los ingresos de las startups, entre otros indicadores de éxito.

**Tabla 7**

***Esquema de Fijación de precio basado en el valor percibido***

Cálculo de los Precios de Servicios de Capacitaciones Online

<b>ATRIBUTO</b>	<b>PODERACIÓ N</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>				<b>TOTALE S</b>
		<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	
Propuesta de valor única	0,25	20	5	30	25	100
Conocimiento y experiencia local	0,25	30	30	15	25	100
Flexibilidad en la estructura de precios	0,2	35	20	30	15	100
Resultados medibles y valor demostrable	0,3	15	20	30	35	100
<b>TOTALES</b>	<b>1,00</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>105</b>	<b>100</b>	<b>400</b>
<b>CONCEPTO</b>	<b>PUNTUACIÓN PONDERADA</b>					<b>MEDIA</b>
	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>TOT AL</b>	
Propuesta de valor única	5	6,25	7,5	6,25	25	6,25
Conocimiento y experiencia local	7,5	7,5	3,75	6,25	25	6,25
Flexibilidad en la estructura de precios	7	4	6	3	20	5

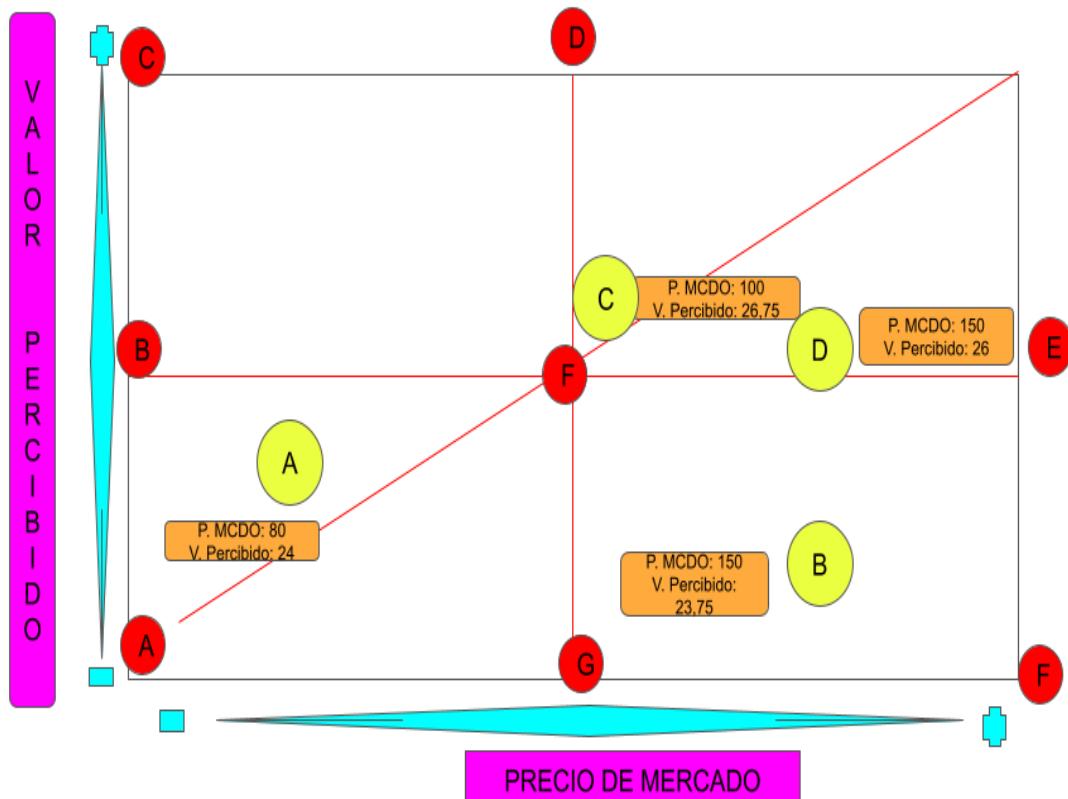
Resultados medibles y valor demostrable	4,5	6	9	10,5	30	7,5
<b>VALOR PERCIBIDO ABSOLUTO</b>	24	23,7 5	26,25	26	100	25,00
<b>VALOR PERCIBIDO RELATIVO</b>	0,96	0,95	1,05	1,04	4,0	1
<b>PRECIO DE MERCADO</b>	80	150	100	150	480	120
<b>MAX PRECIO POSIBLE</b>	115	114	126	125	480	120
<b>ECUACIÓN DE VALOR</b>	1,44	0,76	1,26	0,83	4	1

Acceso a hojas de cálculo: [Sicchar \(2024\) Cálculos precios YIFEI COLOMBIA](#)

Con la información obtenida el reloj estratégico queda de la siguiente manera:

**Figura 21**

*Análisis de valor percibido y precio de mercado de productos.*



**Acceso a hojas de cálculo: [Sicchar \(2024\) Cálculos precios YIFEI COLOMBIA](#)**

Aunque el precio del SENA (A), un organismo estatal de Colombia con precios subsidiados es menor, su valor percibido no resulta favorable. Está ubicado en la categoría de baja diferenciación, lo que refleja un menor valor percibido.

El precio YIFEI COLOMBIA (C) está ajustado a un valor equilibrado de mercado y está posicionado en el área de diferenciación por lo alto.

Digital House (D) es el competidor que más cerca se encuentra a YIFEI COLOMBIA, porque está bien posicionado en el conocimiento por sus años de experiencia, justificando un precio más elevado.

Por último, Platzi (B) está en un estadío de disminución de valor percibido y de aumento de precios.

**Recomendaciones:** Sostener este precio de equilibrio, y hacer ofertas limitadas y temporales, destacando los atributos que los diferencia con sus competidores.

Hojas de cálculo de determinación de precios en base al valor percibido de los servicios de capacitaciones e incubación: [Sicchar \(2024\)](#)  
Cálculos precios YIFEI COLOMBIA

### **5.6.2 Cálculo de los Precios en base al valor percibido de Servicios de incubación**

Las empresas seleccionadas son:

- A. Wayra Colombia
- B. Rockstar
- C. Yifei Colombia**
- D. HubBog

Los factores que se escogieron para el análisis son:

1. **Propuesta de valor única:** La incubadora debe ofrecer una propuesta de valor única que resuene con las necesidades y deseos específicos de las startups que desean expandirse en el mercado chino. Esto podría incluir servicios personalizados, acceso a redes de contactos locales, asesoramiento especializado y otros recursos que ayuden a las startups a tener éxito en China.
2. **Conocimiento y experiencia local:** La incubadora debe demostrar un profundo conocimiento del mercado chino, incluyendo la cultura de negocios, las regulaciones, las tendencias del consumidor y la dinámica competitiva. Este conocimiento y experiencia local son invaluables para las startups que buscan entrar en un mercado tan complejo como el chino.
3. **Flexibilidad en la estructura de precios:** La incubadora debe ser flexible en la estructura de precios para adaptarse a las necesidades y capacidades financieras de las startups

incubadas. Esto podría incluir opciones de precios escalonados, tarifas basadas en el rendimiento o acuerdos de participación en los éxitos.

- 4. Resultados medibles y valor demostrable:** La incubadora debe ser capaz de demostrar de manera clara y cuantificable el valor que aporta a las startups incubadas. Esto podría incluir el seguimiento y la medición de los logros, la facilitación de acceso a inversores o socios locales, el aumento de la rentabilidad o el crecimiento de los ingresos de las startups, entre otros indicadores de éxito.

**Nota aclaratoria:** YIFEI COLOMBIA se incorporará al mercado como la única incubadora especializada en vincular startups con el mercado chino. La gran mayoría de las incubadoras que operan en el país, se especializan en la vinculación con mercados norteamericanos o europeos. Nuestra empresa ofrece como propuesta de valor diferenciada la vinculación con el mercado de la Gran Bahía China.

**Tabla 8**

*Esquema de Fijación de precio basado en el valor percibido de servicios de incubación*

ATRIBUTO	PONDERACIÓN	PUNTUACIÓN				TOTAL
		A	B	C	D	
SATISFACTORES						
Propuesta de valor única	0,25	20	25	30	25	100
Conocimiento y experiencia local	0,25	25	25	25	25	100
Flexibilidad en la estructura de precios	0,2	25	30	35	10	100
Resultados medibles y valor demostrable	0,3	20	25	20	35	100
<b>TOTALES</b>	<b>1,00</b>	<b>90</b>	<b>105</b>	<b>110</b>	<b>95</b>	<b>400</b>
<hr/>						
CONCEPTO	PUNTUACIÓN PONDERADA					MEDIA
	A	B	C	D	TOTAL	
Propuesta de valor única	5	6,25	7,5	6,25	25	6,25

Conocimiento y experiencia local	6,25	6,25	6,25	6,25	25	6,25
Flexibilidad en la estructura de precios	5	6	7	2	20	5
Resultados medibles y valor demostrable	6	7,5	6	10,5	30	7,5
<b>VALOR PERCIBIDO ABSOLUTO</b>	<b>22,25</b>	<b>26</b>	<b>26,75</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>25,00</b>
<b>VALOR PERCIBIDO RELATIVO</b>	0,89	1,04	1,07	1,00	4,0	1
<b>PRECIO DE MERCADO</b>	2900	3200	2600	3300	12000	3000
<b>MAX PRECIO POSIBLE</b>	2670	3120	3210	3000	12000	3000
<b>ECUACIÓN DE VALOR</b>	0,92	0,98	1,23	0,91	4	1

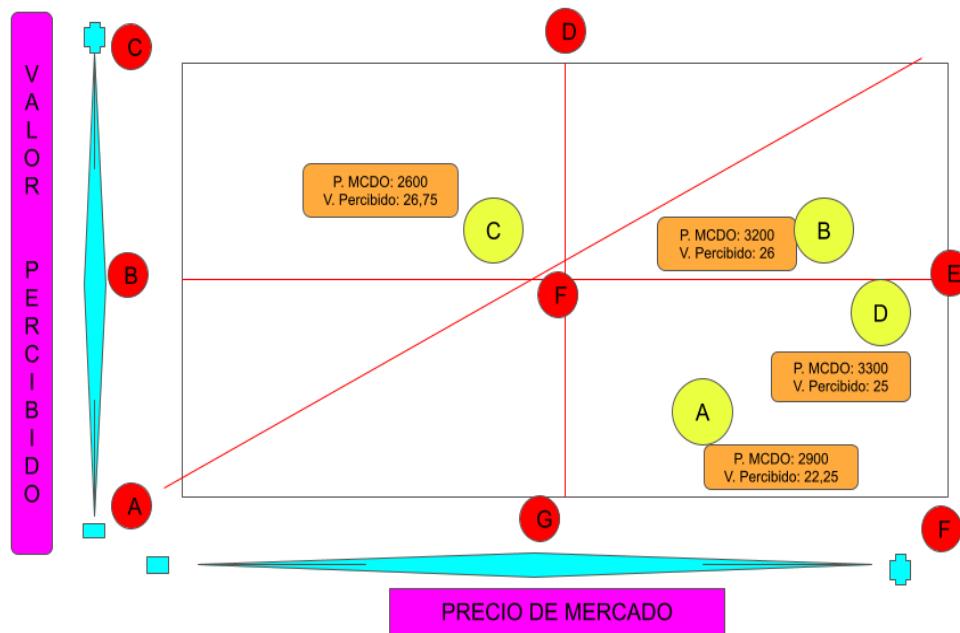
Acceso a hojas de cálculo: [Sicchar \(2024\) Cálculos precios](#)

[YIFEI COLOMBIA](#)

Con la información obtenida el reloj estratégico queda de la siguiente manera:

**Figura 22**

*Relación entre valor percibido y precio de mercado de productos evaluados.*



**Acceso a hojas de cálculo: Sicchar (2024) Cálculos precios**

#### **YIFEI COLOMBIA**

El precio de YIFEI COLOMBIA (C) se posiciona dentro de la zona de progreso natural, con una inclinación hacia la ruptura estratégica. Mantener su precio de mercado actual y mejorar el valor percibido mediante un posicionamiento sólido de su servicio de incubación podría situarla estratégicamente en la ruptura de los precios dominantes en el mercado.

Por su parte, Rockstar (B), con el ingreso de YIFEI COLOMBIA y su precio competitivo, se encuentra en una posición incómoda, ya que, aunque tiene un buen valor percibido, su precio resulta elevado. Lo mismo sucede con HubBog (D) y Wayra Colombia (A), cuyos precios de mercado son demasiado altos en comparación con la propuesta diferenciada de YIFEI COLOMBIA, especialmente en términos de costos para clientes que buscan servicios de incubación en el país.

**Recomendaciones:** Mantener el precio del servicio durante los primeros dos quarters y fortalecer el conocimiento de marca a través de su propuesta de valor diferenciada permitirá a YIFEI COLOMBIA ampliar su cuota de mercado, logrando así alcanzar e incluso superar los objetivos establecidos.

### **5.7. Plan financiero.**

El desarrollo de un plan financiero nos permitirá establecer los objetivos financieros de YIFEI COLOMBIA, a partir de la descripción de sus estrategias y acciones necesarias para alcanzarlos.

1. Análisis de la situación financiera de partida: Evaluación de la situación financiera actual, incluyendo ingresos, gastos, activos y pasivos.
2. Objetivos financieros: Establecimiento de objetivos financieros específicos, medibles y alcanzables, como aumentar la rentabilidad o reducir la deuda.
3. Estrategias financieras: Desarrollo de estrategias para alcanzar los objetivos financieros, como la gestión de costos, la inversión y la financiación.
4. Presupuesto y proyecciones financieras: Creación de un presupuesto y proyecciones financieras para guiar la toma de decisiones y evaluar el desempeño.

#### **Beneficios**

- Establece objetivos financieros claros y alcanzables.
- Desarrolla estrategias efectivas para alcanzar los objetivos financieros.
- Mejora la gestión de recursos financieros.
- Reduce el riesgo financiero.
- Aumenta la rentabilidad y la sostenibilidad financiera.

El plan financiero de YIFEI COLOMBIA S.A.S. establece una visión clara de los objetivos económicos de la empresa, organizados estratégicamente por trimestres, dado que este intervalo de tiempo se

considera el más adecuado para evaluar y ajustar las actividades propias del negocio de manera eficiente.

### **5.7.1 Objetivos Financieros**

Los objetivos financieros de la empresa, que se listan a continuación, procuran ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y estar limitados en el tiempo (siglas en inglés: SMART).

- Aumento de los Ingresos por Servicios:

Objetivo SMART: Incrementar los ingresos provenientes de ambos servicios en un 20% durante el próximo año fiscal, tomando como referencia los resultados del año anterior.

Razón: Este objetivo es clave para garantizar la sostenibilidad financiera de la empresa y respaldar su expansión en el mercado, fortaleciendo su posición competitiva y aprovechando las oportunidades de crecimiento.

- Mejora de la Rentabilidad:

Objetivo SMART: Incrementar el margen de beneficio para alcanzar una renta anual del 40% al finalizar el primer año de operaciones, mediante una gestión eficiente de costos y un crecimiento sostenido en las ventas.

Razón: Optimizar la rentabilidad garantiza que la empresa logre generar beneficios significativos en proporción a los costos e ingresos, asegurando así su sostenibilidad y capacidad para reinvertir en el negocio.

- Diversificación de Fuentes de Ingresos:

Objetivo SMART: Ampliar la cartera de servicios para que al menos el 10% de los ingresos provenga de nuevos servicios durante el próximo año fiscal, priorizando el lanzamiento del servicio de aceleración como la principal nueva oferta de YIFEI COLOMBIA.

Razón: Diversificar las fuentes de ingresos disminuye la dependencia de un único servicio o mercado, fortaleciendo la estabilidad financiera de la empresa y aumentando su capacidad para adaptarse a cambios en el entorno competitivo.

- Control de Costos:

Objetivo SMART: Sostener los costos operativos durante el próximo año fiscal a través de la optimización de procesos y la gestión eficiente de recursos.

Razón: La gestión de costos eficiente contribuye a una mayor rentabilidad.

- Crecimiento del Valor de la Empresa:

Objetivo SMART: Aumentar el valor de la empresa en un 15% durante el próximo año fiscal, basado en una valoración financiera independiente.

Razón: Aumentar el valor de la empresa es importante para atraer inversionistas y socios estratégicos.

- Eficiencia en el Ciclo de Cobro:

Objetivo SMART: optimizar el tiempo promedio de cobro de facturas mediante el cobro anticipado y digital.

Razón: Una gestión eficiente del flujo de efectivo es esencial para la salud financiera de la empresa.

### **5.7.2. Cálculos del modelo financiero.**

En este punto, aplicaremos los conceptos previamente desarrollados en un componente clave de cualquier Plan de Negocios: el plan financiero. Esto nos permitirá evaluar diferentes escenarios y determinar cuál es el más adecuado para maximizar la rentabilidad del negocio que estamos planteando desde Yifei Colombia inicialmente con dos productos. Para el desarrollo de esta sección tomaremos como referencia lo planteado por Roque Spidalieri en el libro 'Planificación y Control de Gestión'.

Para iniciar los cálculos partimos de supuestos tales como:

- La tasa de inflación proyectada para Colombia durante el 2024 se estima en 7,16% con tendencia a la baja.
- Está expresado en dólares americanos debido que será esta la moneda de inversión que se utilizará, de todas maneras, los valores se pueden calcular en moneda doméstica debido a que el peso colombiano (COP) se mantiene estable en lo que va del 2024, por ello es por lo que se toma el cálculo proyectado de 3,889 cops por dólar estadounidense.

- PEI modelo actual toma al 5% como valor de crecimiento a partir del tercer trimestre, considerando que los primeros dos serán de organización y posicionamiento de los servicios en el mercado, aunque se pretende que a partir del segundo trimestre comiencen las ventas.
  - Los precios que se consideran para los servicios de capacitaciones y de incubación son los reflejos de los resultados de los cálculos realizados previamente.

El presente modelo está calculado en trimestres (Quarters)

**Figura 23**

## *Proyección trimestral de ingresos, costos y resultados financieros.*

Analisis por Cuarters (Trimestres)		Q1	Q2	Q3	Q4													
Inflación local		0.0%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	
Tasa de Impuestos		IMP A LA RENTA	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	
QUARTER		POR Q	3		5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	
Moneda		USD																
Tipo de cambio USD COP (PESOS COLOMBIANOS)		3.889																
INGRESOS BRUTOS																		
Ingresos por capacidades online		16900	USD 56,80	USD 544,000,00	USD 544,000,33	USD 531,384,33	USD 544,000,62	USD 558,674,42	USD 562,868,61	USD 566,993,70	USD 571,693,80	USD 576,604,17	USD 581,791,51	USD 587,308,11	USD 594,958,30	USD 601,564,54	USD 608,154,54	USD 615,230,43
Ingresos por servicios de incubación		27100	USD 56,90	USD 62,590,00	USD 62,590,00	USD 64,150,00	USD 64,240,00	USD 610,865,43	USD 617,566,78	USD 614,547,44	USD 612,651,01	USD 511,555,48	USD 516,257,48	USD 519,877,41	USD 516,154,54	USD 511,290,43		
Mensual																		
a) Ventas capacitaciones online		100		100	105	110	116	122	128	134	141	148	155	163	170	178	184	
i) Ventas servicios de incubación		10		10	11	11	12	12	13	13	14	15	16	16	16	16	16	
Precio capacitaciones online		USD \$150,00		150	153	155	158	161	164	167	170	173	176	179				
Precio servicios de incubación		USD \$2,750,00		2.750	2.799	2.846	2.869	2.950	3.002	3.056	3.109	3.164	3.220	3.277				
Ingresos por venta		USD 50,00	USD 127,500,00	USD 126,244,00	USD 145,688,92	USD 155,074,14	USD 166,244,19	USD 177,646,00	USD 189,829,00	USD 202,849,00	USD 216,761,80	USD 231,828,42	USD 247,514,46	USD 1,997,382				
Pérdidas y ganancias																		
) Ingresos		USD	0	127.500	136.245	145.589	155.574	166.244	177.646	189.830	202.849	216.762	231.828	247.515	1.997.382			
) Gastos Operativos		USD	0	10.200	10.900	11.647	12.446	13.300	14.212	15.186	16.228	17.341	18.530	19.801	19.791			
) Comisiones plataforma de cobranzas		USD	0	10.200	872	932	996	1.064	1.137	6.402	6.772	6.167	6.590	6.293	9.295			
) Certificación Universidad		USD	0	6.226	6.856	9.463	16.112	16.806	15.547	12.539	13.185	14.690	15.656	16.688	12.830			
) Costos		USD	0	52.695	54.401	56.607	58.721	60.947	63.295	65.771	68.384	71.143	74.057	77.136	70.357			
) Nómics		USD	0	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	
) Directores		USD	2.501	2.545	2.590	2.636	2.682	2.730	2.778	2.827	2.877	2.928	2.979	3.029				
) Especialistas (Contador, Financiero, MKT)		USD	1.500	1.527	1.554	1.581	1.609	1.638	1.668	1.696	1.726	1.757	1.788	1.804				
) Comisiones por servicios de incubación		USD	1.300	1.323	1.346	1.370	1.395	1.419	1.444	1.470	1.496	1.522	1.549	1.568				
) Vendedores		USD	2.000	2.035	2.071	2.108	2.145	2.183	2.222	2.261	2.301	2.342	2.384	24.046				
) OTROS		USD	54	55	56	56	57	57	58	59	40	40	41	-41	0			
) Gastos generales de oficina y vitacostos		USD	0	3.924	3.900	4.064	4.136	4.209	4.284	4.359	4.437	4.515	4.595	4.676	47.192			
) Cargos sociales		USD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
) Impuestos		USD	0	15.141	21.356	23.429	26.655	28.045	30.600	31.898	34.748	37.807	41.088	28.534	310.309			
) Honorarios fiscales		USD	0	29.976	30.861	43.311	47.745	52.083	56.846	59.235	64.532	70.214	76.292	59.002				
) Mkt y Publicidad		USD	6.375	6.812	7.279	7.779	8.312	8.891	9.491	10.142	10.838	11.581	12.376	130.817				
) EBIT Resultado Operativo		USD	0	46.117	61.016	66.939	73.300	80.127	87.455	91.131	99.280	108.021	117.396	111.527	912.310			
) Impuestos		USD	0	15.141	21.356	23.429	26.655	28.045	30.600	31.898	34.748	37.807	41.088	28.534	310.309			
) FLUJO DE FONDOS LIBRES (FCFF)		USD	0	29.976	30.861	43.311	47.745	52.083	56.846	59.235	64.532	70.214	76.292	59.002				
Marge Bruto			77.5%	84.9%	84.9%	84.9%	84.9%	84.9%	84.9%	84.9%	84.9%	84.9%	84.9%	84.9%	84.9%	84.9%	84.9%	
Marge Neto		%	23.5%	29.5%	29.5%	29.5%	30.6%	31.3%	32.0%	31.2%	31.8%	32.4%	32.9%	31.4%	31.4%	31.4%	31.4%	

**Figura 24**  
*Sueldos de nómina.*

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
			Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>MONEDA</b>	USD													
<b>SUPUESTOS</b>														
Tipo de cambio	USDARS		3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889	3.889
Tasa de Inflación		%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
Payroll Spread		%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%
Payroll Increase		%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%
Annual Increase		%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b> SALARIOS</b>	USD/Hc		0	0	2.501	2.501	2.501	2.501	2.501	2.501	2.501	2.501	2.501	2.501
Gerentes	USD/Hc		0	0	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Directores	USD/Hc		0	0	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300
Especialistas (Contable, Financiero, MKT)	USD/Hc		0	0	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Consultores por servicios de incubación	USD/Hc		0	0	-34	-34	-34	-34	-34	-34	-34	-34	-34	-34
Vendedores	USD/Hc		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Socio	USD/Hc		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>SEGURIDAD SOCIAL</b>	x		0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
Gerentes	x		0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
Directores	x		0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
Especialistas (Contable, Financiero, MKT)	x		0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
Consultores por servicios de incubación	x		0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
Vendedores	x		0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
Socio	x		0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
<b>COSTO MENSUAL</b>	USD/Hc		0	0	2.951	2.951	2.951	2.951	2.951	2.951	2.951	2.951	2.951	2.951
Gerentes	USD/Hc		0	0	1.770	1.770	1.770	1.770	1.770	1.770	1.770	1.770	1.770	1.770
Directores	USD/Hc		0	0	1.534	1.534	1.534	1.534	1.534	1.534	1.534	1.534	1.534	1.534
Especialistas (Contable, Financiero, MKT)	USD/Hc		0	0	2.360	2.360	2.360	2.360	2.360	2.360	2.360	2.360	2.360	2.360
Consultores por servicios de incubación	USD/Hc		0	0	-41	-41	-41	-41	-41	-41	-41	-41	-41	-41
Vendedores	USD/Hc		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Socio	USD/Hc		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

**Figura 25**  
*Gastos administrativos.*

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
			Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>SUPUESTOS</b>														
Tasa de Inflación	%		0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
Diferencial de sueldos de nomina	%		4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%
Aumento de nomina	%		4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%
Incremento anual	%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>GASTOS OPERATIVOS MESUALES</b>	USD													
Domino+Hosting web	USD				10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Servidores	USD				100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cuenta bancaria	USD				30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Contabilidad y presentaciones	USD				200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Representante legal	USD				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Líneas telefónicas	USD				50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Factureox100	USD				40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
GSuite	USD				10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
E-commerce	USD				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Social Media	USD				500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Soporte, seguimiento de docentes	USD				463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
CRM	USD				98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
LMS	USD				228	228	228	228	228	228	228	228	228	228
Gastos oficina y movilidad	USD				2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	USD		0	0	3.729	3.729	3.729	3.729	3.729	3.729	3.729	3.729	3.729	3.729

A	B	C	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AO
			Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36	Año 1	Año 2	Año 3	
<b>INDICADORES MACROECONOMICOS</b>																						
Tasa de inflación	%		0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
Diferencial de sueldos de nomina	%		4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%
Aumento de nomina	%		4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%	4,6%
Incremento anual	%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

### Acceso a hojas de cálculos: SICCHAR (2024) cálculos

financieros YIFEI COLOMBIA

Los resultados del Plan Financiero son coherentes con el análisis realizado a través del sistema COSO, el cual demuestra que YIFEI COLOMBIA podrá recuperar su inversión operativa en el corto plazo,

gracias a una estructura de costos ajustada, y maximizar sus ganancias con un nivel de riesgo reducido.

Estos resultados se producen debido a factores tales como:

- Nómina de personal fijo reducido debido a que la mayoría del soporte de trabajo se resuelve con herramientas digitales tales como CRM, LCM, facturero electrónico.
- Demanda insatisfecha (según el estudio de mercado) que permite escalar constantemente en número de clientes de ambos servicios.
- Pago a vendedores mediante comisiones por ventas.

## **5.8. Sistema Contable**

La empresa contará inicialmente con dos especialistas en gestión contable y financiera, quienes, además de su experiencia, utilizarán un software contable confiable y adaptado a sus necesidades, junto con un sistema de facturación digital aprobado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN). Estas herramientas deberán garantizar la escalabilidad para adaptarse al crecimiento de la empresa.

Este sistema integrado de talentos y herramientas contables podrán resolver:

- Registros Contables.
- Control de Presupuesto.
- Reportes Financieros.
- Cumplimiento Fiscal y Legal en tiempo y forma.
- Auditoría y Control Interno para garantizar la precisión y la integridad de los registros contables, así como para detectar posibles irregularidades.

## **5.9. Costos y Gastos**

La gestión eficiente de costos en YIFEI COLOMBIA es un factor clave para el éxito de la empresa. En el Flujo de Fondos Libres desarrollado para este plan de negocios, se han identificado y calculado los costos directos, incluyendo los salarios y beneficios de la nómina destinada al funcionamiento de la empresa, la contratación de

consultores para el acompañamiento de emprendedores o startups en proceso de incubación, así como las comisiones por ventas.

En flujo de fondos también están considerados los costos Indirectos tales como gastos de oficina, servicios, software y tecnología utilizados en la administración y seguimiento de proyectos, gastos de marketing, entre otros.

Los costos que se presentan están estimados en base a la cantidad de clientes que se proyectan atender en los primeros tres años de operaciones, y los cálculos consideraron variables que pueden incidir en la tasa de inflación y costos tributarios de Colombia. No obstante, el modelo puede adaptarse si es que los costos y gastos sufren variaciones por cambio de circunstancias. Esto permite una gestión financiera efectiva y la adaptación a nuevos desarrollos en el negocio razón por la cual se realizará un seguimiento de los gastos reales en comparación con el presupuesto con el objeto de identificar desviaciones y tomar medidas correctivas si fuera necesario.

## **VI. Conclusiones**

Tras analizar detenidamente la información recopilada para este plan de negocios, YIFEI COLOMBIA se encuentra ante una oportunidad estratégica para posicionarse en el mercado colombiano con los servicios de capacitaciones de habilidades digitales y blandas y el de incubación dirigido a emprendedores y startups de base tecnológica que entre sus proyecciones consideren vincularse con el mercado de la Gran Bahía China.

La inexistencia de una empresa relacionada a la industria del conocimiento que lidere la vinculación entre Colombia y China ofrece un “mar azul” en el mercado elegido para comenzar a operar con los servicios analizados en este plan de negocios.

Razones para Elegir Colombia:

- Ecosistema Innovador: El floreciente ecosistema innovador en Colombia, respaldado por el reciente reconocimiento de Medellín como Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación, proporciona un terreno fértil para el crecimiento y desarrollo de empresas como YIFEI COLOMBIA.
- Relaciones Diplomáticas: La sólida relación entre los gobiernos colombiano y chino, evidenciada por los convenios de cooperación comercial recientemente firmados, establece un marco favorable para la expansión de negocios internacionales y colaboración tecnológica.
- Marco Legal y de Negocios: La promulgación de la ley de economía naranja en Colombia, junto con decretos subsidiarios que ofrecen beneficios para la radicación de empresas, proporciona un entorno propicio para la operación y crecimiento de YIFEI COLOMBIA.
- Estabilidad Jurídica y Económica: La estabilidad jurídica y económica del país brinda un ambiente propicio para la inversión a largo plazo, ofreciendo a YIFEI COLOMBIA un terreno sólido para el desarrollo de sus operaciones.
- Relaciones Institucionales: Las relaciones institucionales y comerciales preexistentes del grupo inversor en la ciudad

elegida facilitan el acceso a información crucial para el desarrollo de la empresa.

Razones para Vincularse con la Gran Bahía China:

- Experiencia Previa: La constitución de YIFEI CHINA en 2018 proporciona una base sólida y experiencia previa en el mercado chino, ofreciendo una ventaja competitiva al aprovechar el conocimiento interno del mercado.
- Oportunidades de Información: La ubicación estratégica en el Área Especial de Hengqin, en la ciudad de Zhuhai, permite a YIFEI COLOMBIA acceder a información primaria y secundaria valiosa, respaldando sus operaciones y toma de decisiones.
- Perspectivas de Crecimiento: Las proyecciones para la Gran Bahía China como la región con el mayor Producto Bruto Regional (PBR) del mundo para el año 2030 indican un potencial significativo para el crecimiento y expansión de YIFEI COLOMBIA en la región.

## **Análisis Integral y Conclusión de la Inversión Propuesta por YIFEI Colombia**

El análisis exhaustivo -llevado a cabo por YIFEI Colombia- abarca diversos aspectos cruciales para la evaluación de la inversión propuesta en el sector de innovación, destacando la vinculación estratégica entre la Gran Bahía de China y Colombia. Las diferentes áreas de la empresa han contribuido de manera integral a la toma de decisiones y a la formulación de un proyecto de inversión sólido.

### **Exploración del Contexto**

- Se evaluaron los atractivos y beneficios que ofrecería la Gran Bahía de China a las empresas colombianas de desarrollo tecnológico.
- Se analizaron las condiciones gubernamentales y los intereses de expansión a mercados latinoamericanos.

### **Análisis del Desarrollo Tecnológico en Colombia**

- Se realizó un estudio basado en fuentes secundarias sobre la realidad del desarrollo tecnológico en Colombia, identificando necesidades y limitaciones en los grandes centros urbanos.

### **Estudios Cuantitativos y Demandas del Mercado**

- Se llevaron a cabo estudios cuantitativos mediante relevamiento primario para comprender las demandas de las startups tecnológicas colombianas y su interés en colaborar con China.

### **Análisis Financiero**

- El área de administración y finanzas analizó opciones de inversión, estimación de ingresos, costos, plan de inversiones, rentabilidad.

### **Análisis del Área de IT**

- Se llevó a cabo un análisis exhaustivo de variables relacionadas con equipamiento y licencias de software, estableciendo prioridades para la gestión por parte del departamento de compras.

### **Compromiso Ambiental**

- YIFEI COLOMBIA se adhirió al Pacto Ambiental de la Alcaldía del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, integrando consideraciones ambientales en su sistema de gestión.

### **Proceso de Compras y Legal**

- El departamento de compras estudió la factibilidad del proceso, verificando proveedores autorizados y evaluados, realizando compulsa de precios y cumpliendo con requisitos legales.

### **Gestión del Riesgo**

- Se llevó a cabo un análisis de riesgos financieros y operativos asociados a la inversión propuesta, implementando la matriz de riesgo para evaluar, considerar y medir impactos probables.

En términos generales, la inversión propuesta por YIFEI COLOMBIA demuestra ser coherente con los objetivos de la empresa, ofreciendo un camino claro hacia la recuperación de la inversión y la

maximización de ganancias. La gestión inteligente de la información, respaldada por las nuevas tecnologías, se presenta como un patrón esencial en la esencia de la empresa.

El análisis de riesgos, la adhesión a estándares legales, y el compromiso ambiental subrayan la seriedad y el enfoque integral con el que YIFEI COLOMBIA aborda su incursión en el mercado colombiano. Este análisis holístico fortalece la posición de la empresa para enfrentar desafíos, capitalizar oportunidades y posicionarse como un actor relevante en la vinculación tecnológica entre la Gran Bahía de China y Colombia.

Esquema de Fijación de Precio basado en el Valor Percibido para YIFEI COLOMBIA.

### **Esquema de Fijación de precio basado en el valor percibido**

#### **Determinación del Precio**

- Los precios establecidos por YIFEI COLOMBIA para sus dos servicios analizados son los más equilibrados tanto a la media del mercado como al valor percibido por el cliente.

#### **Enfoque Rupturista**

- YIFEI COLOMBIA orienta sus acciones hacia una estrategia rupturista vendiendo a precios competitivos, buscando ampliar su cuota de mercado y superar a la competencia.

#### **Objetivo de Cuota de Mercado**

- El precio que se propone tiene como objetivo captar una mayor cuota de mercado, posicionando a YIFEI COLOMBIA como una opción atractiva y accesible para las personas que se quieran capacitar y para los emprendedores y las startups interesadas en la vinculación al mercado chino.

#### **Recomendaciones finales**

- Sostener en el servicio de capacitaciones un precio competitivo, haciendo hincapié en la comunicación en los atributos destacados.
- Ofrecer en el servicio de incubación un precio bajo durante la etapa de ingreso al mercado, que permita el inicio de operaciones en Colombia.

- Sostener bajos costos de funcionamiento.
- Potenciar la comunicación de atributos, para no reducir el valor percibido por los clientes.

### **Fases de Introducción de Servicios:**

- YIFEI COLOMBIA iniciará ofreciendo servicios de formación académica e incubación orientada en la vinculación de startups al mercado chino.
- Otros servicios se agregarán al portafolio en el segundo año de funcionamiento, tales como nuevos cursos y el servicio de aceleración.

### **Balance de Oferta y Demanda**

- Asegurar que los estados proyectados estén equilibrados y relacionados correctamente.
- El beneficio neto del estado de resultados debe reflejarse en el aumento del patrimonio neto y en el aumento del efectivo en el estado de flujos de efectivo.

Razones para iniciar operaciones con precios bajos:

- Ampliación de la cuota de mercado.
- Preservación del valor percibido.
- Estrategia de posicionamiento en la etapa inicial de la empresa en el mercado.

### **Consideraciones Adicionales**

- Mantener costos de operación bajos.
- Evaluar la reacción del mercado ante la estrategia de precios.
- Monitorear continuamente la competencia y ajustar la estrategia según sea necesario.

### **Metas a Largo Plazo**

1. Consolidar la presencia en el mercado durante la etapa de formación académica y a emprendedores y startups en los procesos de incubación.
2. Introducir gradualmente servicios adicionales en el portafolio.
3. Lograr un equilibrio financiero que respalde el crecimiento sostenible.

Este esquema establece las directrices para la fijación de precios, destacando la importancia de la estrategia rupturista, la expansión gradual del portafolio de servicios y el equilibrio financiero como componentes clave para el éxito a largo plazo de YIFEI COLOMBIA en el mercado de vinculación de startups con el mercado chino.

En síntesis, la inversión de YIFEI COLOMBIA se presenta como una opción altamente viable y pertinente desde el punto de vista financiero, respaldada por tres aspectos determinantes.

En primer lugar, costos operativos bajos integrados a una estrategia de fijación de precios basada en el valor percibido, al ofrecer servicios a un precio competitivo respecto a los más importantes del mercado actual, posiciona a la empresa como una opción accesible y atractiva, permitiendo la expansión de su cuota en un mercado que tiene demandas insatisfechas en los servicios ofrecidos.

En segundo lugar, la orientación hacia la formación académica y capacitación en los aspectos cruciales para la vinculación de startups con el mercado chino durante la etapa inicial de operación responde de manera precisa a las necesidades del mercado colombiano, consolidándose como una incubadora única y especializada.

Finalmente, la integración de criterios ambientales y legales, así como la adhesión a estándares de calidad, demuestran el compromiso de YIFEI COLOMBIA con un crecimiento tecnológico y de innovación sostenible, reforzando su posición como actor clave en el panorama tecnológico colombiano y su vínculo estratégico con la Gran Bahía China.

## VII. Referencias

- Alejandro Bernhard, & Alejandro Ferrar. (2021). Guía de estudio Pricing. Córdoba, Argentina.
- Área Gran Bahía. (2024). Bay Area. <https://bayarea.gov>
- Bittencourt, G. 2011. América Latina frente a China como potencia económica mundial (No. 8/10). Serie Red Mercosur. Montevideo, Uruguay.
- Bud. (2024). Bud Organization. <https://bud.org>
- Cámara de Comercio Medellín. 2024. Reporte anual Cámara de Comercio Medellín.
- Casadó, F. (2017). En marcha la nueva Ruta de la Seda. La Agencia Latinoamericana de Información (ALAI).
- CEPAL. (2010). La República Popular de China y América Latina y el Caribe: Hacia una relación estratégica.
- Central Committee of the Communist Party of China. (2016). The 13th Five-Year Plan for Economic and Social Development of the People's Republic of China, 2016–2020. Central Compilation & Translation Press.
- Cortés Villafrádez, R., & De la Peña, (2015). Análisis general de la inversión extranjera directa de China en América Latina y Colombia. Revista de Análisis Internacional (RAI).
- David, F. (1997), Conceptos de Administración Estratégica, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., Quinta Edición.
- Daniel Morales Ruvalcaba. (2020). Construcción de la Franja y la Ruta a través del Área de la Gran Bahía de China: Oportunidades para América Latina. <https://journals.umcs.pl/al/article/view/11212>
- Di Masi, J. (2006). El delta del Río Perlas, la integración regional y el desarrollo económico chino. Estudios Internacionales.
- Gachúz Maya, J. C., & Urdínez, F. (2022). Geopolitics and Geoeconomics in the China–Latin American Relations.
- GIMBERT Xavier. (2010) Pensar estratégicamente: Modelos, conceptos y reflexiones. Bilbao: Deusto Publicaciones. Universidad de Deusto.
- Guangdong Province – Hong Kong SAR – Macao SAR. (2009). Building Coordinated and Sustainable World-class City-region: Planning Study on the Coordinated Development of the Greater Pearl River Delta Townships.
- Innovation and Technology Fund. (2024). IT Foundation.

- Instituto Europeo de Posgrado. (2021). Obtenido de Instituto Europeo de Posgrado: <https://iep.edu.es/que-es-un-plan-de-negocio/>
- Instituto de Promoción de Macao. (2024). Macao Desarrollo de Negocios.
- Jenkins, R. (2009). Los retos de América Latina en un mundo en cambio: El impacto de China en América Latina. Revista CIDOB d'Afers Internacionals, (85-86), 251–272.
- Johnson, G., Scholes, K. y Whittington, R. (2006). *Dirección estratégica*.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2017). Administración: Una perspectiva global, empresarial y de innovación (15<sup>a</sup> ed.). McGraw Hill Education.
- López Dumrauf, G. (2013). Finanzas corporativas: Un enfoque latinoamericano. Alfaomega.
- Massons I Rabassa, J. (2016). Finanzas: Análisis y estrategia financiera Hispano Europea.
- Ministerio de Ciencias de Colombia.(2022). Tipología de proyectos, reporte anual.
- Ministerio de Ciencias de Colombia. (2024). Tipología de proyectos, reporte anual.
- Molina, D. (2022). Qué es el modelo Canvas y ejemplos de Canvas reales. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-un-negocio-agile-scrum/>
- Naciones Unidas. (2021). China se encamina hacia la neutralidad del carbono en 2060 y a detener la construcción de plantas de carbón en el extranjero. Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2021/09/1497172>
- Pontificia Universidad Javeriana. (2024). Índice de Costos de la Educación Superior (ICES) en Colombia y su rol en el financiamiento de la educación superior.
- Remes Lenicov, M., & Quesada, J. (2019). Zhuhai, la nueva entrada para LATAM: ¿Oportunidad o amenaza?
- Sainz de Vicuña Ancín, José Ma. (1999)- “El Plan de Marketing en la práctica”- 4a Edición- Edición revisada y ampliada- Editorial ESIC- Madrid- España.
- Samantha Dols. (2015). Implications of Innovation for Inclusive Growth: A Study of Medellin, Colombia's Metro System and Integral Urban Projects.
- Slywotzky, A. (2003). El arte de hacer rentable una empresa. Norma.

- Spidalieri, R. (2021). Planificación y Control de Gestión.
- Thompson, A. (2010). Doing Business in Colombia.
- Thompson et. al. (1998), Dirección y Administración Estratégicas, Conceptos, casos y lecturas. Edición especial en español. México. Mac Graw Hill Inter Americana y editores.
- The Transformation of Medellin into a 'City for Life:' Insights for Healthy Cities. (2019.). Doing Business in Colombia.