

**Estudio de Factibilidad para la Creación de la Empresa Toro & León Consultores S.A.S,
Firma Orientada a la Prestación de Servicios en Materia Contable a las Mipymes dentro
del Municipio de Jamundí - Valle y sus Zonas Aledañas**

Jhonathan Stiven Toro Bedoya

Código 201458120-3841

Universidad del Valle

Facultad de Administración

Programa académico de Contaduría Pública

Claudia Milena Marulanda Nomelin

Santiago de Cali 15/05/2023

Notas de Aceptación

Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Santiago de Cali, mayo de 2023.

Este trabajo va dedicado a mis padres y demás familiares quienes siempre me brindaron su apoyo incondicional y se convirtieron en un pilar fundamental de motivación y perseverancia para el cierre de este ciclo profesional de forma exitosa.

Agradecimientos

En primera instancia, doy gracias a Dios por darme la oportunidad de ingresar al sistema de educación superior en la Universidad del Valle y por guiarme en todo el proceso de formación y aprendizaje. También expreso un reconocimiento a cada uno de los profesores que compartieron gran parte de su tiempo y conocimientos a lo largo de la carrera universitaria para contribuir con mi crecimiento a nivel profesional. Gracias a mis amigos que contribuyeron de una u otra forma con la finalización de este proyecto, por sus palabras de aliento y motivación en las circunstancias de dificultad y por compartir sus conocimientos técnicos desde distintas áreas profesionales para la consecución de esta meta. Por último, pero no menos importante, agradezco a las profesoras Martha Lucia Mendoza y Claudia Milena Marulanda Nomelin (Tutora del trabajo) por su entrega, dedicación y compromiso en la orientación para la elaboración del presente proyecto que me permitirá obtener el título profesional como Contador Público.

Contenido

-	Resumen.....	7
1.	Introducción	9
2.	Planteamiento del problema	11
2.1	Formulación del problema.....	14
2.2.	Sistematización del problema.....	15
3.	Objetivos	16
3.1	Objetivo general.....	16
3.2	Objetivos específicos.....	16
4.	Justificación	17
5.	Marco de referencia	22
5.1	Marco teórico.....	22
5.1.1	Teoría del desarrollo económico según Joseph Alois Schumpeter.....	26
5.1.2	Teoría del empresario riesgo de Knight (1885 – 1972).....	27
5.1.3	Teoría de los costes por transacción.....	28
5.2	Marco conceptual.....	29
5.2.1	Estudio de factibilidad.....	29
5.2.2	Servicios de auditoría y consultoría contable.....	31
5.2.3	Estudio de mercado.....	32
5.2.4	Firma.....	33
5.2.5	Sociedad.....	33
5.3	Marco legal.....	34
5.3.1	Descripción de la organización jurídica.....	34
5.3.1.1	Gestiones comerciales y tributarias.....	34
5.3.1.2	Gestión de funcionamiento y licencias especiales.....	34
5.3.1.3	Descripción de tributos de acuerdo al tipo de organización.....	35
6.	Metodología	36
6.1	La investigación cuantitativa.....	36
6.2	La investigación cualitativa.....	37
6.3	Tipo de estudio.....	38
6.3.1	Estudio descriptivo.....	38
6.3.2	Estudio analítico.....	40
6.4	Método inductivo.....	41
6.5	Fuentes de información.....	42
6.5.1	Fuentes de información primarias.....	42
6.5.2	Fuentes de información secundarias.....	42
6.6	Universo de estudio.....	43
6.6.1	Muestra.....	43
6.6.1.1	Cálculo de la muestra.....	44
6.7	Instrumentos y técnicas para la recolección de la información.....	44
6.8	Tratamiento de la información.....	45
7	Factores que inciden en la creación de una firma de contadores públicos en Colombia	46
7.1	Entorno económico.....	46
7.1.1	Comportamiento del PIB.....	47

7.1.2	Desempleo.....	53
7.1.3	Inflación.....	54
7.1.4	Tasa de interés.....	55
7.2	Entorno sociocultural.....	55
7.3	Entorno político – Legal.....	56
7.3.1	Leyes que fomentan la creación de nuevas empresas en Colombia....	56
7.3.2	Trámites requeridos para la creación de una S.A.S. en Colombia.....	60
7.4	Entorno tecnológico.....	61
8	Estudio de mercado del proyecto.....	65
8.1	Descripción general del sector servicios en la actualidad.....	65
8.1.1	Factores que mueven el mercado en términos de calidad, precio, servicio e imagen.....	66
8.1.2	Análisis general de las fuerzas competitivas del mercado (metodología de Porter).....	68
8.1.2.1	Rivalidad entre competidores existentes.....	69
8.1.2.2	Amenaza de nuevos competidores.....	70
8.1.2.3	Poder de negociación de los proveedores.....	70
8.1.2.4	Poder de negociación de los clientes.....	71
8.1.2.5	Productos o servicios sustitutos.....	71
8.2	Investigación de los clientes potenciales.....	72
8.2.1	Descripción del mercado específico de la nueva empresa.....	73
8.2.2	Identificación de clientes potenciales y sus necesidades centrales.....	74
8.3	Descripción de la competencia.....	79
9	Estudio económico y financiero del proyecto.....	83
9.1	Colaboradores – Nómina.....	83
9.2	Monto total de inversión y financiamiento.....	84
9.3	Proyección de ingresos.....	86
9.3.1	Portafolio de servicios.....	86
9.3.2	Determinación de precios de venta.....	87
9.3.3	Proyección de ventas.....	88
9.4	Presupuestos proyectados.....	90
9.4.1	Presupuestos de costos y gastos.....	90
9.4.2	Presupuesto de tesorería.....	91
9.5	Estados financieros proyectados.....	92
9.6	Estudio financiero del proyecto.....	95
9.6.1	Visión contable.....	95
9.6.2	Visión económica o análisis de valor.....	95
9.6.3	Descripción del flujo de caja libre del proyecto.....	96
9.6.4	Determinación del costo de capital.....	98
9.6.5	Evaluación de criterios - valor presente, valor presente neto, TIR y costo beneficio del proyecto.....	99
10	Modelo de negocio para la firma Toro y León Consultores S.A.S.	103
10.1	Propuesta de valor.....	103
10.2	Pertinencia ante el proyecto.....	105
10.3	Estrategia de mercado.....	105
10.3.1	Estrategias de comunicación y divulgación.....	105

10.3.2	Mecanismos y medios para hacer conocer a la empresa.....	108
10.3.3	Estrategias de venta y canales de distribución.....	110
10.4	Políticas de servicio.....	111
10.5	Análisis de valores personales.....	112
10.6	Análisis de riesgos e intangibles.....	114
10.6.1	Riesgos de mercado.....	114
10.6.2	Riesgos técnicos.....	115
10.6.3	Riesgos económicos y financieros.....	116
10.7	Aspectos técnicos.....	117
10.7.1	Descripción de proveedores claves.....	117
10.7.2	Proceso productivo en la prestación de servicios de la firma.....	120
10.7.3	Ubicación estratégica, diseño y distribución de la empresa.....	121
10.7.4	Aspectos y sistemas de control.....	122
10.8	Aspectos estratégicos administrativos.....	123
10.8.1	El factor del talento humano.....	124
10.8.2	El factor tecnológico.....	125
10.8.3	Gobierno corporativo.....	126
11	Conclusiones.....	126
-	Referencias.....	128
-	Listado de tablas y figuras.....	130
-	Anexos.....	133

Resumen

Por medio del presente estudio se evalúa el grado de factibilidad para la creación de la empresa Toro & León Consultores S.A.S, una firma cuyo objeto social consistirá en la prestación de servicios en materia contable como Outsourcing contable, capacitaciones varias, auditoría integral y asesorías contables / tributarias a mipymes radicadas en el municipio de Jamundí Valle y sus zonas aledañas con sustento en herramientas y aplicativos contables, para la ejecución de actividades en esta índole. Se decidió ejecutar un estudio detallado basado en métodos cualitativos y cuantitativos, generando así una metodología mixta que permitirá obtener resultados sólidos y concretos para la puesta en marcha del proyecto de empresa propuesto. De acuerdo con lo anterior, se efectúa la aplicación de una muestra sobre las empresas del municipio de Jamundí (mipymes) que se encuentran registradas en la Cámara de Comercio de Cali para el año 2020 (1.528 empresas). Según la determinación de la muestra (Ver apartado de la metodología del presente documento), se realizaron 19 entrevistas dirigidas a personal que ocupan cargos gerenciales y/o administrativos en distintas empresas mipyme del municipio de Jamundí. En términos generales el 57.8% (11 entrevistadas) expresan estar interesadas en adquirir los servicios de una empresa de esta índole, siempre y cuando el precio en los servicios sea competitivo frente a la oferta existente, no solo en el municipio de Jamundí, sino a nivel departamental. El 42.2% restante considera que no ha encontrado una oferta local que logre cumplir sus expectativas y buscan empresas de servicios contables dentro de la ciudad de Santiago de Cali. Dicha situación refleja una oportunidad de negocio, ya que estas empresas buscan una firma que ofrezca más cercanía y confianza en sus servicios a nivel local, ligado a diversas estrategias de mercado que facilitaran un posicionamiento en el sector con alto nivel de competitividad para la captación de clientes potenciales. La firma será liderada por dos Socios

formados como profesionales en Contaduría Pública, quienes a su vez realizarán la labor de contratación de personal que cumpla con los perfiles adecuados para la operación.

Palabras Claves: Estudio de factibilidad, asesoría contable, asesoría financiera, contabilidad, auditoría integral, asesoría tributaria, creación de empresa, emprendimiento, calidad, innovación.

1. Introducción

Las empresas juegan un papel fundamental en la economía de Colombia, ya que son el motor del crecimiento económico, la generación de empleo y la innovación en el país. La presencia de estas organizaciones ha sido crucial para el desarrollo económico y social permitiendo a su vez mejorar la calidad de vida de los ciudadanos que conlleva a una influencia significativa en la reducción de la pobreza. Además, las empresas también son responsables de la inversión en el país, lo que ayuda a crear un ambiente favorable para el crecimiento económico que potencie la innovación y el desarrollo tecnológico.

A través de la inversión en investigación y desarrollo, las empresas pueden introducir nuevos productos y servicios, lo que puede mejorar la competitividad del país. Sin embargo, se han identificado una serie de problemas en las organizaciones que apenas emergen e incluso en aquellas que ya tienen antigüedad de operación en el mercado, relacionados en gran medida al desconocimiento técnico por parte de los emprendedores o empresarios en la operación de sus negocios, lo anterior incluye incumplimientos normativos y tributarios frente a los organismos de control, poca asertividad en la toma de decisiones e inadecuada interpretación de datos, falta de controles y formalismo para la mitigación de riesgos, entre otras dificultades que limitan su crecimiento económico y así mismo el desarrollo o contribución positiva ante la sociedad.

Mencionado lo anterior, se vio la necesidad de crear una empresa que preste servicios contables. Con el fin de identificar la viabilidad de este proyecto y la demanda que se tiene sobre los servicios que se pretenden ofertar en la creación de esta firma, se ha decidido emprender un estudio de factibilidad, utilizando como instrumento el “estudio de mercado”, el cual permitirá saber en qué medida podría desarrollarse un emprendimiento de esta índole y comprender las

posibles tasas de crecimiento o decrecimiento que podría experimentar a un corto y mediano plazos.

El proyecto de empresa se centrará en la prestación de servicios que se pueden ofrecer como profesional de la contaduría pública: asesoría contable/financiera y tributaria, outsourcing contable, auditorías integrales y capacitaciones varias que le brinden a las mipymes opciones para la solución de problemas corporativos, así como a la formalización y cumplimiento legal según las necesidades resultantes. Para determinar la viabilidad de la creación de la empresa propuesta, se ha visto la necesidad de aplicar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación como profesionales en Contaduría Pública dentro de la Universidad del Valle. Se considera que el presente estudio puede brindar rutas de abordaje y posibilidades de aplicación que pueden beneficiar a futuros investigadores o emprendedores que deseen realizar procesos similares dentro del municipio de Jamundí o en regiones similares de nuestro país.

Inicialmente, este documento contiene el detalle del estado del arte donde se describe el problema de investigación, objetivos, metodología, marco de referencia y teórico, etc. Posteriormente se efectúa análisis de los entornos y sectores para la creación de la firma, incluyendo un estudio de mercado completo donde se identifican clientes y proveedores claves, la competencia directa del proyecto de la empresa, estrategias de marketing, publicidad y propuesta de valor. Para finalizar se realiza una evaluación de factores económicos y financieros del proyecto que permiten concluir sobre la viabilidad del proyecto en términos de factibilidad y rentabilidad donde se analizan los resultados proyectados a cinco años respecto a los ingresos (proyección de ventas), costos y gastos, flujos de caja, margen de utilidades, situación financiera, y costos de capital.

2. Planteamiento del Problema

Es posible asegurar que en la actualidad atravesamos el momento más importante que ha tenido nuestro país en cuanto a emprendimiento, ya que, tras la firma de los acuerdos de paz con la extinta guerrilla de las FARC, una serie de incentivos han sido otorgados a los emprendedores de las políticas públicas (Sánchez. 2019). Lo anterior, sumado con el discurso que el pasado Presidente de la República Iván Duque tomó desde su llegada al poder en el año 2018, en donde mencionó que los tres propósitos de su gobierno serían la legalidad, el emprendimiento y la equidad. Gracias a esto, se puede identificar que desde el sector público se ha creado una estructura que facilita la creación de empresas y que efectivamente ha logrado el aumento de las mismas (Presidencia de la República de Colombia, 2020).

Así mismo, producto de la aparición del virus Covid-19, para el 22 de marzo del 2020 se expidió el decreto No. 417, el cual declara el estado de emergencia económica, social y ecológica en todo el territorio nacional. Dicha declaración generó un cese de la vida social, económica y productiva en muchos sectores empresariales de nuestro país durante más de un año aproximadamente. Por ende, ante la imposibilidad de generar ingresos, muchas empresas se vieron en la obligación de cerrar sus puertas. La Cámara de Comercio de Bogotá, en uno de sus informes asegura que entre enero y agosto de 2020 fueron liquidadas un total de 37.000 empresas, el 99% de estas eran mypymes, lo cual es un número significativamente superior al registrado en años anteriores (Dinero, 2020).

En contraste con las cifras antes expuestas, Confecámaras publicó que entre julio y septiembre del 2020 también fueron creadas un total de 84.724 empresas, un 2,9% más que el

año inmediatamente anterior, lo cual pone en evidencia que pese a que la emergencia sanitaria por Covid-19 ha generado el cierre de un número considerable de empresas (en su mayoría mypymes), también ha representado un terreno fértil para el surgimiento de otras (Dinero, 2020). Es importante precisar que, así como la demanda de servicios de auditoría y asesoría contable puede verse reducida en algunos sectores por los cierres mencionados, también la creación de nuevas empresas genera oportunidad de demanda sobre estos servicios.

Jamundí, hace parte de los 42 municipios suscritos dentro del departamento del Valle del Cauca y no es ajeno a esta realidad, su ubicación a 9 km de la ciudad de Santiago de Cali (Capital del departamento), lo convierte en un municipio estratégico para la consolidación de mypimes.

Sin embargo, esta localidad no cuenta con una infraestructura educativa de alta calidad, generando un déficit en el nivel de profesionales frente a otros territorios. Esta circunstancia obliga a la mayoría de los jóvenes residentes en el municipio, a desplazarse hacia la capital o hacia otros departamentos (Cauca), para lograr obtener mejores oportunidades de cualificación y formación profesional.

De acuerdo con las afirmaciones que anteceden, muchos de los emprendimientos que surgen en el municipio de Jamundí, se ven obstaculizados en su manejo contable y financiero, lo que puede llevar incluso al fracaso de las mismas. Recordemos que cerca del 70% de las empresas nuevas que se constituyen dentro de nuestro territorio nacional, no sobreviven a los primeros cinco años (Confecámaras, 2018). Esto nos indica que solo el 30% de las más de 300.000 mypymes registradas anualmente en la Cámara de Comercio logran consolidarse dentro del sector productivo y financiero.

De igual forma, no solo las mipymes recientemente constituidas presentan problemas en cuanto a su formalización, estructuración y manejos contables y/o administrativos, vale la pena mencionar que la reforma tributaria que fue aprobada por el congreso de la república durante el año 2016, trajo en vigencia la Ley 1819, en la cual se decretaron diversos cambios financieros para las empresas de todos los sectores, ya que estas se encontraban en la obligación de aplicar la Ley 1314, ajustando o modificando los antiguos lineamientos o normas que durante años han sido manejadas en el país por diferentes generaciones de profesionales en Contaduría Pública.

Lo anterior, generó que muchas empresas legalmente constituidas iniciaran procesos de actualización y la estandarización internacional de información financiera (Normas Internacionales de Información Financiera - NIIF). No obstante, este acontecimiento ha resultado ser un proceso complejo ya que es necesario capacitar al personal interno de las organizaciones y contratar asesores externos para que realicen los programas de entrenamiento y adaptación de la norma.

Esta ha sido la realidad a nivel nacional, es decir que el municipio de Jamundí no es ajeno a dicha situación, por ende, las empresas legalmente constituidas dentro de su territorio se han visto en la obligación de realizar dicha transición y adaptación de normatividad que ajusta el tratamiento contable de las operaciones de las empresas. Así mismo, se han identificado numerosos negocios de pequeño y mediano tamaño los cuales no cuentan con una adecuada constitución legal según la normatividad vigente, ocasionando avisos preventivos por parte de los entes de control e incluso sanciones disciplinarias y monetarias para los contribuyentes o emprendedores de estas.

Al no contar con una amplia oferta de asesoría y capacitación en cuanto a normas internacionales de información financiera (NIIF), que permitan un mayor entendimiento y facilite el tratamiento contable de los negocios, muchas empresas y profesionales residentes en el municipio de Jamundí Valle, se han visto en la obligación de buscar asesoría en firmas consultoras radicadas principalmente en Santiago de Cali.

En este orden de ideas, es claro y evidente que el sector empresarial del territorio Jamundéño ve la necesidad de contar con un apoyo de asesorías en materia contable para la toma de decisiones administrativas, lo que a su vez se traduce en una problemática, pues de acuerdo con las investigaciones en la plataforma de servicios de información empresarial en línea de la Cámara de Comercio de Cali, solo existen 8 empresas radicadas en el municipio de Jamundí dedicadas a prestar servicios de asesorías en materia contable.

Es importante tener presente que el inadecuado manejo administrativo de las organizaciones puede traer diversos tipos de sanciones incluso ocasionar su cierre, lo que afectaría directamente el sector social, económico y aumento de la tasa de desempleo, por ello es tan importante y de gran necesidad que las mipymes del sector, tengan bases sólidas financieras y contables que conlleven a una adecuada toma de decisiones y manejo administrativo en pro de la sostenibilidad a lo largo del tiempo. .

2.1. Formulación del Problema

¿Qué tan factible resultaría la creación de una firma orientada a la prestación de servicios en materia contable a las mipymes dentro del municipio de Jamundí - Valle y sus zonas aledañas?

2.2. Sistematización del Problema

¿Cuáles son los factores externos que inciden en la creación de una sociedad de contadores públicos en Colombia?

¿Cuál es el comportamiento del mercado (oferta y demanda) regional en relación a los servicios de auditoría y consultoría contable?

¿Qué tan rentable resultaría invertir en la creación de la firma: Toro & León Consultores S.A.S teniendo en cuenta la zona geográfica en que se ubicará para la prestación de sus servicios?

¿Cuál es el modelo de negocio adecuado para la firma Toro y León Consultores S.A.S?

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad de la creación de una firma dedicada a la prestación de servicios de la ciencia contable para las empresas mipymes dentro del municipio de Jamundí - Valle y sus zonas aledañas.

3.2. Objetivos Específicos

- Identificar los factores externos que inciden en la creación de una sociedad de contadores públicos en Colombia.
- Realizar un estudio de mercado (oferta y demanda) en el municipio de Jamundí, en relación los servicios de auditoría y consultoría contable.
- Desarrollar un estudio económico y financiero que permita conocer la rentabilidad de la inversión para crear la firma Toro y León Consultores S.A.S en el municipio de Jamundí.
- Definir el modelo de negocio para la firma Toro y León Consultores S.A.S.

4. Justificación

Durante el proceso de formación universitaria fueron captados un cúmulo de conocimientos en materia contable y administrativa que han generado gran motivación para su puesta en práctica, sin embargo, se tiene la perspectiva de poder mostrar las destrezas y habilidades adquiridas en esta trayectoria mediante la creación de una empresa dedicada a los servicios contables donde se puedan materializar y desarrollar las técnicas de la profesión con la oferta de servicios de esta índole a otras empresas que así lo requieran.

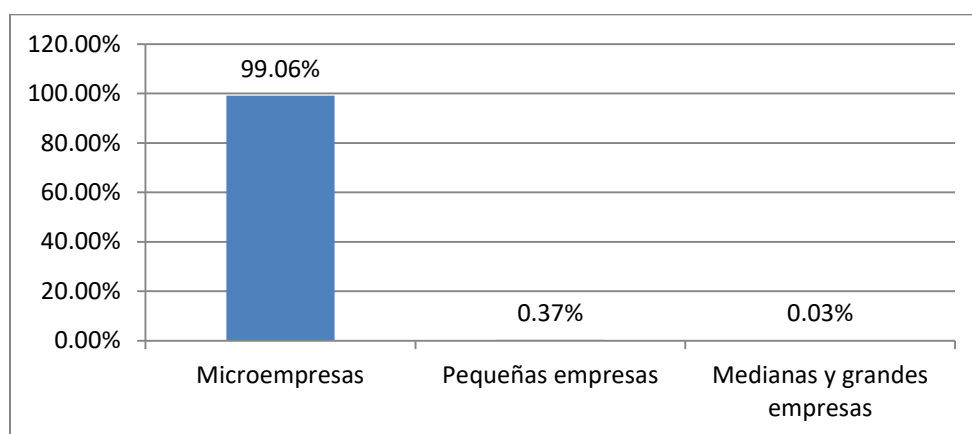
Sumado a lo anterior, se pretende generar un impacto positivo en la sociedad mediante la generación de empleo y otros aspectos relacionados que contribuyen al desarrollo económico de la región. En este orden de ideas, resulta necesario conocer la factibilidad que existe en la creación de una firma dedicada a la prestación de dichos servicios en el municipio de Jamundí, pues resulta ser una oportunidad clave para abordar las necesidades de las mipymes y así potenciar su adecuada toma de decisiones financieras y estratégicas.

Con base en lo mencionado, resulta necesario realizar un análisis riguroso de la viabilidad en la creación de la firma, considerando factores como el tamaño del mercado potencial, la competencia existente, los requerimientos técnicos y legales necesarios para la creación de la firma, así como la disponibilidad de recursos financieros y humanos para su operación y mantenimiento. De esta manera, se podrá determinar si la constitución de la firma es factible y rentable en el corto y mediano plazo. Además, este análisis permitirá identificar oportunidades y riesgos asociados a la creación de la firma, lo que llevará a la toma de decisiones informadas sobre el tipo de servicios que se ofrecerán, el modelo de negocio y la estrategia de marketing y ventas que se utilizará para atraer clientes y consolidarse en el mercado local.

Al corte del año 2019 Colombia registró la creación de 309.463 empresas a lo largo de todo el territorio nacional, un 2.1% más que el año antecesor (Presidencia de la República de Colombia 2020). Este dato nos permite observar que la creación de empresas en nuestro país se ha convertido en una práctica en constante crecimiento, lo cual se considera un aspecto importante, ya que estas ocupan un rol fundamental dentro de nuestra economía y nuestra sociedad. Las empresas existentes al 2019 se encuentran clasificadas de acuerdo al valor de sus activos de la siguiente forma.

Figura 1

Tamaño de las empresas creadas en Colombia al corte del 2019



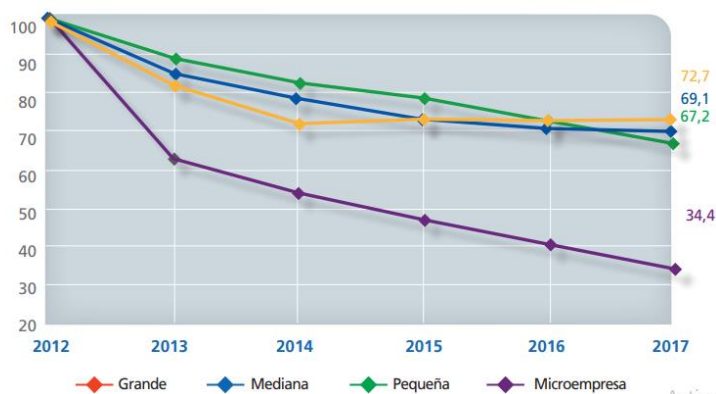
Nota: Presidencia de la República de Colombia

Vale la pena recordar que el 80% del empleo que se genera a nivel nacional se encuentra concentrado dentro de las mipymes. Por ende, cuidarlas y asesorarlas resulta ser una labor importante, ya que cada empresa que cierra deja consigo una estela de desempleo que complica la situación económica de distintas familias que laboran dentro de estas.

Así mismo, según Confecámaras (2018), el tiempo de vida promedio de las empresas en nuestro país es de 5 años y este varía de acuerdo con el tamaño de la misma. Para una mayor comprensión se presenta la Figura 2, la cual muestra la supervivencia de un promedio de 100 empresas en un periodo de 5 años comprendidos entre el 2012 y el 2017.

Figura 2.

Supervivencia de empresas de acuerdo a su tamaño 2012 - 2017



Nota: Nota: Información tomada de Confecámaras

El resultado que se refleja en el gráfico anterior se debe en gran medida a las necesidades cambiantes de nuestra sociedad que con el pasar del tiempo ha requerido amplios procesos de innovación a nivel comercial y de servicios. Por ende, esta cantidad de empresas que son registradas ante Cámara y Comercio requieren asesorías enfocadas en aspectos contables, administrativos, de gestión y actualización normativa, ya que de hecho son muchos los manejos inapropiados que se efectúan en esta esfera de las finanzas, incluso estos errores pueden llevarlas a cerrar sus puertas (Eslava y Marín, 2009).

Es aquí cuando se piensa que la constitución de una firma que preste servicios y consultorías contables, podría contribuir con la solución a malos manejos que muchos emprendedores (a causa del desconocimiento) realizan en sus empresas y que se convierten en contraproducentes para las mismas, sin que esta sea la intención. Es importante diferenciar las finanzas personales y empresariales para evitar el uso indebido de los recursos, ya que a menudo los propietarios de mipymes pueden mezclar sus finanzas personales con las finanzas de la empresa, lo que puede generar problemas en la gestión de los recursos y dificultades para evaluar la rentabilidad real causando como consecuencia final la quiebra de las mismas.

Es importante aclarar que la firma: Toro & León Consultores S.A.S. no pretende captar únicamente las necesidades de las empresas emergentes de la región, sino también la demanda de aquellas que aun operando en el mercado requieran de asesorías para su regulación, formalización, reestructuración y actualizaciones varias. Algunos de los cambios significativos en materia contable y/o administrativos que se consideran una oportunidad de oferta laboral son:

- la Ley 1819 decretada durante la reforma tributaria encabezada por el entonces presidente de la República Juan Manuel Santos, donde todas las empresas se vieron en la obligación de modificar sus manejos contables y tributarios (los cuales funcionaban de acuerdo a normas nacionales), esto con el fin de ajustarlos y estandarizarlos de acuerdo a las NIIF.
- Cambios en el marco normativo de las empresas respecto al manejo de los impuestos, controles efectuados por órganos de control como la facturación electrónica, transmisión de nómina electrónica, entre otros aspectos relacionados.

Para determinar la viabilidad de este proyecto y la demanda que se tiene sobre los servicios que se pretenden ofertar en la creación de esta firma, se ha decidido emprender un

análisis de factibilidad, utilizando como instrumento el “estudio de mercado”, el cual permitirá saber en qué medida podría desarrollarse un emprendimiento de esta índole y comprender las posibles tasas de crecimiento o decrecimiento que podría experimentar a un corto y mediano plazo.

Se aplican estudios cualitativos y cuantitativos como herramientas para la recopilación de datos y análisis del proyecto, dichos enfoques tienen sus propias fortalezas y debilidades, por lo que se considera que el uso de ambos proporcionará una comprensión más completa y detallada de la información.

Con los estudios cualitativos se recopilaron datos no numéricos a través de técnicas como la entrevista y la observación. Este enfoque permite comprender las percepciones, creencias y actitudes de las mypimes objeto de estudio, siendo de utilidad para este proyecto que implica interacciones humanas, como estudios de mercado. Por otro lado, el estudio cuantitativo implicó la recopilación de datos numéricos a través de cuestionarios efectuados en el desarrollo de las entrevistas lo que permitió medir algunas variables del proyecto en cuanto a costos e información financiera de los clientes proporcionando resultados precisos y objetivos.

5. Marco de Referencia

Dentro del proceso de investigación es fundamental contar con las bases adecuadas para la realización del trabajo, es ahí donde se ubica el marco de referencia que para la presente investigación se compone de: el marco teórico, el marco conceptual, el marco contextual y marco legal.

5.1. Marco Teórico

A continuación, se dan a conocer las teorías que se encuentran estrechamente relacionadas con el proyecto de investigación frente al emprendimiento, (creación de negocios o empresas en general):

En la actualidad, diferentes gobiernos a nivel mundial se han preocupado por incentivar la competitividad, el emprendimiento y la innovación, tanto en los sectores productivos como manufactureros. Esto con el fin de posicionarse dentro de un mercado internacional que se ha transformado en un segmento competitivo y globalizado (Porter, 1991).

Lo anterior ha dinamizado de forma considerable las prácticas empresariales a nivel interno dentro de los países, ya que ha creado una estructura favorable para el surgimiento de nuevas Pymes, las cuales, a su vez han traído consigo elementos positivos para la economía de los países como lo es una mayor competitividad, desarrollo y generación de empleo (Birch 1979, Kent, 1982).

Dentro de este campo surge como punto de vital importancia la innovación dentro de las empresas legalmente constituidas, ya que este elemento les permite permanecer y posicionarse competitivamente dentro del mercado local e internacional. Por innovación se comprende aquel

desarrollo tecnológico que es aplicado y aceptado dentro del mercado (Arzola, 2001). En este orden de ideas, vale la pena aclarar que la tecnología se entiende como aquellos conocimientos, herramientas y métodos que son utilizados en los procesos de formulación de bienes y servicios (Hidalgo et al, 2002). Desde esta posición, es posible evidenciar la existencia de avances tecnológicos tangibles e intangibles, los primeros encuentran un nicho mucho mayor dentro del sector productivo y el segundo dentro del de servicios.

De igual forma, para comprender cómo funciona la innovación en las empresas resulta necesario tener en cuenta el concepto de creación de valor, el cual es comprendido como el valor útil que se le puede brindar a un cliente en última instancia como consumidor del producto o del servicio. Lo anterior debido a que una innovación es exitosa o no en la medida que crea el valor.

Dicho lo anterior, se entiende que las empresas de prestación de servicios son aquellas que se caracterizan por ofrecer un servicio de naturaleza intangible, dentro del cual, el cliente se encuentra inmerso de manera directa dentro del proceso de elaboración, ofreciendo así su percepción de la calidad (Lovelock et al, 2004).

Así mismo, resulta necesario identificar las posibilidades existentes dentro del análisis de los proyectos de inversión, observando estos desde la óptica de Andia (2012), quien los define como aquellos en los que se desarrolla “una intervención en un determinado medio para dar solución a una problemática existente y conseguir el objetivo deseado” de esta forma, se desarrollan diversos planteamientos encaminados hacia la consecución de un fin por medio de la prestación de un servicio que brinde alivio frente a aquella problemática.

Las consecuciones para la formulación o estudio de un proyecto de inversión suelen pasar por seis momentos distintos (Andia y Paucara, 2013). El primero de ellos consiste en un estudio

legal, en el cual se determina la viabilidad jurídica del proyecto, puesto que plantear de esta forma un proyecto que no encuentre una correlación con las leyes nacionales donde se va a radicar puede traer serios problemas y pérdidas para los inversores y representantes. En segunda instancia, resulta necesario viabilizar un estudio de mercado que permita determinar cuantitativamente la población dentro de la cual se desenvolverá el producto o servicio además de establecer las estrategias con las que se realizará la inmersión dentro de este sector. El estudio de mercado encuentra una alternancia en el estudio técnico, el cual permite focalizar el proyecto geo espacialmente y a nivel de infraestructura. Así mismo, el estudio de la organización permite determinar a nivel interno cómo será el funcionamiento administrativo de la entidad. Por último, se realiza un estudio ambiental seguido de uno económico y financiero que muestra la rentabilidad existente en el proyecto.

El estudio de la rentabilidad de una inversión busca determinar, con la mayor precisión posible la cuantía de las inversiones, los costos y beneficios de un proyecto para posteriormente decidir la conveniencia de emprender dicho proyecto. Consta de tres actividades muy diferentes entre sí -formulación, preparación y evaluación-, donde un error en cualquiera de ellas puede llevar a conclusiones equivocadas, hay que desarrollar de manera adecuada el estudio del proyecto para tomar las decisiones que tengan mayor favorabilidad. (Sapag, 2011, p 30).

Gracias a esta cita es posible evidenciar la importancia de la realización adecuada del proyecto, ya que este es de vital importancia en la posterior ejecución de este y en caso de desarrollar puntos inexactos o erróneos en esta primera etapa se corre el riesgo de que el proyecto fracase por haber llevado a cabo una mala planificación y evaluación del mismo en su estado embrionario.

El éxito o fracaso de una empresa también se encuentra ligado al nivel de satisfacción que su servicio plantea en el mercado al cual se encuentra dirigido. Por este motivo resulta importante comprender las cualidades y particularidades que definirán el producto o servicio dentro del mercado al cual pretende ingresar. Para ello, el proyecto debe ofrecer desde su inicio todas las características del bien o servicio, dando así respuesta al mayor número posible de inquietudes que los futuros consumidores puedan tener con respecto al emprendimiento. Entre otras teorías relacionadas al proyecto:

5.1.1. Teoría del Desarrollo Económico Según Joseph Alois Schumpeter:

Desde la perspectiva de Schumpeter (1883 – 1950), se puede concebir el desarrollo económico partiendo desde el concepto de emprendedor, pues según Schumpeter este concepto se encuentra estrechamente relacionado con el desarrollo económico, por lo cual se hace necesario abordar estas definiciones en su conjunto. A lo largo de su teoría, el autor pretende hacer una distinción demarcada entre lo que se considera un emprendedor y un empresario, pues no todas las personas que se encuentran desempeñando cargos directivos o tienen altas jerarquías dentro de una organización se pueden considerar como emprendedores, más bien en este caso se estaría haciendo referencia a la Gerencia General como una actividad o función dentro de la empresa.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, el éxito o crecimiento económico dentro de una organización no depende exclusivamente de los directivos o altos cargos, más bien es un asunto de la forma en cómo se lleven a cabo los procesos y se desarrollen las actividades en el interior de la empresa, y es aquí donde se resalta la importancia y factor diferenciador entre un empresario y un emprendedor, pues el empresario normalmente tiende a efectuar procedimientos

rutinarios que aunque no estén mal vistos siempre van direccionados en la misma línea, por su parte un emprendedor es aquel que busca salir del conformismo buscando diversos factores en la organización que le permitan innovar y así realizar la implementación en los distintos procesos.

En este orden de ideas y de acuerdo a la concepción de Schumpeter, es pertinente considerar a un emprendedor en la mayoría de sus casos como un sujeto irracional, ya que este va más allá del consumo y está en función de obtener una meta que radica en posicionarse en el interior de la sociedad y obtener su posición laboral dentro de una organización de forma autónoma que le permitirá ejercer funciones a la altura de líderes o altos directivos.

Para finalizar, Schumpeter considera a un emprendedor como aquel que tiene la capacidad de idear y materializar diversas estrategias que permitan el aumento sobre la demanda de productos o servicios que se están ofreciendo, para ello es importante identificar las necesidades de la población objeto y desde los elementos productivos y tradicionales poner en marcha la innovación lo cual será determinante para el éxito de las estrategias propuestas en los diversos procesos. Es de mencionar que la toma de decisiones basada en las finanzas reales de una empresa es fundamental para garantizar la viabilidad y el éxito de la misma teniendo como base el análisis financiero, que implica la evaluación de los estados financieros para determinar su salud financiera y su capacidad para cumplir con los objetivos. Una vez que se ha llevado a cabo el análisis financiero, los altos directivos pueden utilizar los resultados para tomar decisiones informadas sobre la dirección futura de la empresa. Según el autor, la innovación se puede ver de las siguientes maneras:

- La creación de nuevos productos o nuevas variantes a productos existentes
- La incorporación o apertura de nuevos mercados.

- La innovación de la estructura de mercado (Monopolio).
- El desarrollo de nuevos métodos de producción o comercialización.
- La obtención de nuevas fuentes de materias primas o insumos.

5.1.2. Teoría del Empresario Riesgo de Knight (1885 – 1972):

Partiendo de la teoría del economista Frank H. Knight y su libro publicado en el año 1921 titulado “Riesgo, incertidumbre y beneficio”, se puede percibir al empresario como sujeto clave para el éxito de cualquier organización, en su teoría destaca que a pesar del rol o papel fundamental que desempeña un empresario siempre existirá un factor de riesgo o incertidumbre los cuales se definen como aleatoriedad con probabilidades conocidas y aleatoriedad con probabilidades desconocidas respectivamente.

Para Knight, es claro que el rol principal del empresario consiste en garantizar las rentas de los factores productivos abordando a su vez la probabilidad del riesgo dentro de la actividad económica de la empresa. En este orden de ideas se entiende que la adquisición de los factores de producción por parte del empresario se realiza a un precio cierto o conocido, pero a partir de este, deber prever cual será la demanda futura tanto en la cantidad probable de venta como en el precio al que lo podrá hacer.

En concordancia con lo anterior, el empresario siempre deberá asumir un riesgo que como consecuencia traerá la obtención de un beneficio denominado por Knight “beneficio residual” ya que no se conoce con seguridad, pues esto dependerá finalmente de los resultados frente al cumplimiento de los objetivos siendo claro que el empresario tiene un conocimiento previo de sus costos, pero su nivel de ingresos es incierto.

Por lo mencionado con anterioridad, Knight sugiere la consideración de la incertidumbre como un elemento esencial dentro de la actividad empresarial, incertidumbre que se podrá catalogar en dos tipos: aquella que se puede reducir a una probabilidad de ocurrencia y la que no. Según la información, experiencia y conocimiento que tenga el empresario, el nivel de incertidumbre será mayor o menor y por tanto las predicciones serán más o menos acertadas.

5.1.3. Teoría de los Costes por Transacción:

Esta teoría ha sido impulsada por Williamson (1975 y 1983), quien ha tomado como antecedentes los conceptos y propuestas contenidas en la obra de Coase. Esta corriente teórica abarca ciertas categorías de la conocida escuela “neoclásica” en donde lo esencial para el presente trabajo ha sido la identificación y diferenciación entre mercado y empresa, en este sentido se pretende entender la causalidad de que algunas transacciones pueden resultar más eficientes o no según el contexto institucional.

En sus inicios, Coase argumenta que el surgimiento de las nuevas empresas era producto del reconocimiento de los costos provenientes de la utilización del mercado que en otros términos se define como los recursos que se toman para identificar precios significativos, así como negociar y cerrar los contratos de intercambio. De igual forma, dicho autor precisa claramente la diferencia (Mercado/empresa) en uno de sus artículos denominado “The nature of the firm” en el cual se refleja una concepción distinta a la tradición de la teoría neoclásica, pues la empresa ya no se percibe como un ente cuya actividad principal este encaminada en función de producción sino más bien se reconoce como una estructura de gobierno (Conjunto de múltiples elementos), que además se fundamenta en los contratos de trabajo que regulan la relación de autoridad entre empleado y empleador.

Con base a los argumentos de Coase, según categorías de la teoría económica, es que el mercado no siempre logrará los costes mínimos de transacción, en este sentido en algunos casos resulta más eficiente efectuar transacciones a menor costo en los llamados marco-empresa, pues en este caso el individuo empresario buscará el logro de su tarea específica la cual consiste en conseguir sus factores de producción a un precio por debajo al que se refleja en el mercado.

En este mismo sentido y para concluir sobre esta corriente teórica, Coase se aleja de la comprensión habitual en los autores del campo de las ciencias que estudian la empresa, en donde básicamente plantea y argumenta que el coste se entiende como la traducción monetaria del consumo de recursos implicado en la producción, así como evidentemente se reconoce la relación existente entre empresario (individual o colectivo) y sus delegados para la dirección de la organización.

5.2. Marco Conceptual

Dentro del marco conceptual se agrupa cierta terminología que se debe tener clara al momento de abordar el proyecto de empresa junto con sus objetivos de investigación, algunos términos a tener en cuenta son: Estudio de factibilidad, servicios de auditoría y consultoría contable, estudio de mercado y empresa.

5.2.1. Estudio de Factibilidad:

El estudio de factibilidad consiste básicamente en realizar un análisis detallado de una empresa u organización para determinar si la propuesta de negocio que se pretende materializar realmente es buena o contiene deficiencias y determinar las condiciones necesarias para que el desarrollo del negocio se obtenga con resultados exitosos. En síntesis, la factibilidad se puede

entender como el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que se tienen para dar cumplimiento a la meta del proyecto.

Es de gran importancia tener presente que, al momento de iniciar un proyecto de empresa, éste siempre requerirá de una inversión inicial tanto en recursos económicos, tiempo, materia prima, equipos entre otros aspectos. En este sentido es muy importante tomar una decisión ya que los recursos mencionados con anterioridad suelen ser limitados y para la toma de buenas decisiones es fundamental efectuar los cálculos correctos de tal forma que se pueda prever con seguridad que la propuesta de negocio a ejecutar se desempeñará correctamente y producto de ésta se obtendrán ganancias.

Una vez se tenga claridad sobre la implicación de un estudio de factibilidad, se deberán abordar los objetivos sobre el mismo, dentro de los cuales se proponen (Rafael Luna, Damaris Chaves):

- Saber si se puede producir algo
- Conocer si la gente lo comprará
- Saber si el producto o servicio se puede vender
- Definir si se obtendrán ganancias o pérdidas
- Decidir si se ejecuta el proyecto o se busca una nueva propuesta de negocio
- Definir un plan de producción y comercialización
- Aprovechar exhaustivamente los recursos propios
- Identificar cuáles son los puntos débiles del proyecto/empresa y reforzarlos
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y menor riesgo posible
- Tener presente las amenazas del contexto o entorno para prevenirlas.

5.2.2. Servicios de Auditoría y Consultoría Contable:

Con base a la definición de la American Accounting Association, la auditoría se define como un proceso sistemático para obtener y evaluar de manera objetiva las evidencias relacionadas con informes sobre las actividades económicas y otros acontecimientos relacionados. El fin del proceso consiste en determinar el grado de correspondencia del contenido informativo con las evidencias que le dieron origen, así como determinar si dichos informes se han elaborado observando los principios establecidos para el caso. Por otra parte, en la guía internacional de auditoría No. 3 se establece:

La auditoría es “el examen independiente de la información de cualquier entidad, ya sea lucrativa o no, no importando su tamaño o forma legal, cuando tal examen se lleve a cabo con objeto de expresar una opinión sobre dicha información. En cumplimiento de los principios básicos requiere la aplicación de procedimientos de auditoría y pronunciamientos sobre el dictamen, adecuados a las circunstancias particulares”.

Entonces en términos generales y con base a lo mencionado anteriormente, podría definirse a la auditoría como la revisión objetiva de la información elaborada y presentada por la administración. En dicha revisión, lo que se busca es establecer mediante la construcción de hechos pasados, si se aplicaron de manera adecuada los principios de contabilidad generalmente aceptados en las prácticas contables y en el procesamiento de la información contable con base en la cual se prepararon los Estados Financieros.

Por otra parte, se entiende por consultoría contable como el área que proporciona y promueve soluciones a temas contables complejos. Lidera el conocimiento técnico y aporta al

crecimiento de sus clientes a través de alternativas y soluciones a temas cruciales que afectan a su información financiera contable.

Dentro de los puntos o aspectos a tener en cuenta dentro de una consultoría contable se encuentran los siguientes:

- Consultas técnicas contables sobre temas complejos en materia de (NIIF).
- Consultas técnicas contables sobre temas complejos en otros marcos normativos y regulación específica (banca, seguros, pensiones, industrias, comercio, etc.)
- Apoyo en procesos de conversión de estados financieros estatutarios a estados financieros preparados bajo Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) u otros marcos normativos.
- Procesos de capacitación en Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

5.2.3. Estudio de Mercado

El estudio de mercado se define como la investigación que se realiza para conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio. Así mismo, sirve para hacer mejoras en los aspectos del proceso de ventas (precio, calidad o características del producto, distribución y publicidad) y así aumentar el número de clientes.

En este orden de ideas, medir y analizar el mercado da mejores resultados que basarse en suposiciones subjetivas de los gustos y características del target. Para la ejecución de un estudio de mercado se puede abordar de diversas formas, según la segmentación puede dividirse en primario o secundario: por un lado, los estudios primarios incluyen pruebas tradicionales y confiables como los (grupos de concentración o prueba), encuestas, entrevistas, investigaciones de campo y observaciones del producto o punto de venta. Por otra parte, para hacer los estudios

de mercado secundarios, la empresa usa los datos obtenidos de otras fuentes de información que son aplicables al producto nuevo o existente pero cuya desventaja es que los resultados no son específicos al área de investigación puesto que los datos utilizados vienen de las tendencias y son difíciles de validar (Magenta, Branding & planificación).

5.2.4. Firma:

Uno de los conceptos más comunes que se utilizan para la definición de lo que es una firma es: unidad económica de nombre legal que satisface las necesidades de otros a cambio de una ganancia. Para la definición mencionada con anterioridad es fundamental tener en cuenta entre otros aspectos: el trabajo organizado, la prestación de un servicio específico en ciencias, mercado (oferta/demanda) y rentabilidad o ganancias.

5.2.5. Sociedad:

El término sociedad se refiere a un grupo de individuos que comparten una cultura, un territorio y una forma de organización social. Para efectos del presente trabajo se hace referencia a la comunidad local del municipio de Jamundí – Valle, entendiendo que existe una forma de vida colectiva que implica interacciones entre sus habitantes para satisfacer sus necesidades, alcanzar objetivos comunes.

Cada sociedad tiene sus propias instituciones, estructuras sociales, sistemas de gobierno y normas culturales que la definen y la distinguen de otras. Además, la sociedad puede estar influenciada por factores como la economía, la política, la religión, la tecnología y la geografía, que moldean su desarrollo y evolución a lo largo del tiempo.

5.3. Marco Legal

5.3.1. Descripción de la Organización Jurídica

Para la debida constitución de la firma, se tendrán en cuenta los aspectos relacionados con las gestiones comerciales y tributarias, la gestión del funcionamiento y licencias especiales y descripción de tributos de acuerdo con el tipo de organización:

5.3.1.1. Gestiones Comerciales y Tributarias. A continuación se detalla la gestión comercial que se llevará a cabo para la constitución de la firma proyecto de empresa:

- Se verificará ante Cámara de Comercio que no existe ningún nombre o razón social igual al pensado para el proyecto de empresa.
- Se llevará a cabo la elaboración de una minuta de constitución y se elevará ante la Cámara de Comercio.
- Se realizará el registro mercantil ante la Cámara de Comercio (Matrícula) y la Junta central de Contadores.
- Se efectuará el registro de los libros de contabilidad exigidos por la ley para este tipo de sociedad ante la Cámara de Comercio.
- Se realizará el registro de la marca y logo empresarial.
- Se procederá con la apertura de las cuentas bancarias empresariales.

5.3.1.2. Gestión de Funcionamiento y Licencias Especiales. Es importante tener presente que, para dar inicio con la materialización del proyecto de empresa, se deberá solicitar el concepto de uso del suelo ante la curaduría urbana más cercana del lugar o establecimiento

donde se llevará a cabo el desarrollo de la actividad mercantil. Una vez se expida tal certificado, la empresa asumirá un costo de \$250.00 pesos aproximadamente, aunque este podrá variar de acuerdo con el monto del capital que sea registrado. Posteriormente la empresa deberá realizar la inscripción del impuesto de industria y comercio de avisos y tableros.

El proyecto de empresa el cual se está planteando, es la creación de una firma de servicios contables catalogada como una sociedad comercial por acciones simplificadas, dicha decisión fue de previa discusión y aprobación unánime por parte de los futuros socios. A continuación, se presentan las características básicas para la constitución de dicha sociedad:

Tabla 1

Características de la constitución de la sociedad.

Tipo societario	Sociedad S.A.S.
Constitución, transformación y disolución	Se realiza a través de escritura pública ante Notario y por documento privado cumpliendo con los requisitos de la ley 1014 del 2006 (Art. 23).
Número de accionistas o socios	El proyecto de empresa consta de dos (2) accionistas constituyentes
Su capital se divide en	En acciones. Las acciones son libremente negociadas con las excepciones previstas en el artículo 403 y 381 de C.CO
Formación del capital	El capital estará formado por capital autorizado, capital suscrito y capital pagado.
Responsabilidad de los accionistas o socios	Los accionistas responden hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales de acuerdo con el artículo 373 del código de comercio y 794 del Estatuto Tributario inciso 2.

Nota: Información elaborada con recursos propios

5.3.1.3. Descripción de Tributos de Acuerdo al Tipo de Organización. Para los efectos tributarios, el proyecto de empresa al pensarse constituir como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), será responsable de los tributos que a continuación se mencionan:

- Contribuyente declarante de régimen ordinario de declaración de renta y complementarios. (Obligación Dian).
- Sujeto activo y pasivo del impuesto sobre las ventas – IVA (Obligación Dian).
- Contribuyente del impuesto de industria y comercio – ICA (Obligación municipal).
- Agente retenedor de renta y de ICA (Obligación municipal).
- La firma estará obligada a llevar contabilidad y a efectuar la presentación de información exógena (Obligación Dian).

6. Metodología

Para el desarrollo del presente proyecto, se llevará a cabo un análisis bajo metodología mixta, es decir, se efectuará una muestra sobre la población total (empresas mipymes residentes en Jamundí) donde se aplicarán entrevistas estructuradas dirigidas al personal gerencial o directivo que permitan obtener datos medibles/ cuantificables, así como una visión general de las necesidades y manejo administrativo/contable de sus empresas. A continuación, se definen los conceptos y factores importantes de las investigaciones involucradas.

6.1. La Investigación Cuantitativa

Dentro de la investigación cuantitativa se clasifica aquella que ofrece datos medibles. Estos datos dan respuesta a interrogantes relacionados con ¿Quién? ¿Cuánto? ¿En qué medida? y ¿Qué cantidad? Los resultados pueden ser cuantificados y clasificados de acuerdo con categorías preexistentes o emergentes.

La metodología cuantitativa busca realizar inferencias a partir de una muestra hacia una población, evaluando para ello la relación existente entre aspectos o variables de las observaciones de dicha muestra (...) Así, el objetivo de la investigación cuantitativa pasa a ser la identificación de patrones generales que caracterizan a la totalidad de una población. (Ugalde & Balbastre, 2013, p. 181)

De esta forma, la investigación cuantitativa permite acercarse a un fenómeno desde una perspectiva amplia, seleccionando una muestra de la cual se extrae información relacionada con un tópico específico. Esta información suele ser verídica, ya que es una metodología de investigación rigurosa y empírica, cuyos hallazgos giran en torno a la información obtenida.

6.2. La Investigación Cualitativa

Según Roberto Hernández Sampieri, se refiere a un método de investigación que se utiliza para explorar y comprender las experiencias, opiniones, actitudes y comportamientos de grupos de interés a través de la recopilación y análisis de datos no numéricos. Generalmente este tipo de investigación se utiliza en disciplinas como la sociología, la psicología, la antropología, la educación, la salud, entre otras. Los factores más importantes de la investigación cualitativa incluyen:

- Diseño de investigación: La selección de una estrategia de investigación y el diseño de la investigación son factores clave en la investigación cualitativa. Se deben seleccionar métodos adecuados para la recopilación y análisis de datos, y se deben establecer los objetivos y preguntas de investigación claras.

- Selección de participantes: Es un factor importante para la calidad de los datos recopilados ya que los participantes deben ser seleccionados cuidadosamente en función de los objetivos de investigación y la población objetivo.
- Recopilación de datos: Implica la utilización de diferentes métodos, entre estos la observación, entrevistas, grupos focales y análisis de documentos. Es importante que los datos sean relevantes y suficientes para responder las preguntas de investigación.
- Análisis de datos: Es necesaria la identificación de patrones, temas y relaciones en los datos y se utilizan técnicas como el estudio de contenido, la codificación y la categorización para analizar los datos.
- Validación de los datos: Factor fundamental en la investigación cualitativa, donde los investigadores deben asegurar que los datos sean precisos y confiables, así como tomar medidas para reducir la subjetividad y el sesgo en el análisis.

En este orden de ideas, investigación cualitativa es un enfoque primordial que permitirá comprender las experiencias, opiniones y comportamientos de la población objeto de estudio.

6.3. Tipo de Estudio

Los estudios propuestos para el presente proyecto obedecen a un orden observacional - estudio descriptivo (Cualitativo) y analítico (Cuantitativo).

6.3.1 Estudio Descriptivo

Encontramos estudios de orden transversal, los cuales establecen un corte de tiempo determinado para la realización de la investigación, este corte suele ser “in situ”, es un tipo de

estudio conveniente para conocer la realidad actual de un fenómeno determinado. Por ende, es pertinente enmarcar el estudio dentro de este tipo.

Se considera que el estudio Descriptivo-transversal es conveniente para el trabajo planteado, ya que permite utilizar los datos recolectados durante la aplicación de la investigación para conocer las expectativas y necesidades que los entrevistados encuentran pertinentes en pro de complementar el gremio de las firmas contables en el sector de Jamundí y sus zonas de impacto aledañas. Donis (2013), define este tipo de estudios de la siguiente forma:

Por definición, los estudios descriptivos no tienen grupo de comparación o grupo control y se enfocan sobre: persona, lugar y tiempo o sobre el agente, el hospedador y el ambiente. En ambos casos debe responder las 5 preguntas básicas: “Quién”, “qué”, “porqué”, “cuándo” y “dónde”, y opcionalmente: “y así Que”. En este tipo de estudios el mensaje clave es describir o explorar las características de una población, permitiendo así el desarrollo de nuevos estudios derivados de estos resultados. (p. 78).

Desde la óptica de Hernández, Fernández y Baptista (2014) los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, comunidades, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (pág. 92). Por ende, es un tipo de estudio que permitirá delimitar la población hacia la cual se encontrará dirigido el servicio, conociéndola en detalle por medio de una caracterización que permitirá un mayor acercamiento a su subjetividad, para así, poder conciliar la mejor oferta de acuerdo con sus necesidades.

6.3.2 Estudio Analítico

Los estudios analíticos buscan establecer una relación causal entre un factor de riesgo y un efecto. Es importante que estos estudios sean observacionales, lo que significa que el investigador no interviene en los grupos de estudio y deja que sigan su evolución natural. Para que los resultados sean válidos, es necesario un diseño cuidadoso que controle los sesgos y factores de confusión desde el inicio.

Los estudios analíticos se pueden clasificar en estudios de casos y controles donde se mide la prevalencia de exposición a un factor y se compara para determinar si la exposición es un factor de riesgo o protector. Los estudios de casos y controles son útiles para estudiar afecciones raras y con intervalos prolongados entre la exposición y el desenlace, así como para evaluar intervenciones y diversos programas. Por otro lado, existen los estudios de cohortes que implican la identificación y seguimiento de uno o más grupos de individuos con un determinado nivel de exposición para detectar y cuantificar la aparición del evento de interés a lo largo del tiempo. La palabra "cohorte" se refiere a un conjunto de personas que comparten una determinada exposición y evolucionan juntas a lo largo del tiempo, para su diseño se recoge información a nivel individual sobre la exposición y se establece un mecanismo de seguimiento para detectar la aparición del evento de interés y la posible salida o abandono del estudio. El seguimiento permite cuantificar la frecuencia e incidencia del evento en las distintas cohortes, así como considerar e incorporar cambios en el nivel de exposición y otros factores de riesgo relevantes.

6.4. Método Inductivo

El método inductivo es un proceso de razonamiento que parte de la observación y la experimentación de casos específicos para llegar a una conclusión general o teoría. Este método se caracteriza por ser flexible, tentativo y probabilístico, ya que se basa en la probabilidad de que los patrones observados se repitan en otros casos similares. El método inductivo se utiliza en diversos campos del conocimiento y de la investigación, como la investigación científica, las ciencias sociales, el estudio de mercado y la investigación de campo. Es importante destacar que las conclusiones a las que se llega mediante el método inductivo son tentativas y pueden ser revisadas en función de nuevas observaciones y experimentos.

El método inductivo se conoce como experimental y sus pasos son: 1) Observación, 2) Formulación de hipótesis, 3) Verificación, 4) Tesis, 5) Ley y 6) Teoría. La teoría de la falseación funciona con el método inductivo, por lo que las conclusiones inductivas sólo pueden ser absolutas cuando el grupo a que se refieran será pequeño (...) Como sólo es posible realizar inducciones perfectas en grupos reducidos, francamente se emplean inducciones imperfectas, sistema en el cual se observa la muestra de un grupo y se infiere de ella lo que es típico del grupo entero (Dávila, 2006, p. 184).

Debido a lo anterior, este tipo de razonamiento ocupa un papel de importancia dentro de la investigación planteada, ya que por medio de él será posible hallar las conclusiones acertadas de la investigación, lo anterior haciendo uso del método correcto para recopilar la información como se mencionó previamente. Se parte de datos y premisas específicas que pueden conducir de forma fiable a juicios generales, todo esto utilizando los análisis y estudios de diversas mipymes

constituidas dentro del municipio de Jamundí - Valle y que puedan brindar información a través de las técnicas de estudio aplicadas (entrevistas) y análisis del mercado.

6.5. Fuentes de Información

Por fuentes de información nos referimos a aquellos documentos que contienen los datos que se convierte en el fundamento esencial y útil para la demanda de información o conocimiento. Dichas fuentes se dividen en dos categorías: primarias y secundarias.

6.5.1. Fuentes de Información Primaria

En las fuentes primarias se clasificará la información resultante de las entrevistas aplicadas a los funcionarios de las mipymes resididas en Jamundí – Valle como primera fase de la investigación, en la cual se realizará un acercamiento a este segmento y se aplicarán entrevistas estructuradas, es decir mediante una base de preguntas definidas previamente con opción de respuestas abiertas y cerradas que permitan combinar aspectos cualitativos y cuantitativos. Se consolidarán y tabularán los resultados (opiniones, ideas, necesidades, comportamiento del sector) para tenerlos en cuenta a la hora de materializar la firma descrita en el presente documento.

6.5.2. Fuentes Secundarias

Para el estudio de fuentes secundarias resulta pertinente profundizar en aquellos documentos que se encuentran relacionados de forma directa con las fuentes primarias y con el objeto de estudio de la presente investigación. Lo anterior incluye referencias que realicen alusión a: administración, finanzas, mercadeo, económica, investigación de mercados y demás

tópicos relacionados las cuales se evidencian en revistas científicas, textos académicos, comunicados de prensa, bases de datos estadísticas (DANE), entre otras relacionadas.

6.6. Universo de Estudio

El universo seleccionado como fuente para la elaboración de esta investigación corresponde al mencionado en apartados anteriores: Cantidad de empresas del municipio de Jamundí registradas en la Cámara de Comercio de Cali durante el año 2020 clasificadas como mipymes (1528 empresas), concepto definido por el Ministerio de Comercio de Colombia como empresa micro, pequeña o mediana que no genera los mismos ingresos anuales que las grandes organizaciones, es decir que su categorización no se basa en su tamaño o cantidad de trabajadores, sino en sus ventas brutas y valor de activos. Sobre la población indicada con anterioridad se aplicaran técnicas de estudio que permitirán evaluar y determinar la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios en materia de la ciencia contable donde se pretende conocer en términos generales el comportamiento del mercado.

6.6.1. Muestra

Teniendo en cuenta la población objeto de estudio de 1.528 mipymes en Jamundí al 2020 (SICO, Cámara de comercio, 2020), es necesario ubicar una muestra con la cual se pueda proceder a la realización del trabajo de campo. Se procederá a aplicar la siguiente fórmula para el análisis de poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + NE^2}$$

n =Muestra

N =Tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = error estimado

6.6.1.1. Cálculo de la Muestra. Se relaciona el detalle de los criterios que se tuvieron en cuenta para el cálculo de la muestra, así como el respectivo resultado.

Tabla 2

Determinación de la muestra

Para una población de N = 1528 Mipymes - Jamundí 2020	
Criterio	Resultado
Z	80%
Za2	1.28
p	50%
q	50%
e	15%
n	19

Nota: Información resultante de recálculos propios

Una vez efectuado el cálculo, se obtiene como resultado una muestra de 19 mipymes que operan en el municipio de Jamundí sobre las cuales se aplicaran las entrevistas a sus respectivos representantes. Frente a estos individuos se planteará la gran interrogante ¿se encuentra interesado (a corto o mediano plazo) en adquirir los servicios de asesorías que prestará la firma?

6.7. Instrumentos y Técnicas para la Recolección de la Información

Para la recolección de la información se utilizarán tres instrumentos que aportan y se relacionan a la metodología de investigación definida. En primera instancia se realizará un acercamiento a la realidad en la forma de operación de las mipymes en general que capten la atención del investigador y se identifiquen como posibles clientes potenciales, para lo mencionado se utilizará el instrumento de la observación directa la cual se llevará a cabo en el sitio donde estas organizaciones cotidianamente desarrollan sus actividades. El abordaje de esta

técnica se considera importante ya que al mismo tiempo permite conocer el entorno en el cual se llevará a cabo la investigación y posibilita recorrer el entorno tanto interno como externo de las empresas, gracias a lo cual, el investigador se familiarizará a la cultura organizacional de la mipyme y su proceder administrativo.

Como segundo instrumento, se aplicará el diligenciamiento de un formulario estructurado mediante entrevistas dirigidas a los empresarios y/o directivos que acepten ser parte de este proceso de investigación completando así el tamaño de la muestra determinada. Este formulario permitirá conocer con mayor especificidad las necesidades de este sector en específico, información acerca de las condiciones integrales de la organización y sus expectativas frente a una firma que propone ofrecer servicios orientados a la ciencia contable.

Por último, se realizará la exploración bibliográfica a través de material documental físico y por medio de vigilancia tecnológica con el fin de conocer los avances científicos y tecnológicos en torno al sector en el que la firma pretende desenvolverse, además, entender las limitaciones legales que esta posee y el marco jurídico dentro del cual se encontrará amparada. Es importante mencionar que esta validación también permite conocer experiencias de firmas similares o proyectos relacionados en distintas localidades para lo cual se definirá una propuesta de valor sobresaliente que permita captar la atención de los usuarios (clientes) y genere alta competitividad en el sector.

6.8. Tratamiento de la Información

Una vez recolectada la información se procederá al análisis de la misma, para esto se realizarán tabulaciones y gráficas mediante el uso de herramientas estadísticas que permitirán clasificar los hallazgos obtenidos tras la aplicación de los instrumentos y técnicas de recolección

de la información. Los resultados serán utilizados para sustentar la proyección de la firma a emprender, satisfaciendo las necesidades halladas dentro de la población objeto de estudio.

7. Factores que Inciden en la Creación de una Firma de Contadores Públicos en Colombia

7.1 Entorno Económico

La economía colombiana ha experimentado cambios significativos en las últimas décadas, desde la liberalización económica en los años 90 hasta la implementación de políticas macroeconómicas prudentes y sostenibles. Durante los últimos años, el crecimiento económico ha sido moderado pero constante, para el 2019, el PIB creció un 3,3%, mientras que en 2020 se contrajo en un 6,8% producto de la emergencia sanitaria de COVID-19. Sin embargo, para el 2021 se refleja un crecimiento del 10,6% respecto al 2020 generando así una recuperación parcial post pandemia cerrando con un pronóstico de crecimiento del 4% para el 2022. De acuerdo a ciertas publicaciones del Banco Mundial, “el PIB creció sólidamente a una tasa de 7,5% en 2022, pero la economía se sobrecalentó con la actividad operando por encima de su potencial, una inflación acelerada, y un alto déficit de cuenta corriente”.

En contexto general, el país afronta grandes retos para una recuperación económica sólida y se espera que dicho crecimiento se mantenga en una senda positiva. En este sentido, las políticas fiscales y monetarias adoptadas por el gobierno y el Banco Central de Colombia tendrán un papel crucial para mantener el impulso de la economía. Es de considerar como factores importantes el precio del petróleo, ya que es uno de los principales productos de exportación en Colombia, el comercio internacional con la firma de nuevos acuerdos comerciales que le permitan al país ampliar su mercado y aumentar sus exportaciones. Actualmente (2023), Colombia ha logrado desarrollar sectores exportadores como el café, las flores, los textiles, la

minería, entre otros. La inversión extranjera también ha sido un factor importante en la economía colombiana, con enfoque en los sectores del petróleo, la minería y la infraestructura.

Otro aspecto importante de la economía colombiana es su diversificación. Colombia es un país que ha logrado diversificar su economía, pasando de ser un exportador de materias primas a un país con una amplia gama de sectores económicos. El país ha logrado desarrollar sectores como el de servicios, el turismo y la tecnología, entre otros.

7.1.1 Comportamiento del PIB

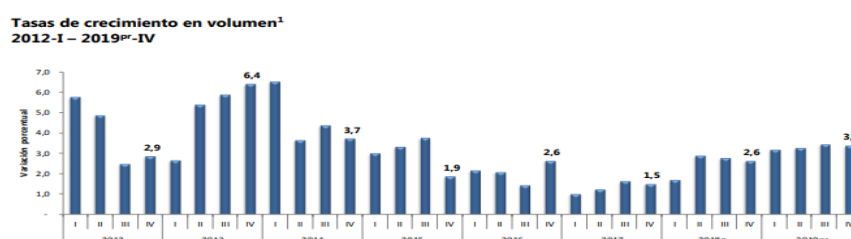
Como se ha mencionado previamente, el PIB de Colombia ha tenido un comportamiento mixto en los últimos años, con algunas fluctuaciones importantes. En 2017, la economía colombiana creció un 1,8%, en 2018 el crecimiento fue del 2,5%, y en 2019 se registró un crecimiento del 3,3%. Sin embargo, en 2020, debido a la emergencia sanitaria del COVID-19 y las medidas de confinamiento que se implementaron para controlar la propagación del virus, el PIB de Colombia se contrajo en un 6,8%, su peor caída en la historia.

Es importante destacar que antes de la pandemia, la economía Colombiana estaba en una senda de crecimiento sostenido, con una tasa de crecimiento promedio del 3% en los últimos años. Además, durante este período, se implementaron políticas macroeconómicas prudentes y sostenibles, se firmaron acuerdos comerciales internacionales y se mejoró la infraestructura del país, lo que permitió una mayor apertura al comercio y a la inversión extranjera. El gobierno ha implementado medidas fiscales y monetarias para estimular la economía, como la reducción de la tasa de interés y la implementación de programas de ayuda para las empresas y los trabajadores afectados por la crisis. Además, la economía global está mostrando signos de recuperación, lo que podría beneficiar a la economía colombiana.

El PIB de Colombia creció un 3,3% en 2019 en comparación al 2020. Los sectores que más contribuyeron a este crecimiento fueron el comercio, transporte y alojamiento (4,9% de crecimiento y 0,9 puntos porcentuales de contribución), la administración pública y educación (4,9% de crecimiento y 0,8 puntos porcentuales de contribución) y las actividades profesionales y técnicas (3,7% de crecimiento y 0,3 puntos porcentuales de contribución):

Figura 3

Producto interno Bruto IV Trimestre del 2019



Nota: DANE, Cuentas nacionales 2019.

Tabla 3

Tasas de crecimiento por actividad económica en el 2019

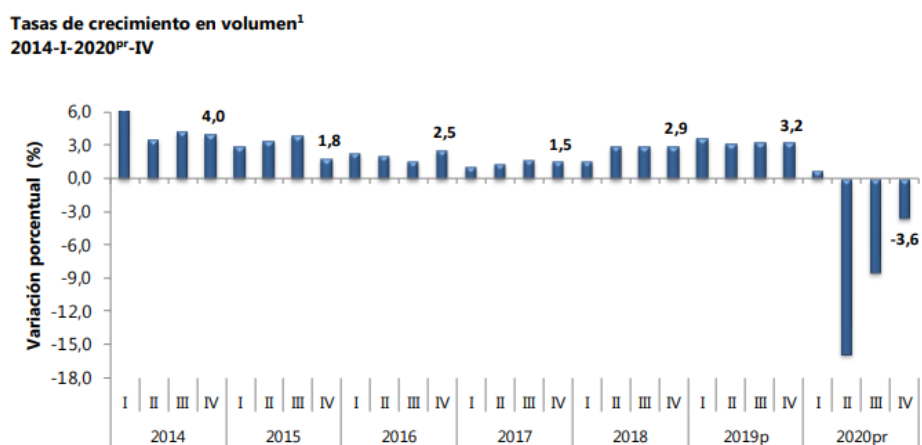
Actividad económica	Tasas de crecimiento		
	Serie original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Año corrido	Anual	Trimestral
	2019 ^{pr} / 2018 ^p	2019 ^{pr} - IV / 2018 ^p - IV	2019 ^{pr} - IV / 2019 ^{pr} - III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	2,0	3,9	1,5
Explotación de minas y canteras	2,1	2,0	-0,7
Industrias manufactureras	1,6	1,4	0,6
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	2,8	2,7	0,3
Construcción	-1,3	-0,1	1,9
Comercio al por mayor y al por menor ³	4,9	4,7	0,2
Información y comunicaciones	1,7	0,4	1,2
Actividades financieras y de seguros	5,7	4,6	-1,6
Actividades inmobiliarias	3,0	2,8	0,6
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	3,7	3,6	0,0
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	4,9	4,9	1,7
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁶	3,4	2,4	0,0
Valor agregado bruto	3,2	3,2	0,4
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	4,6	5,3	1,0
Producto Interno Bruto	3,3	3,4	0,5

Nota: DANE, Cuentas nacionales

Para el 2020, el Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia decreció en un 6,8% respecto al año anterior. Las actividades económicas que más contribuyeron a esta dinámica fueron el comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos, transporte y alojamiento, los cuales decrecieron en un 15,1%. Además, la construcción disminuyó en un 27,7% y la explotación de minas y canteras en un 15,7%:

Figura 4

Producto interno Bruto IV Trimestral del 2020



Nota: DANE, Cuentas nacionales 2020

Tabla 4

Tasas de crecimiento por actividad económica en el 2020

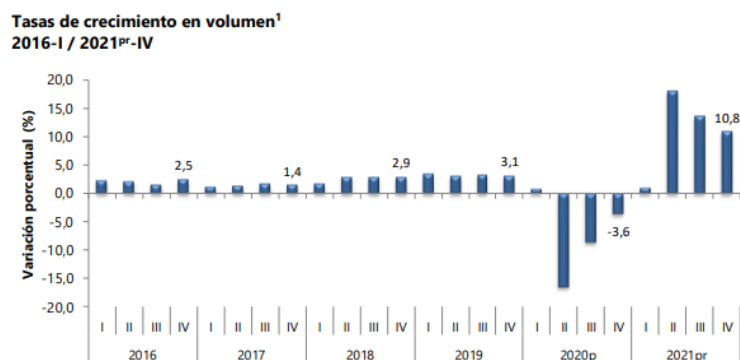
Actividad económica	Tasas de crecimiento		
	Serie original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2020 ^{Pr} / 2019 ^{Pr}	2020 ^{Pr} - IV / 2019 ^{Pr} - IV	2020 ^{Pr} - IV / 2020 ^{Pr} - III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	2,8	3,4	1,3
Explotación de minas y canteras	-15,7	-19,3	-1,6
Industrias manufactureras	-7,7	-0,2	7,3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	-2,6	-0,9	3,4
Construcción	-27,7	-27,7	-0,2
Comercio al por mayor y al por menor ³	-15,1	-6,6	17,8
Información y comunicaciones	-2,7	-3,9	-1,0
Actividades financieras y de seguros	2,1	2,9	0,0
Actividades inmobiliarias	1,9	1,8	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	-4,1	-2,5	3,2
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	1,0	3,3	4,4
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁶	-11,7	-7,3	7,7
Valor agregado bruto	-6,9	-3,7	6,1
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	-6,1	-3,0	6,1
Producto Interno Bruto	-6,8	-3,6	6,0

Nota: DANE, Cuentas nacionales 2020

El Producto Interno Bruto (PIB) del país creció en un 10,6% en el 2021 frente al periodo inmediatamente anterior. Las actividades económicas que más contribuyeron al valor agregado fueron el Comercio al por mayor y al por menor, la reparación de vehículos automotores y motocicletas, el transporte y almacenamiento y los servicios de alojamiento y comida:

Figura 5

Producto interno Bruto IV Trimestre del 2021



Nota: DANE, Cuentas nacionales 2021

Tabla 5

Tasas de crecimiento por actividad económica en el 2021

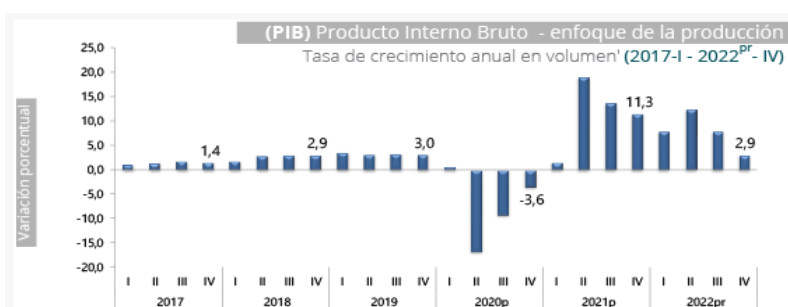
Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2021 ^{pr} / 2020 ^p	2021 ^{pr} - IV / 2020 ^p - IV	2021 ^{pr} - IV / 2021 ^{pr} - III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	2,4	1,4	0,9
Explotación de minas y canteras	0,4	8,2	2,8
Industrias manufactureras	16,4	11,7	2,0
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	5,1	5,7	1,1
Construcción	5,7	6,2	4,3
Comercio al por mayor y al por menor ³	21,2	21,2	4,6
Información y comunicaciones	11,2	18,1	4,7
Actividades financieras y de seguros	3,4	3,5	1,7
Actividades inmobiliarias	2,6	2,6	0,9
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	9,7	10,1	-0,3
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	6,9	6,5	1,0
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁶	33,0	31,6	4,0
Valor agregado bruto	10,3	10,5	4,1
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	13,5	13,8	3,4
Producto Interno Bruto	10,6	10,8	4,3

Nota: DANE, Cuentas nacionales 2021

Al cierre del 2022, el PIB aumenta en un 7,5% respecto a 2021, donde las actividades de comercio al por mayor y al por menor, la reparación de automóviles y motocicletas, el transporte, almacenamiento, los servicios de alojamiento y alimentación y la industria manufacturera se destacan por aportar en gran medida al crecimiento económico de dicho periodo:

Figura 6

Producto interno Bruto IV Trimestre del 2022



Nota: DANE, Cuentas nacionales

Tabla 6

Tasas de crecimiento por actividad económica en el 2022

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2022 ^{pr} / 2021 ^p	2022 ^{pr} -IV / 2021 ^p -IV	2022 ^{pr} -IV / 2022 ^{pr} -III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-1,9	-4,2	-1,3
Explotación de minas y canteras	0,6	-1,7	-1,4
Industrias manufactureras	9,8	2,7	-1,9
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	4,1	1,5	0,2
Construcción	6,4	-1,9	-2,5
Comercio al por mayor y al por menor ³	10,7	1,0	-1,5
Información y comunicaciones	14,2	5,7	-0,7
Actividades financieras y de seguros	6,5	8,4	1,6
Actividades inmobiliarias	2,0	2,0	0,4
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	8,3	3,9	-0,7
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	4,9	1,4	0,3
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁶	37,9	40,5	7,5
Valor agregado bruto	7,2	2,5	0,5
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	10,1	6,5	-0,3
Producto Interno Bruto	7,5	2,9	0,7

Nota: DANE, Cuentas nacionales

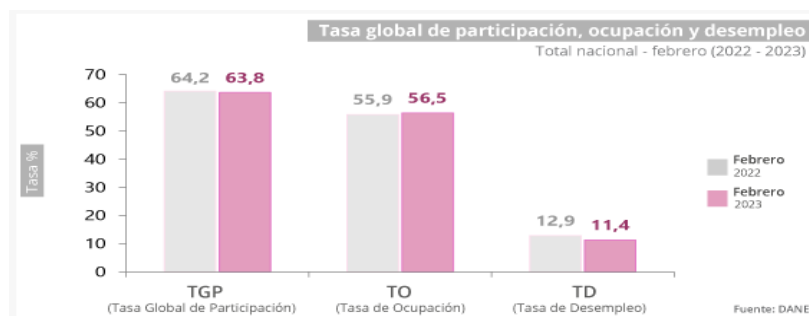
7.1.2 Desempleo

A raíz de la pandemia de COVID-19 se ha visto afectada significativamente la economía de Colombia, lo cual ha incrementado el nivel de desempleo. A pesar de esto, el Gobierno ha implementado medidas para tratar de reducir el resultado de este indicador, como programas de empleo temporal y de capacitación laboral, así como incentivos para la creación de nuevas empresas y la generación de empleo.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la tasa de desempleo en Colombia en el mes de febrero de 2023 fue del 11,4%. Esta cifra representa un aumento con respecto al mismo período del 2022 cuando la tasa de desempleo fue del 12,9%. Sin embargo, es importante destacar que la tasa de desempleo puede variar dependiendo de la región y el sector económico en el que se analice. Por ejemplo, el desempleo en las zonas rurales del país suele ser más alto que en las ciudades, y algunos sectores como el turismo o la construcción pueden presentar mayores tasas de desempleo en comparación con otros sectores como la tecnología o las finanzas:

Figura 7

Tasa global de participación, ocupación y desempleo feb/22 – feb/23



Nota: DANE, Cuentas nacionales

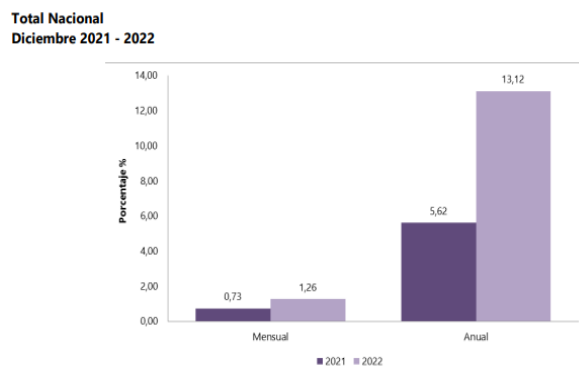
Para el trimestre de diciembre 2022 - febrero de 2023, la tasa de desempleo en las 13 ciudades y áreas metropolitanas de Colombia disminuyó a 12,3%, lo que representa una reducción de 0,7% en comparación con el mismo período del año anterior. Además, la tasa de participación y ocupación aumentaron en 1,4% y 1,7% respectivamente. Estos datos muestran una mejoría en el mercado laboral de las ciudades y áreas metropolitanas.

7.1.3 Inflación

En los últimos años, la inflación en Colombia ha presentado una tendencia creciente. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la tasa de inflación en 2020 fue del 1,61% la cual se encuentra estrechamente relacionada a la situación de la emergencia sanitaria, mientras que en 2021 fue del 5,6%. Al cierre del 2022 IPC registró una tasa mensual del 1,26%, mientras que la cifra anual cerró en 13,12%, impulsada principalmente por el aumento en los precios de alimentos y bebidas no alcohólicas y de restaurantes y hoteles. En particular, los mayores incrementos de precios se observaron en subclases como arracacha, ñame y otros tubérculos, cebolla y yuca, mientras que las subclases de panela cruda, agua mineral y concentrados para preparar refrescos experimentaron los menores incrementos. Los precios de las comidas preparadas fuera del hogar y las bebidas calientes también aumentaron significativamente:

Figura 8

Variaciones en el IPC 2021 - 2022



Nota: Información tomada del DANE

7.1.4 Tasa de Interés

El Banco de la República está implementando una política contractiva que ha llevado a un aumento del tipo de interés en Colombia, pero además las instituciones bancarias están incrementando el “spread” que se define como la diferencia entre la tasa efectiva anual de los intereses pasivos y la tasa activa, y es una de las principales fuentes de rentabilidad para las entidades financieras. Actualmente (2023), el spread se encuentra en máximos históricos, lo que está impactando significativamente en la tasa de interés que pagan las empresas y familias por los créditos.

7.2 Entorno Sociocultural

El municipio de Jamundí, solía tener una población e infraestructura muy baja en la zona urbana. Sin embargo, a medida que la violencia, los desastres naturales y otros factores comenzaron a afectar otras regiones del país, las personas comenzaron a buscar un lugar seguro y con mejores oportunidades para vivir. Desde décadas atrás, el municipio empezó a recibir

migrantes provenientes de otras regiones y ciudades de Colombia, incluso del extranjero.

Jamundí se ha convertido en una zona muy atractiva por la cercanía con la ciudad de Cali y otros centros industriales, así como por la disponibilidad de vivienda a precios más asequibles. La llegada de nuevos pobladores ha impulsado la construcción de nuevas viviendas, la mejora de la infraestructura urbana y la consolidación de servicios como la educación, la salud y la seguridad, lo que ha impulsado su crecimiento sociocultural.

Las actividades culturales y turísticas del municipio de Jamundí, atraen a visitantes y generan ingresos económicos para el mejoramiento de la localidad. Entre los lugares y actividades más representativas del municipio se encuentran el Parque del Cholado, eventos culturales en la Casa de la Cultura y el Parque Palacé, el Cine-Club la Carreta, el festival de música campesina, las ferias en las zonas rurales y el casco urbano de Jamundí, y diversas rutas turísticas que muestran la flora, fauna, comida típica y arquitectura del lugar. Todos los eventos artísticos y culturales, son realizados con el fin de socializar un ambiente de sano esparcimiento a propios y extraños, y son dirigidos por agentes de la policía, miembros de los organismos de socorro del municipio, encargados ambientales, entre otros, que brindan guía, educación y seguridad a todos los asistentes.

7.3 Entorno Político – Legal

7.3.1 Leyes que Fomentan la Creación de Nuevas Empresas en Colombia:

La Constitución Política Colombiana establece que las empresas tienen una función social y sus respectivas obligaciones, por tal razón existen diversas leyes a tener en cuenta al momento de su creación, entre estas:

La ley mipyme: también conocida como Ley 590 del 10 de julio de 2000, la cual busca crear un entorno institucional favorable para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia. Esta ley incluye políticas y programas de promoción de mipymes en el Plan Nacional de Desarrollo, con el objetivo de eliminar obstáculos que impidan el acceso al financiamiento institucional. Además, se autoriza al Fondo Nacional de Garantías a destinar recursos a las pequeñas y medianas empresas y se obliga a los municipios y departamentos a establecer regímenes impositivos especiales para estimular la creación y fortalecimiento de las mismas.

La ley de fomento a la cultura del emprendimiento (1014 de 2006): tiene como objetivo principal promover el espíritu emprendedor en todos los niveles educativos del país, a través de una cátedra de emprendimiento y la creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo. De igual forma, busca fomentar la cultura de la cooperación, el ahorro y diversas formas de asociatividad, con el fin de contribuir al crecimiento de la economía del país. El marco institucional de la ley está compuesto por la Red Nacional de Emprendimiento y la Red Regional para el Emprendimiento, que trabajarán en conjunto para incentivar el desarrollo del país. El Estado establece sus obligaciones para posibilitar la protección y garantía de esta ley, y buscará acuerdos con entidades financieras para hacer que los planes de negocios de nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito. Además, se promoverán estudios de emprendimiento para conocer el nivel nacional y regional de creación, promoción y apoyo a las empresas emergentes.

Ley 2069 del 2020 sobre el fomento del emprendimiento en Colombia, donde el congreso de la república plantea un marco de regulación para incentivar el emprendimiento y crecimiento de las empresas con enfoques sostenibles para generar mayor nivel de bienestar social y equidad.

Ley de ciencia y tecnología: conocida como la Ley 29 de 1990, es aquella que establece el marco para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico en Colombia, así como la promoción de empresas basadas en la innovación y el desarrollo tecnológico. Esta ley regula las disposiciones para el establecimiento de incubadoras de empresas y parques tecnológicos en el país. A través de los decretos 393, 591 y 585 de 1991 se establecen las modalidades de asociación y los tipos de proyectos que pueden ser incluidos como actividades científicas y tecnológicas. La ley tiene como objetivo la creación y el apoyo a incubadoras de empresas de base tecnológica, y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología se establece como el organismo de dirección y coordinación para su desarrollo.

Ley de racionalización del gasto Público (344 de 1996): básicamente promueve la creación de empresas y el desarrollo productivo, y el Sena puede ejecutar directamente los programas o hacer convenios con otras entidades o centros de desarrollo tecnológico. Esta normativa establece en su Artículo 16 que el Sena debe destinar el 20% de sus ingresos a programas de competitividad y desarrollo tecnológico productivo y se da origen a la creación del Fondo Emprender.

Para la creación específica de una empresa dedicada a la prestación de servicios relacionados a la ciencia contable, es importante tener presente que serán sujetas a la vigilancia de la Junta Central de Contadores y deben cumplir con sus normas de registro. Aquellas que no estén registradas bajo la vigilancia de la Junta podrían estar infringiendo la ley tal como se menciona en el artículo 20 del decreto 1510 de 1998 en donde además se indica que dicha inscripción se realizará en un término máximo de 90 días después de la constitución de la sociedad (registro ante Cámara de Comercio).

Además, con base a la ley 43 de 1990 “acerca de las Sociedades de Contadores Públicos” se deben de tener en cuenta las siguientes consideraciones: El artículo 2 de la Ley en mención establece que las actividades relacionadas con la ciencia contable en general incluyen la organización, revisión y control de contabilidades, certificaciones y dictámenes sobre estados financieros, así como servicios de auditoría, asesoría tributaria y gerencial. Los Contadores Públicos y las sociedades de Contadores Públicos pueden contratar la prestación de servicios de estas actividades, y estos servicios serán prestados por Contadores Públicos o bajo su responsabilidad. Sin embargo, no se les permite servir de intermediarios en la selección y contratación de personal que se dedique a estas actividades en empresas que utilicen sus servicios de revisoría fiscal o auditoría externa.

Así mismo, el artículo 4 define una "sociedad de Contadores Públicos" como una entidad jurídica cuyo objetivo principal es proporcionar servicios relacionados con la ciencia contable en general, a través de sus miembros y empleados, o mediante contratos con otros contadores públicos. Además, establece que en dichas sociedades, el 80% o más de los socios deben ser contadores públicos.

Teniendo en cuenta que el proyecto de empresa a constituir se clasifica como una sociedad por acciones simplificada “S.A.S.” se deberá de tener en cuenta lo estipulado en la ley 1258 de 2008. Las características principales de este tipo de sociedad según lo indica la Cámara de Comercio de Cali corresponden a que se pueden constituir mediante contrato o acto unilateral en un documento privado, que debe ser autenticado antes de la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio. Además, si los activos aportados a la sociedad incluyen bienes que requieren escritura pública para transferirse, la constitución también debe hacerse por escritura y registrarse en los registros correspondientes. Respecto a las obligaciones tributarias,

se rige por las mismas reglas que las sociedades anónimas y es de tener en cuenta que las acciones y otros valores emitidos no pueden inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

7.3.2 Trámites Requeridos para la Creación de una S.A.S. en Colombia:

Tabla 7

Matriz de requerimientos para la creación de una S.A.S.

#	Requisitos de constitución:
1	Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen). Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
2	El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
3	El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
4	Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
5	El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
6	La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.
#	Compromisos con el registro mercantil
1	Verificar que no figure matriculada otra sociedad, establecimiento de comercio, entidad sin ánimo de lucro del sector solidario, a nivel nacional, con un nombre idéntico. Lo puede verificar en las terminales de auto consulta dispuestas en los Centros de Atención Empresarial CAE de la Cámara de Comercio de Cali o a través del sitio web www.rues.org.co .
2	Diligenciar el formato de solicitud de inscripción
3	Diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial y Social RUES, suministrando en forma exacta los datos solicitados. El formulario debe estar firmado por el representante legal.

- 4 Diligenciar el formulario del RUT. Adjuntar fotocopia del documento de identidad del representante legal.
- 5 Diligenciar el formulario adicional de registro con otras entidades (para personas jurídicas con domicilio en Cali o Yumbo).
- 6 Adjuntar documento de constitución. Tenga en cuenta que si se aportan bienes inmuebles, deberá hacerse por escritura pública.
- 7 Certificación para acreditar los requisitos de la Ley 1780 de 2016, en caso de cumplirlos.
- 8 Presentar todos los documentos anteriormente mencionados en cualquier sede de atención al público de la Cámara de Comercio de Cali a través del servicio virtual de inscripción de actos y documentos y cancelar los derechos de inscripción a que hubiere lugar.
- 9 Diligenciar el formato de solicitud de registro de libros de registro de socios o accionistas y libro de actas de junta de socios o asamblea, indicando el nombre de la sociedad, Empresa Asociativa de Trabajo o Empresa Unipersonal, el destino de cada libro y el número de hojas debidamente firmado por el representante legal.

#	Durante el ejercicio de actividades económicas
1	Cumplir con las normas referentes al uso de suelo, destinación o finalidad para la que fue construida la edificación y su ubicación.
2	Mantener vigente la matrícula mercantil de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción donde se desarrolle la actividad. Esto implica cumplir con el deber de renovarla anualmente dentro del término legal.
3	La comunicación de la apertura del establecimiento al comandante de estación o subestación del lugar donde funciona el mismo.
#	Compromisos tributarios según aplique
1	Impuesto sobre la Renta y Complementarios.
2	Impuesto de Valor Agregado IVA.
3	Retención en la Fuente.
4	Impuesto de Industria y Comercio.
5	Gravámenes a movimientos financieros.

Nota: elaboración propia con datos de la Cámara de Comercio de Cali

7.4 Entorno Tecnológico:

En la actualidad se destaca la importancia de la tecnología y su impacto en el mundo laboral, en donde la transición del mundo analógico al mundo digital ha transformado la forma de trabajo y ha dinamizado la creación de nuevos empleos y oportunidades. Además, la incorporación de la Inteligencia Artificial en diversas áreas de las empresas está generando una

revolución en la forma en que se gestionan los negocios, cambios en el mercado laboral que han llevado a las empresas y sus funcionarios a desarrollar nuevas competencias para un proceso de adaptación. En este orden de ideas, es fundamental que los trabajadores se encuentren capacitados y conozcan la funcionalidad de las últimas tecnologías en pro de garantizar la adaptación al cambio.

Actualmente (2023), la inversión tecnológica se considera como factor clave en las empresas Colombianas para mantenerse competitivas en un mercado de constante evolución y ha generado un impacto positivo con la consecución de ventajas en el ámbito laboral, entre estas se pueden resaltar:

- Reducción de distancias y eficiencia en los tiempos: la tecnología permite a los trabajadores realizar sus actividades desde cualquier parte del mundo, gracias al desarrollo de nuevas aplicaciones y programas de gestión de tareas lo que a su vez facilita la creación de empresas con presupuestos reducidos.
- Mayor nivel de productividad: Se puede ayudar a reducir el tiempo de las tareas y hacerlas más eficientes, sin embargo, también puede generar nuevas cargas laborales.
- Generación de nuevas profesiones: La tecnología impulsa la creación de nuevas profesiones reinventando las tradicionales y se obliga a los trabajadores a adaptarse a nuevas formas de trabajo.
- Ofrece nuevos retos y fomenta la innovación: Se consigue simplificar procesos, reducir costos y fomentar la creatividad en la realización de tareas.

Dicho lo anterior, es importante resaltar que las empresas dedicadas a la prestación de servicios de asesorías contables incurren en una gran demanda de la tecnología y es clave la

destinación de recursos para la inversión en este aspecto. Es de aclarar que los servicios prestados por este tipo de firmas se realizan en su mayoría de los casos de forma remota, es decir, mediante el uso de equipos de cómputo y desarrollo de aplicativos y programas que permiten la fácil interacción con el cliente final. Por lo anterior, se considerará la adecuación de espacios que cuenten con este tipo de tecnologías y una adecuada administración de los sistemas de información a utilizar para el registro contable de las operaciones de los clientes, así como el acompañamiento en las necesidades Gerenciales. A continuación, se relaciona matriz con un breve resumen de los entornos evaluados:

Tabla 8

Matriz de evaluación de entornos

Entorno	Descripción	Impactos
Económico	Se realizan agro mercados y festivales de emprendedores en distintos sectores del municipio de Jamundí con la participación de agricultores y emprendedores de la zona urbana y corregimientos aledaños. Esta iniciativa en conjunto con otros programas definidos en el plan de desarrollo de Jamundí, han sido recibidos de forma positiva por los habitantes, quienes han asistido a los eventos realizados potenciando la compra de productos y servicios de los comerciantes. Se continuarán realizando periódicamente jornadas para que los emprendedores y habitantes de F10Jamundí puedan dar a conocer sus productos y obras.	*Aumento en la oferta de productos, servicios y obras de los comerciantes locales. *Generación de empleo para agricultores y emprendedores locales. *Aumento en el consumo de productos y servicios locales por parte de los habitantes de Jamundí.

Sociocultural	Jamundí es un territorio armónico mediante la implementación de actividades de cultura ciudadana que fomenten valores y prácticas de convivencia pacífica y democrática. Además, se desarrollarán subprogramas de consolidación de la paz cotidiana, emprendimiento y de promoción del deporte y la recreación en todos los sectores del municipio.	*Mejora en la convivencia y relaciones entre habitantes de Jamundí. *Fomento de valores y prácticas de convivencia pacífica y democrática. *Mejora en la calidad de vida de los habitantes a través de la promoción del deporte, la recreación y emprendimiento.
Político legal	La Ley MIPYME y la Ley de fomento a la cultura del emprendimiento promueven el desarrollo y crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas dentro del sector, brindando políticas y programas de promoción y acceso al financiamiento. Así mismo, la Ley de ciencia y tecnología incentiva la investigación científica y el desarrollo tecnológico, así como la promoción de empresas basadas en la innovación y el desarrollo tecnológico, lo cual puede ser de gran utilidad para la implementación de soluciones tecnológicas en el ámbito contable.	*La cátedra de emprendimiento y la creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo, promovida por la Ley de fomento a la cultura del emprendimiento, incentivan la formación y capacitación de los trabajadores en el área contable. *La creación y el apoyo a incubadoras de empresas de base tecnológica, promovida por la Ley de ciencia y tecnología, puede ser de gran utilidad para la implementación de soluciones tecnológicas en el ámbito contable.
Tecnológico	La tecnología y la Inteligencia Artificial están teniendo un impacto en el mundo laboral y empresarial. Es fundamental que los trabajadores estén capacitados y conozcan las herramientas digitales para adaptarse a los cambios en el mercado laboral.	*Mayor demanda de capacitación en habilidades digitales para trabajadores. *Aumento de oportunidades laborales en áreas tecnológicas. *Mejora en la productividad y eficiencia empresarial gracias a la incorporación de tecnología y herramientas digitales.

Nota: Información elaborada con datos tomados de la Alcaldía Municipal de Jamundí

8. Estudio de Mercado del Proyecto

8.1 Descripción general del Sector servicios en la actualidad

Desde la emergencia sanitaria, se ha presentado un efecto particularmente grave en las actividades terciarias (sector servicios), lo que llevó a una disminución tanto de la oferta como de la demanda debido a las restricciones gubernamentales de operación y movilidad. Esto resultó en un impacto significativo en sectores como el comercio, la reparación, el transporte y el alojamiento, así como en las actividades profesionales, científicas y técnicas. Estos sectores representaron aproximadamente el 25,2% del PIB y experimentaron una variación negativa del 15%, 4,3% y 11,5%, respectivamente, en comparación con el año 2019. Por lo anterior, se activaron recursos en nombre del Fondo de Mitigación de Emergencia (FOME) por alrededor de 40,5 billones de pesos para atender la pandemia, y con ello, proteger al empleo y reactivar la economía (ANDI, 2020, p.97).

No obstante, las firmas de “servicios contables” en Colombia han experimentado un crecimiento significativo en los últimos años producto de la complejidad de las normas contables y tributarias que han llevado a las empresas a buscar la ayuda de profesionales en esta ciencia para mantener sus registros y cumplir con sus obligaciones fiscales. Además, la creciente necesidad de información financiera precisa y oportuna ha aumentado la demanda de servicios contables especializados, como la auditoría, la consultoría, entre otros servicios relacionados.

Sin embargo, es importante reconocer que también han surgido desafíos para el sector, entre estos: una competencia cada vez mayor y la necesidad de mantenerse actualizado en un entorno cambiante y cada vez más tecnológico. En respuesta a lo anterior, muchas empresas de índole contable en el país han comenzado a invertir en tecnología y herramientas de

automatización para mejorar la eficiencia y la calidad de sus servicios. En general, se espera que las empresas dedicadas a la ciencia contable en Colombia continúen creciendo a medida que las organizaciones buscan profesionales contables para ayudarles a cumplir con sus obligaciones fiscales y financieras, y a enfrentar los desafíos cada vez mayores de un entorno empresarial cambiante.

8.1.1. Factores que Mueven al Mercado en Términos de Calidad, Precios, Servicio e Imagen

La combinación de conocimientos técnicos sólidos, experiencia y trayectoria, tecnología avanzada, habilidades de comunicación efectivas, ética profesional, adaptabilidad y flexibilidad son los factores clave que contribuyen a prestar servicios contables con altos estándares de calidad como se detalla a continuación:

1. Conocimientos y habilidades técnicas: Los profesionales contables deben tener un conocimiento profundo y actualizado de las normas contables y tributarias, así como habilidades técnicas sólidas para llevar a cabo tareas contables complejas con precisión y eficiencia.
2. Experiencia y trayectoria: la experiencia y la trayectoria de una empresa de servicios contables son factores importantes que inspiran confianza y credibilidad entre los clientes.
3. Tecnología y herramientas: las empresas de servicios contables deben estar equipadas con tecnología avanzada y herramientas de software para realizar sus tareas de manera eficiente.

4. Comunicación clara y eficaz: la comunicación es clave en el éxito de cualquier empresa de servicios contables, y sus profesionales deben tener habilidades de comunicación efectivas para trabajar con los clientes y explicar los informes financieros y resultados.
5. Ética profesional: es un factor crucial para cualquier empresa, en donde para este caso los profesionales contables deben seguir los más altos estándares éticos para mantener la confidencialidad e integridad en todas sus transacciones.
6. Adaptabilidad y flexibilidad: en un entorno empresarial en constante cambio, las empresas del sector deben ser adaptables y flexibles para satisfacer las necesidades

Por otra parte, los precios son un aspecto fundamental en la oferta de los servicios ya que pueden ser un factor determinante en la decisión de los clientes al momento de seleccionar un proveedor de esta índole, (La fijación de precios puede afectar tanto la percepción del valor de los servicios por parte del cliente como la rentabilidad del proveedor de servicios contables). Por lo anterior, es importante que las empresas de servicios contables establezcan precios que reflejen un valor razonable y que sean competitivos en el mercado ya que los precios excesivamente altos pueden disuadir a los clientes potenciales y generar una mala percepción de la empresa, mientras que los precios demasiado bajos pueden hacer que se cuestione la calidad de los servicios prestados.

Además, es necesario que estas empresas consideren los costos de sus servicios al establecer los precios de venta, lo que se traduce en incluir no solo los costos directos de los servicios como costos de personal y de tecnología sino también los costos indirectos como los costos de marketing y de administración. En términos generales es fundamental que se ofrezcan

precios transparentes y claros a los clientes ya que estos deben entender claramente los servicios que se incluyen y los que están disponibles por un costo adicional.

8.1.2 Análisis General de las Fuerzas Competitivas del Mercado (Metodología de Porter)

La metodología de Porter es una herramienta de análisis estratégico que se utiliza para evaluar el atractivo de un sector o industria. Dicha metodología identifica cinco factores claves que afectan la competitividad de un sector, entre estos: la rivalidad entre empresas existentes, la amenaza de nuevos competidores, la amenaza de productos o servicios sustitutos, el poder de negociación de los clientes y el poder de negociación de los proveedores. Sin embargo, es importante utilizar un análisis crítico y tener en cuenta sus limitaciones para asegurarse de que se estén abordando todos los factores importantes que afectan la competitividad de la empresa y sector que en este caso se hace referencia al de “servicios contables”.

Figura 9

Representación de la metodología de Porter



Nota: Información tomada de Economipedia.com

8.1.2.1 Rivalidad Entre Competidores Existentes. En la industria de las ciencias contables existe una rivalidad alta ya que se ve saturada de empresas que ofrecen servicios similares y compiten por los mismos clientes. Además, la barrera de entrada en la industria es relativamente baja, lo que implica numerosas organizaciones con el mismo objeto social que entran en el mercado cada año. Este tipo de firmas compiten principalmente en base a la calidad de sus servicios, la eficiencia en la prestación de los mismos, la experiencia y la reputación de la empresa y sus profesionales, así como el precio que cobran por sus servicios.

En términos generales, las empresas de consultoría en Colombia, ofrecen una amplia gama de servicios en áreas como Auditoría, Aseguramiento, Impuestos, Transacciones y Asesoría. Dicha oferta de consultoría está liderada por las cuatro grandes (Big four) empresas de consultoría: PwC, Deloitte, Ernst & Young y KPMG, que tienen una participación de mercado del 30%, mientras que el 70% restante está compuesto por pequeñas y medianas empresas. El mercado de consultoría colombiano es altamente atomizado y dominado por la consultoría jurídica, y la internacionalización y el crecimiento empresarial son prácticas poco comunes.

Actualmente (2023), en el municipio de Jamundí, se destacan 8 compañías dedicadas a la prestación de estos servicios, entre estas: C Y R Consultores S.A.S, Compuases LTDA, Narváez y López S.A.S, Alianza Estratégica Diargil S.A.S, entre otras. Hoy en día se están experimentando cambios significativos debido a la digitalización y la automatización, por lo cual los negocios que adoptan nuevas tecnologías y herramientas para mejorar la eficiencia y la calidad de sus servicios tienen una ventaja competitiva sobre aquellas que no lo hacen. Para tener éxito en este entorno competitivo, las empresas del sector deben centrarse en la diferenciación, la innovación y la mejora continua de la calidad de sus servicios.

8.1.2.2 Amenaza de Nuevos Competidores. Como se ha mencionado previamente, la amenaza de nuevos competidores en la industria es relativamente alta debido a que la barrera de entrada en este sector es poco complejo producto de que la contabilidad es un servicio que no requiere de grandes inversiones en equipos o maquinarias costosas, facilitando la entrada de nuevas empresas al mercado. Además, es de tener en cuenta que se han experimentado cambios significativos en los últimos años con la adopción de nuevas tecnologías y herramientas digitales que están transformando la forma en que se prestan este tipo de servicios, generando así oportunidades para que las empresas emergentes e incluso compañías de tecnología incursionen en la misma industria, con la oferta de servicios innovadores y disruptivos que están cambiando la forma en que se prestan los servicios contables.

8.1.2.3 Poder de Negociación de los Proveedores. Sistemas contables y repositorios de información; el poder de negociación es moderado, existe diversidad de proveedores que ofrecen el servicio de sistemas y aplicativos contables para el registro y operación de las actividades empresariales como lo es CG-Uno, Siesa, DataX, Syscaffé, Novasoft Empresarial, SAP, Siigo, entre otros. Estos aplicativos suelen ser amigables y de fácil funcionamiento con variedad de licencias para el acceso de distintos usuarios. Los sistemas contables se parametrizan y adaptan al objeto social de las empresas (clientes) teniendo en cuenta distintos módulos de operación, entre estos el comercial, financiero, manufactura, gestión humana, entre otros según las especificaciones y necesidades del cliente.

Equipos para la prestación del servicio; el poder de negociación es menor ya que para el desarrollo del objeto social de la firma se necesitan principalmente equipos de cómputo, dichos equipos son ofertados por múltiples proveedores o almacenes de cadena que por su alta competitividad la empresa tiene la oportunidad de tomar decisiones y negociar mejores precios,

plazos de pago y condiciones de entrega con los proveedores. Así mismo se requerirán equipos de oficina como telefonía fija y móvil, herramientas de caculo o componentes de equipos y otros similares que reflejan el mismo comportamiento.

Sistemas de apoyo (Agua, energía, aire); Estos factores se consideran de primera necesidad para el adecuado funcionamiento de las organizaciones en general, por lo anterior se determina que se tiene un poder de negociación alto.

8.1.2.4 Poder de Negociación de los Clientes. Es un factor importante que las empresas deben considerar al tomar decisiones comerciales y de marketing. En este orden de ideas se debe ser conscientes de los factores que afectan el poder de negociación de los clientes y tratar de adaptarse a ellos para satisfacer sus necesidades y mantener una ventaja competitiva. Dicho lo anterior el poder de negociación de los clientes se considera moderado teniendo en cuenta factores como: el tamaño del mercado, el número de competidores, la disponibilidad de servicios sustitutivos y la lealtad de estos.

8.1.2.5 Productos o Servicios Sustitutos. La existencia de servicios sustitutos puede tener un impacto significativo en el poder de negociación de los clientes y en la rentabilidad de la empresa, sin embargo, se concluye que el nivel de servicios sustitutos para las asesorías contables/financieras es bajo, razón por la cual la firma podrá tener mayor poder de negociación y ser capaz de fijar precios moderados y sostenibles para la prestación de servicios donde se garantice que se está proporcionando un servicio de alta calidad para mantener su posición sólida en el mercado.

8.2 Investigación de los Clientes Potenciales

Para la identificación de los clientes potenciales de la firma, se han efectuado diversos estudios a lo largo del proyecto que permiten sintetizar estrategias como:

La identificación el mercado objetivo: se determina cuál es el público al que se quiere llegar en términos de tamaño de la empresa, sector de actividad y ubicación geográfica. Como se ha mencionado, la firma se enfocará principalmente en la prestación de servicios sobre la población de las 1.528 mipymes de Jamundí registradas en la Cámara de Comercio de Cali al 2022. No se fija un sector en específico para la prestación de servicios ya que se contará con personal altamente calificado y con experiencia en el manejo administrativo y contable de sectores varios del mercado, como: servicios, manufactura, construcción, financiero, propiedad horizontal, educación y comercial.

Investigaciones de mercado: Se ha hecho uso de herramientas de investigación con el fin de obtener información relevante sobre el sector y los clientes potenciales, entre estas: estudios de mercado y entrevistas dirigidas al personal Gerencial/Directivo de ciertas empresas (mipyme) del municipio de Jamundí según la aplicación de la muestra descrita con anterioridad.

Utilizar bases de datos especializadas: Se efectuó uso de bases de datos especializadas como estadísticas del DANE y Cámaras de comercio mediante el sistema de información empresarial y comercial (SICO) que proporcionaron información sobre empresas y organizaciones de cualquier localidad a nivel nacional, donde se hace un enfoque específico en el municipio de Jamundí que permitió la identificación de clientes potenciales que puedan estar interesados en los servicios a desarrollar.

Networking: Es una actividad sumamente importante que se utilizará una vez aperturada la empresa la cual permitirá participar en eventos y actividades del sector, así como establecer contactos con otros profesionales y organizaciones que puedan ayudar a identificar nuevos clientes potenciales y establecer relaciones comerciales duraderas (Mayor nivel de visibilidad).

8.2.1 Descripción del Mercado Específico de la Nueva Empresa

Los servicios ofertados por la empresa serán dirigidos principalmente a las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en el sector de Jamundí Valle que se encuentren en proceso emergente o incluso ya posicionadas en el mercado, las cuales tengan necesidades de estructuración contable y/o asesorías de esta índole para potenciar y formalizar su operación en cumplimiento a la normatividad legal vigente aplicable.

A continuación se relaciona el detalle de las mipymes por tamaño y tipo societario registradas en la Cámara de Comercio de Cali con ubicación geográfica en Jamundí – Valle:

Tabla 9

Mipymes activas al 2022 por tamaño y tipo societario en Jamundí Valle

Clasificación	Organización Jurídica						Total General
	Limitada	Anónima	Comandita Simple	Empresa Asociativa	Empresa unipersonal	S.A.S.	
Medianas	0	4	0	0	0	16	20
Microempresas	41	10	6	1	8	1358	1424
Pequeñas	3	3	1	0	1	76	84
Total General	44	17	7	1	9	1450	1528

Nota: Información tomada de estadísticas SICO Cámara de comercio de Cali.

De acuerdo con los análisis y reportes emitidos por la Alcaldía municipal de Jamundí, la economía local se encuentra representada principalmente por cultivos agrícolas, empresas de

explotación mineral (carbón), de materiales para construcción, sector turístico y comercial. En este orden de ideas, se decidió aplicar una serie de estudios utilizando entrevistas estructuradas para una muestra de empresas del sector con el fin de identificar las problemáticas, requerimientos y demás comportamientos asociados a su estructura contable/administrativa lo cual permitió obtener información precisa y relevante a tener en cuenta en la viabilidad del proyecto para la constitución de la firma.

8.2.2 Identificación de Clientes Potenciales y sus Necesidades Centrales

Se lleva a cabo un análisis de las entrevistas realizadas a la muestra de mipymes en el municipio de Jamundí con el fin de identificar las principales necesidades y percepción general de estos negocios frente a los servicios de consultoría y asesoría contable en la localidad. Se aplican preguntas de respuesta abierta (Cualitativo) y respuesta cerrada (cuantitativo), esta información se encuentra tabulada y categorizada según las respuestas que se obtienen por parte de los entrevistados (gerencia/socio de mipymes) A continuación se relacionan los resultados a cada interrogante abordada.

1. ¿Cuál ha sido el comportamiento de la empresa desde su constitución y cómo ha evolucionado en los últimos años?
2. ¿Cómo califica los servicios contables que ha recibido hasta ahora y recomendaría la empresa contable que actualmente (2023) tiene contratada?
3. ¿Cómo considera el manejo contable en su empresa y cómo ha influido en su crecimiento?

Tabla 10

Resultados - Percepción de las mipymes frente a los servicios contables

Resultado	# Preguntas					
	1		2		3	
Moderado	3	16%	0	0%	0	0%
Bueno	6	32%	14	74%	0	0%
Muy bueno	10	53%	5	26%	19	100%
Total entrevistados	19		19		19	

Nota: Se categorizan las respuestas de los entrevistados en 3 niveles: moderado, bueno y muy bueno. Información elaborada con recursos propios.

4. ¿Ha considerado la contratación de una firma contable distinta a la contratada actualmente (2023)? ¿Por qué?

5. Si no cuenta con asesoría externa, ¿Estaría dispuesto a contratar una firma de esta índole?

6. ¿Tiene conocimiento de otras empresas contables en la localidad? ¿Cómo obtuvo conocimiento de estas?

Tabla 11

Respuestas – Viabilidad en la contratación de una firma contable para mipymes

Resultado	Preguntas					
	4		5		6	
Si	6	32%	7	37%	10	53%
No	2	11%	4	21%	9	47%
No aplica	11	58%	8	42%	0	0%
Total entrevistados	19		19		19	

Nota: Información elaborada con recursos propios.

7. ¿Se tienen definidos los roles y responsabilidades en cada área de la empresa?

8. ¿Cuál es el objeto social de su empresa y cuáles son los productos y/o servicios que ofrece al mercado?

9. ¿Cuáles son las necesidades o requerimientos en materia contable de su empresa?

Tabla 12

Respuestas – Conocimiento a nivel interno de las mipymes

Resultado	Preguntas		
	7	8	9
Definidos	12	63%	
Sin definir	2	11%	
Parcialmente	5	26%	
Manufactura		1	5%
Servicios		6	32%
Comercialización		12	63%
Asesoría tributaria			3 16%
Estados financieros			5 26%
Control interno			7 37%
Auditoría de procesos			2 11%
Capacitación			3 16%
Total entrevistados	19	19	19

Nota: Información elaborada con recursos propios.

10. ¿De qué forma se lleva a cabo el desarrollo de la actividad contable en su empresa?

¿Lo hace internamente o contrata una empresa externa?

11. ¿Qué problemáticas ha enfrentado en el área administrativa/contable de su empresa?

12. ¿Qué canales utiliza para estar actualizado en materia tributaria?

13. ¿En qué modalidad recibe o le gustaría recibir servicios de consultoría contable por una firma externa?

14. ¿Qué oportunidades de mejora ve en la empresa asesora contable actualmente (2023) contratada por su empresa?

15. ¿Cuáles son las características o requisitos que considera importantes para optar en contratar asesorías contables?

16. ¿Cuál es el factor más importante en los servicios de una firma contable para que decida contratarla?

Tabla 13

Otras respuestas – Aspectos generales del manejo contables de las mipymes entrevistadas

Resultado	Preguntas					
	10	11	12	13	14	15
Interna	11	58%				
Empresa externa	8	42%				
Sanciones		3	16%			
Admón.		8	42%			
Inventarios						
Desactualización normatividad		4	21%			
Gestión nómina		4	21%			
Asesoría externa			8	42%		
Internamente			6	32%		
Ambas			5	26%		
Virtual				3	16%	
Presencial				3	16%	
Mixto				13	68%	
Comunicación					3	16%
Flexibilidad					2	11%
Calidad					3	16%

No aplica	11	58%					
Experiencia			5	26%			
Precio			6	32%			
Comunicación			1	5%			
Reconocimiento			1	5%			
Calidad			6	32%			
Servicio personalizado					5	26%	
Disponibilidad de personal					3	16%	
Acompañamiento continuo					8	42%	
Comunicación efectiva					3	16%	
Total entrevistados	19	19	19	19	19	19	19

Nota: Información elaborada con recursos propios

Es importante mencionar que en el desarrollo de las entrevistas, surgían nuevas cuestiones asociadas a los servicios en materia contable producto de las respuestas de los entrevistados, las cuales sirvieron de complemento al momento del análisis y tabulación de los datos resultantes.

De acuerdo a los resultados reflejados con anterioridad, se puede observar una gran oportunidad para la ejecución del proyecto de la empresa ya que localmente hay un gran número de mipymes que requieren asesorías en materia contable y están dispuestas a adquirir servicios de alguna firma especializada en el tema. De igual forma se identifican las necesidades, estructura de las empresas y percepción general respecto a la importancia de contar con un área contable sólida que permita la toma de decisiones acertadas en busca de un crecimiento continuo y sostenible de estos negocios. Además, se confirman los requerimientos por parte de estas mipymes y sus preferencias respecto a la contratación de una firma de esta índole y de acuerdo

con las propuestas, estrategias y valor agregado que se proponen en la constitución de la firma Toro & León Consultores S.A.S. se cumpliría a cabalidad con dichos aspectos.

8.3 Descripción de la Competencia

Se lleva a cabo un análisis de las empresas o firmas dedicadas a la prestación de servicios en materia contable radicadas específicamente en el municipio de Jamundí, lo cual permite tener una visión más amplia las posibles fortalezas y debilidades para ajustar y aplicar las estrategias necesarias en pro de destacar en el mercado. A continuación, se relacionan los principales aspectos evaluados para la identificación de la competencia:

- Análisis de la oferta de servicios, (calidad, diferenciación e identificación de oferta).
- Análisis de presencia y operación en el mercado, (Ubicación geográfica).
- Análisis de su reputación empresarial, (Experiencias con clientes).
- Análisis sobre estrategias de marketing, (Como se visibiliza en el mercado)
- Análisis de los equipos de trabajo, (Cualificación y competencias del personal).
- Análisis de precios según servicios ofertados (Variación de tarifas por servicios).

A continuación, se presenta un resumen de las características de algunas empresas catalogadas como competidores directos dedicados a la prestación de servicios de la ciencia contable en el municipio de Jamundí Valle, teniendo en cuenta los aspectos antes mencionados:

Tabla 14

Ficha de caracterización empresa 001 “Asesorías y Consultorías Integrales del Valle S.A.S.”

Atributo	Descripción
Razón Social	Asesorías y consultorías integrales del Valle S.A.S.
NIT	901181252-3
Cámara de comercio	Cali
Número de matrícula	1017174
Fecha de matrícula	16-may-18
Tipo de sociedad	Sociedad por acciones simplificadas
Número de empleados	8
Actividad desempeñada	6810 – Actividades Inmobiliarias Realizadas Con Bienes Propios O Arrendados. 6910 – Actividades Jurídicas. 6920 – Actividades De Contabilidad, Teneduría De Libros, Auditoria Financiera Y Asesoría Tributaria. 8299 – Otras Actividades De Servicio De Apoyo A Las Empresas N.c.p..
Dirección	Calle 10 1 B 21 Bl 2 Ap 101, Jamundí, Valle, Colombia
Servicios y tarifas promedio a clientes persona jurídica	Arrendamiento de bienes inmuebles / \$205.000 Asesorías jurídicas / \$1.600.000 Asesoría tributaria / \$ 1.200.000 Asesoría Financiera / 1.500.000 Outsourcing contable /2.220.000 Otras actividades n.c.p.
Medios de pago	Transferencia bancaria / Cheques / pago anticipado
Modalidad del servicio	Presencial / Remoto
Teléfono	316 839 6670
Calidad del servicio	9.1/10
Precios de servicios	8.1/10
Servicio al cliente	9.1/10
Página web	7.2/10
Percepción general	9.0/10

Nota: Elaboración propia con información tomada de las empresas.com.co (Reportes comerciales).

Tabla 15

Ficha de caracterización empresa 002 “Asesorías Contables L&S S.A.S.”

Atributo	Descripción
Razón Social	Asesorías Contables L&S S.A.S.
NIT	901051726-5
Cámara de comercio	Cali
Número de matrícula	2775105
Fecha de matrícula	2-feb-17
Tipo de sociedad	Sociedad por acciones simplificadas
Número de empleados	4
Actividad desempeñada	6920 – Actividades De Contabilidad, Teneduría De Libros, Auditoria Financiera Y Asesoría Tributaria.
Dirección	Carrera 12 # 11-20 oficina 203
Servicios y tarifas promedio a clientes persona jurídica	Asesoría tributaria / \$ 1.100.000 Asesoría Financiera / 1.800.000 Outsourcing contable /1.950.000
Medios de pago	Transferencia bancaria / pago anticipado
Modalidad del servicio	Presencial / Remoto
Teléfono	315 772 4409
Calidad del servicio	9.0/10
Precios de servicios	8.5/10
Servicio al cliente	9.2/10
Página web	7.9/10
Percepción general	9.7/10

Nota: Elaboración propia con información tomada de las empresas.com.co (Reportes comerciales).

Tabla 16

Ficha de caracterización empresa 003 “Abib Asesorías S.A.S.”

	Descripción
Razón Social	Abib Asesorías S.A.S.
NIT	901498455-3
Cámara de comercio	Cali
Número de matrícula	2623390
Fecha de matrícula	1-jun-10
Tipo de sociedad	Sociedad por acciones simplificadas
Número de empleados	10
Actividad desempeñada	6920 – Actividades De Contabilidad, Teneduría De Libros, Auditoria Financiera Y Asesoría Tributaria.
Dirección	Calle 10 9 54 Of 201 Ed Guayabales Brr Juan De Ampudia
Servicios y tarifas promedio a clientes persona jurídica	Asesoría tributaria / \$ 1.500.000 Asesoría Financiera / 2.000.000 Outsourcing contable /2.500.000 Asesoría creación de empresas / 4.000.000
Medios de pago	Transferencia bancaria / pago anticipado
Modalidad del servicio	Presencial
Teléfono	300 227 3036
Calidad del servicio	9.3/10
Precios de servicios	8.0/10
Servicio al cliente	9.0/10
Página web	8.6/10
Percepción general	9.4/10

Nota: Elaboración propia con información tomada de las empresas.com.co (Reportes comerciales).

De acuerdo con la identificación de la competencia, se procede a efectuar comparación frente a las propuestas del proyecto de empresa con el fin generar nuevas estrategias en los casos

pertinentes y visualizar el nivel de competitividad en el sector: Nota: Escala de Calificación: (+)

Mejor que el proyecto de empresa, (-) Peor que la propuesta, (=) igual que la propuesta.

Tabla 17

Comparación de la competencia frente al proyecto de empresa

Concepto	Emp 001	Emp 002	Emp 003
Calidad del servicio	(=)	(-)	(=)
variedad de servicios	(=)	(-)	(-)
Precios	(-)	(+)	(=)
modalidad del servicio	(=)	(=)	(-)
medios de pago	(=)	(=)	(=)
Publicidad	(-)	(-)	(-)

Nota: Información elaborada con recursos propios

9. Estudio Económico y Financiero del Proyecto

9.1 Colaboradores - Nómina

Para dar inicio con el desarrollo de la actividad económica, se considera necesaria una planta de personal de ocho colaboradores, distribuidos en las áreas funcionales de la firma de la siguiente manera:

Tabla 18

Cargos y costo salarial para el desarrollo del proyecto

Colaboradores del proyecto		
Cargos	Contratación	Total año
Socios (Gerencias)	Laboral- tiempo completo	\$ 120,000,000

Contador	Laboral- tiempo completo	\$	45,600,000
Asistente de auditoría	Laboral- tiempo completo	\$	20,400,000
Asistente administrativa y contable	Laboral- tiempo completo	\$	19,800,000
Asistente contables y de asesoría financiera	Laboral- tiempo completo	\$	20,400,000
Asistente tributario	Laboral- tiempo completo	\$	20,400,000
Servicios generales	Laboral- tiempo completo	\$	14,160,000
Total		\$	260,760,000

Nota: Información elaborada con recursos propios

9.2 Monto Total de Inversión y Financiamiento

Para la ejecución del proyecto, se iniciará con un capital por valor de \$230.000.000 los cuales estarán comprendidos así: \$130.000.000 en activos (Inmueble y otros equipos para el desarrollo de la actividad), y \$100.000.000 en aportes de efectivo por parte de los socios con un 50% cada uno, (flujo de caja) que se utilizará como base financiera para incurrir en los costos y gastos de operación.

Tabla 19*Presupuesto de inversión inicial (capital)*

Descripción	Valor	Vida útil
Disponible	100,000,000	-
Edificio (Oficina)	94,200,000	20
Equipo de oficina	9,200,000	5
Muebles y enseres	23,500,000	10
Gastos pre operativos	3,100,000	-
Total inversión	230,000,000	

Nota: Datos resultantes de cálculos propios

De igual forma, se pretende adquirir préstamo con entidad financiera por \$100.000.000 a un plazo de 5 años con las siguientes condiciones de crédito: interés con tasa efectiva anual del 21% y abono variable a capital de acuerdo a los pagos realizados en periodos mensuales. Esta financiación no hace parte del capital inicial o de constitución ya que no corresponde a un aporte directo por sus socios, esta transacción se manejará como un pasivo de la empresa que incrementara el flujo de caja (Disponible) con el fin de tener liquidez al inicio de las operaciones.

La financiación mencionada equivale a un 43% de la inversión inicial. Se lleva a cabo un análisis respecto a las tasas activas de interés por créditos de consumo empresarial según la página de la Superintendencia Financiera de Colombia y de acuerdo a las tasas promedio ponderado con corte al 30 de junio del 2022, se toma la decisión de solicitar el crédito con el Banco de Occidente, que como se mencionó previamente ofrece una tasa del 21% E.A con un plazo de 5 años. A continuación, se relaciona tabla detalle donde se muestra el plan de pago de la obligación financiera que se solicitará a dicha entidad financiera:

Tabla 20*Presupuesto de financiación*

Plan de Pagos del Crédito (Tabla de Amortización)					
Año	Saldo Inicial	Valor pagado	Interés	Abono (K)	Saldo Final
1	\$ 100,000,000	\$ 34,176,533	\$ 21,000,000	\$ 13,176,533	\$ 86,823,467
2	\$ 86,823,467	\$ 34,176,533	\$ 18,232,928	\$ 15,943,605	\$ 70,879,862
3	\$ 70,879,862	\$ 34,176,533	\$ 14,884,771	\$ 19,291,762	\$ 51,588,100
4	\$ 51,588,100	\$ 34,176,533	\$ 10,833,501	\$ 23,343,032	\$ 28,245,069
5	\$ 28,245,069	\$ 34,176,533	\$ 5,931,464	\$ 28,245,069	\$ -

*Nota: Datos resultantes de cálculos propios***9.3 Proyección de Ingresos****9.3.1 Portafolio de Servicios**

La firma ofrecerá una amplia gama de servicios para las empresas clientes, incluyendo el outsourcing contable, auditoría integral, Asesoría tributaria, asesoría financiera y capacitaciones. Estos servicios brindan beneficios significativos, como la toma de decisiones informadas y la mejora de la eficiencia en donde se adoptarán enfoques innovadores y tecnologías avanzadas para ofrecer una experiencia de alta calidad y precisión buscando siempre una solución a las necesidades específicas de cada usuario. A continuación, se relaciona la matriz general de la oferta de servicios:

Tabla 21*Oferta de servicios de la firma Toro & León Consultores S.A.S.*

Servicios de la Ciencia Contable	Beneficios	Factores Diferenciales
Outsourcing contable	Permite la toma de decisiones y planificación financiera a través del registro y análisis de los datos contables.	El uso de tecnología avanzada para la automatización de procesos contables y la integración de información financiera.
Auditoría integral	Proporciona una evaluación independiente de los estados financieros y procesos internos de una empresa, lo que aumenta la confianza de los inversores y partes interesadas.	La adopción de enfoques innovadores en la auditoría, como el análisis de datos y la evaluación de riesgos basada en el sistema, para mejorar la eficacia y la calidad de la auditoría.
Asesoría tributaria	Ayuda a las empresas a cumplir con las regulaciones fiscales y a minimizar los costos fiscales a través de una planificación fiscal adecuada.	La especialización en el manejo de regulaciones fiscales específicas, como impuestos internacionales y de propiedad, para ofrecer servicios de alta calidad y precisión.
Asesoría contable/financiera	Proporciona asesoramiento y estrategias financieras para ayudar a las empresas a alcanzar sus objetivos financieros y maximizar sus beneficios.	El conocimiento profundo y actualizado del mercado financiero y de inversión para proporcionar recomendaciones efectivas y personalizadas a los clientes.
Capacitaciones	Ofrece orientación y estrategias para ayudar a las empresas al cumplimiento de la normatividad legal que es tan cambiante en el ámbito contable/empresarial.	La comprensión del entorno empresarial y el desarrollo de soluciones innovadoras para problemas empresariales específicos.

Nota: Información elaborada con recursos propios

9.3.2 Determinación de Precios de Venta

La firma definirá su estrategia de precios y recaudo en base al conocimiento del mercado objetivo, la competencia, los costos, el posicionamiento de la marca y los objetivos empresariales. Con base a los estudios realizados, se tiene un conocimiento general de la competencia, por lo cual se decide que la oferta de servicios de la firma iniciará con precios con un 10% menos al promedio del mercado sin que esto afecte en términos de rentabilidad según los costos y gastos incurridos.

Por otro lado, la empresa ofrecerá facilidad de pago a sus clientes mediante transferencias electrónicas o giro de cheques. La facturación de los servicios se emitirá de forma anticipada al cubrimiento del periodo del servicio con un plazo límite de pago de 10 días posterior a la recepción de la factura por parte del cliente, esto permitirá a los usuarios contar con un periodo considerado para el manejo del flujo de caja. En los casos puntuales en que se presente cartera pendiente de pago acumulada, se procede a aplicar lo indicado en las políticas y procedimientos de la firma como la notificación formal del saldo en mora y acuerdos de pago, cobro mediante proceso jurídico, venta de cartera y/o factoring para los cuales se contratará a un abogado externo quien realice dicho proceso y así garantizar el recaudo de los recursos y minimizar las posibilidades de pérdidas en el negocio.

Tabla 22

Estrategia de precios y descuentos en servicios

Información comercial		Descuentos	
Servicio	Precio de venta mensual	Pronto pago	Volumen
Outsourcing contable	2,000,000	No aplica	Descuento del 10 % por la adquisición de 2 servicios, 15 % por 3 servicios en adelante.
Auditoría externa	1,200,000		
Asesoría tributaria	1,200,000		
Asesoría financiera	2,500,000		
Capacitaciones y otros	500,000		

Nota: Información elaborada con recursos propios.

9.3.3 Proyección de Ventas

Se elabora un presupuesto de ventas proyectado a 5 años donde se estipula un incremento del 20% anual sobre la cantidad de clientes, lo cual se logrará con la ejecución de una excelente

planeación, marketing y publicidad para la captación de nuevos usuarios, de igual forma influirán factores como los precios de venta, valor agregado e innovación que brindarán un posicionamiento fuerte de la firma dentro del sector. Además, se fija un incremento anual en el valor de los servicios ofertados en un 10% teniendo en cuenta el comportamiento promedio de la inflación (IPC) durante os últimos años. A continuación, se relaciona el detalle de la proyección:

Tabla 23

Presupuesto de ventas proyectado (ingresos por año y por servicios)

Tabla 3 - Presupuesto de Ventas (Cifras en pesos COP\$)

Servicios	Incremento anual en clientes	% Participación	Años				
			1	2	3	4	5
Outsourcing contable		17%	6	7	9	10	12
Asesorías tributarias		11%	4	5	6	7	8
Asesorías contables	20%	14%	5	6	7	9	10
Auditorías externas		17%	6	7	9	10	12
Capacitaciones y otros		42%	15	18	22	26	31
TOTALES	20%	100%	36	43	52	62	75

Servicios	Precio de venta mes	Años				
		1	2	3	4	5
Outsourcing contable	2,000,000	\$ 2,000,000	\$ 2,200,000	\$ 2,420,000	\$ 2,662,000	\$ 2,928,200
Asesorías tributarias	1,200,000	\$ 1,200,000	\$ 1,320,000	\$ 1,452,000	\$ 1,597,200	\$ 1,756,920
Asesorías contables	1,200,000	\$ 1,200,000	\$ 1,320,000	\$ 1,452,000	\$ 1,597,200	\$ 1,756,920
Auditorías externas	2,500,000	\$ 2,500,000	\$ 2,750,000	\$ 3,025,000	\$ 3,327,500	\$ 3,660,250
Capacitaciones y otros	500,000	\$ 500,000	\$ 550,000	\$ 605,000	\$ 665,500	\$ 732,050

Presupuesto de ventas						
Servicio	Años					
	1	2	3	4	5	
Outsourcing contable	\$ 144,000,000	\$ 190,080,000	\$ 250,905,600	\$ 331,195,392	\$ 437,177,917	
Asesorías tributarias	\$ 57,600,000	\$ 76,032,000	\$ 100,362,240	\$ 132,478,157	\$ 174,871,167	
Asesorías contables	\$ 72,000,000	\$ 95,040,000	\$ 125,452,800	\$ 165,597,696	\$ 218,588,959	
Auditorías externas	\$ 180,000,000	\$ 237,600,000	\$ 313,632,000	\$ 413,994,240	\$ 546,472,397	
Capacitaciones y otros	\$ 90,000,000	\$ 118,800,000	\$ 156,816,000	\$ 206,997,120	\$ 273,236,198	
Total	\$ 543,600,000	\$ 717,552,000	\$ 947,168,640	\$ 1,250,262,605	\$ 1,650,346,638	

Nota: Información elaborada con recursos propios

De acuerdo con los resultados de la proyección de ventas, se puede evidenciar que al quinto año la firma podrá estar generando recursos por venta de hasta un 204% más que al inicio de la operación por valor total de \$1.106,7 millones de pesos siendo este un panorama muy atractivo para la inversión y materialización del proyecto de empresa. Posteriormente se analizarán los indicadores de rentabilidad con base a los costos y gastos de la operación.

9.4 Presupuestos Projectados

9.4.1 Presupuesto de Costos y Gastos

Los costos y los gastos del proyecto deben cuantificarse en razón de que estos determinan la utilidad y la viabilidad del mismo hablando en términos financieros. En este orden de ideas, se detallan los gastos del proyecto teniendo como referencia la inversión inicial y financiación descrita con anterioridad así como otras erogaciones necesarias para la materialización de la empresa, la inflación proyectada es del 10% anual:

Tabla 24

Proyección de gastos del proyecto a 5 años

Gastos	Inflación 10%		Años				
	1	2	3	4	5		
Generales	\$ 44,020,500	\$ 29,117,000	\$ 32,028,700	\$ 35,231,570	\$ 38,754,727		
Aseo y cafetería	\$ 2,400,000	\$ 2,640,000	\$ 2,904,000	\$ 3,194,400	\$ 3,513,840		
Mantenimiento	\$ 2,300,000	\$ 2,530,000	\$ 2,783,000	\$ 3,061,300	\$ 3,367,430		
Papelería	\$ 3,000,000	\$ 3,300,000	\$ 3,630,000	\$ 3,993,000	\$ 4,392,300		
Servicios públicos	\$ 10,440,000	\$ 11,484,000	\$ 12,632,400	\$ 13,895,640	\$ 15,285,204		
Publicidad	\$ 5,930,500	\$ 4,378,000	\$ 4,815,800	\$ 5,297,380	\$ 5,827,118		
Seguros	\$ 4,350,000	\$ 4,785,000	\$ 5,263,500	\$ 5,789,850	\$ 6,368,835		
Software y tecnología	\$ 15,600,000	\$ 17,160,000	\$ 18,876,000	\$ 20,763,600	\$ 22,839,960		
Depreciación	\$ 8,900,000	\$ 8,900,000	\$ 8,900,000	\$ 8,900,000	\$ 8,900,000		
Edificio	\$ 4,710,000	\$ 4,710,000	\$ 4,710,000	\$ 4,710,000	\$ 4,710,000		
Equipo oficina	\$ 1,840,000	\$ 1,840,000	\$ 1,840,000	\$ 1,840,000	\$ 1,840,000		
Muebles y enseres	\$ 2,350,000	\$ 2,350,000	\$ 2,350,000	\$ 2,350,000	\$ 2,350,000		
Amortizaciones	\$ 620,000	\$ 620,000	\$ 620,000	\$ 620,000	\$ 620,000		
Gastos pre operativos	\$ 620,000	\$ 620,000	\$ 620,000	\$ 620,000	\$ 620,000		
Financieros	\$ 21,000,000	\$ 18,232,928	\$ 14,884,771	\$ 10,833,501	\$ 5,931,464		
Intereses F.	\$ 21,000,000	\$ 18,232,928	\$ 14,884,771	\$ 10,833,501	\$ 5,931,464		
Nómina	\$ 199,560,000	\$ 219,516,000	\$ 241,467,600	\$ 265,614,360	\$ 292,175,796		
Administrativos	\$ 199,560,000	\$ 219,516,000	\$ 241,467,600	\$ 265,614,360	\$ 292,175,796		
Otros	\$ 5,000,000	\$ 5,500,000.00	\$ 6,050,000.00	\$ 6,655,000.00	\$ 7,320,500.00		
Otros gastos	\$ 5,000,000	\$ 5,500,000	\$ 6,050,000	\$ 6,655,000	\$ 7,320,500		
Total gastos	\$ 279,100,500.00	\$ 281,885,928.09	\$ 303,951,071.07	\$ 327,854,431.08	\$ 353,702,487.39		

Nota: Información elaborada con recursos propios

Por su parte, los costos del proyecto están determinados por la mano de obra o labor realizada directamente por los colaboradores de la firma que prestan los servicios en materia contable a los clientes. El siguiente cuadro muestra los costos del proyecto:

Tabla 25

Costos del proyecto a 5 años

Costos	Años				
	1	2	3	4	5
Nómina (Consultores)	\$ 61,200,000	\$ 67,320,000	\$ 74,052,000	\$ 81,457,200	\$ 89,602,920
Total costos	\$ 61,200,001	\$ 67,320,002	\$ 74,052,003	\$ 81,457,204	\$ 89,602,925
Total costos y gastos	\$ 340,300,501	\$ 349,205,930	\$ 378,003,074	\$ 409,311,635	\$ 443,305,412

Nota: Información elaborada con recursos propios

9.4.2 Presupuesto de Tesorería

El presupuesto de tesorería, mostrará los egresos e ingresos necesarios durante el desarrollo de las actividades con una proyección de 5 años. A continuación, se detalla el cambio en el efectivo donde se evidencia que el proyecto cada año contará con mayor liquidez bajo los supuestos de que no se tendrán créditos, además de que la distribución de las utilidades generadas, será efectuada en el momento de la culminación del proyecto:

Tabla 26

Flujo de caja tesorería proyectado a 5 años

Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
Caja Inicial	\$ 100,000,000	\$ 100,000,000	\$ 299,642,967	\$ 573,250,609	\$ 990,853,291	\$ 1,604,616,284
Ingresos		\$ 543,600,000	\$ 717,552,000	\$ 947,168,640	\$ 1,250,262,605	\$ 1,650,346,638
Ventas		\$ 543,600,000	\$ 717,552,000	\$ 947,168,640	\$ 1,250,262,605	\$ 1,650,346,638
Egresos		\$ 343,957,033	\$ 443,944,358	\$ 529,565,958	\$ 636,499,612	\$ 771,936,017
Aseo y cafetería		\$ 2,400,000	\$ 2,640,000	\$ 2,904,000	\$ 3,194,400	\$ 3,513,840
Mantenimiento		\$ 2,300,000	\$ 2,530,000	\$ 2,783,000	\$ 3,061,300	\$ 3,367,430
Papelería		\$ 3,000,000	\$ 3,300,000	\$ 3,630,000	\$ 3,993,000	\$ 4,392,300
Servicios públicos		\$ 10,440,000	\$ 11,484,000	\$ 12,632,400	\$ 13,895,640	\$ 15,285,204
Publicidad		\$ 5,930,500	\$ 4,378,000	\$ 4,815,800	\$ 5,297,380	\$ 5,827,118
Seguros		\$ 4,350,000	\$ 4,785,000	\$ 5,263,500	\$ 5,789,850	\$ 6,368,835
Software y tecnología		\$ 15,600,000	\$ 17,160,000	\$ 18,876,000	\$ 20,763,600	\$ 22,839,960
Otros egresos		\$ 5,000,000	\$ 5,500,000	\$ 6,050,000	\$ 6,655,000	\$ 7,320,500
Salarios gasto		\$ 199,560,000	\$ 219,516,000	\$ 241,467,600	\$ 265,614,360	\$ 292,175,796
Salarios costo		\$ 61,200,000	\$ 67,320,000	\$ 74,052,000	\$ 81,457,200	\$ 89,602,920
Intereses financieros		\$ 21,000,000	\$ 18,232,928	\$ 14,884,771	\$ 10,833,501	\$ 5,931,464
Abono a capital préstamo		\$ 13,176,533	\$ 15,943,605	\$ 19,291,762	\$ 23,343,032	\$ 28,245,069
Impuesto de renta		\$ -	\$ 71,154,825	\$ 122,915,125	\$ 192,601,349	\$ 287,065,581
Caja final	\$ 100,000,000	\$ 299,642,967	\$ 573,250,609	\$ 990,853,291	\$ 1,604,616,284	\$ 2,483,026,905

Nota: Información elaborada con recursos propios

9.5 Estados Financieros Proyectados

Los estados financieros proyectados tienen la finalidad de mostrar cual sería la situación financiera y los resultados de las operaciones de la empresa si los supuestos bajo los que están trabajando se cumplen, además de servir también para medir la eficiencia y eficacia en caso de que se cumplan los pronósticos planteados. A continuación, se muestra el balance general y el estado de resultados proyectado. Los Estados Financieros están expresados en la moneda funcional de Colombia, es decir en pesos colombianos y se hace proyección a 5 años.

Tabla 27

Estado de Situación Financiera proyectado

Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
Activos						
Activos Corrientes	\$ 100,000,000	\$ 317,431,673	\$ 634,708,172	\$ 1,135,304,303	\$ 1,819,915,469	\$ 2,793,879,739
Disponible	\$ 100,000,000	\$ 299,642,967	\$ 573,250,609	\$ 990,853,291	\$ 1,604,616,284	\$ 2,483,026,905
Anticipo de impuesto	\$ -	\$ 17,788,706	\$ 61,457,563	\$ 144,451,012	\$ 215,299,186	\$ 310,852,834
Activos no corrientes						
Activo Diferido	\$ 3,100,000	\$ 2,480,000	\$ 1,860,000	\$ 1,240,000	\$ 620,000	\$ -
Preoperativos	\$ 3,100,000	\$ 3,100,000	\$ 3,100,000	\$ 3,100,000	\$ 3,100,000	\$ 3,100,000
Amortización	\$ -	\$ (620,000)	\$ (1,240,000)	\$ (1,860,000)	\$ (2,480,000)	\$ (3,100,000)
Propiedad, planta y equipo	\$ 126,900,000	\$ 118,000,000	\$ 109,100,000	\$ 100,200,000	\$ 91,300,000	\$ 82,400,000
Edificio (Oficina)	\$ 94,200,000	\$ 94,200,000	\$ 94,200,000	\$ 94,200,000	\$ 94,200,000	\$ 94,200,000
Equipo de oficina	\$ 9,200,000	\$ 9,200,000	\$ 9,200,000	\$ 9,200,000	\$ 9,200,000	\$ 9,200,000
Muebles y enseres	\$ 23,500,000	\$ 23,500,000	\$ 23,500,000	\$ 23,500,000	\$ 23,500,000	\$ 23,500,000
Dep. acumulada	\$ -	\$ (8,900,000)	\$ (17,800,000)	\$ (26,700,000)	\$ (35,600,000)	\$ (44,500,000)
Total Activos	\$ 230,000,000	\$ 437,911,673	\$ 745,668,172	\$ 1,236,744,303	\$ 1,911,835,469	\$ 2,876,279,739
Pasivos						
Deuda Financiera	\$ 100,000,000	\$ 175,766,998	\$ 255,252,550	\$ 388,640,461	\$ 530,609,835	\$ 725,323,278
Impuesto x pagar	\$ -	\$ 88,943,531	\$ 184,372,688	\$ 337,052,361	\$ 502,364,766	\$ 725,323,278
Patrimonio	\$ 130,000,000	\$ 262,144,675	\$ 490,415,622	\$ 848,103,842	\$ 1,381,225,634	\$ 2,150,956,461
Capital Social	\$ 130,000,000	\$ 130,000,000	\$ 130,000,000	\$ 130,000,000	\$ 130,000,000	\$ 130,000,000
Utilidad Ejercicios Anteriores	\$ -	\$ -	\$ 132,144,675	\$ 360,415,622	\$ 718,103,842	\$ 1,251,225,634
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 132,144,675	\$ 228,270,947	\$ 357,688,220	\$ 533,121,793	\$ 769,730,826
Pasivo (+) Patrimonio	\$ 230,000,000	\$ 437,911,673	\$ 745,668,172	\$ 1,236,744,303	\$ 1,911,835,469	\$ 2,876,279,739

Nota: Información elaborada con recursos propios

Tabla 28

Estado de resultados proyectado

Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales		543,600,000	717,552,000	947,168,640	1,250,262,605	1,650,346,638
Costos de Venta		61,200,000	67,320,000	74,052,000	81,457,200	89,602,920
Salarios (costo)		61,200,000	67,320,000	74,052,000	81,457,200	89,602,920
Utilidad bruta		\$ 482,400,000	\$ 650,232,000	\$ 873,116,640	\$ 1,168,805,405	\$ 1,560,743,718
Gastos Generales		58,540,500	61,297,000	66,474,700	72,170,170	78,435,187
Aseo y cafetería		2,400,000	2,640,000	2,904,000	3,194,400	3,513,840
Mantenimiento		2,300,000	2,530,000	2,783,000	3,061,300	3,367,430
Papelería		3,000,000	3,300,000	3,630,000	3,993,000	4,392,300
Servicios públicos		10,440,000	11,484,000	12,632,400	13,895,640	15,285,204
Publicidad		5,930,500	4,378,000	4,815,800	5,297,380	5,827,118
Seguros		4,350,000	4,785,000	5,263,500	5,789,850	6,368,835
Software y tecnología		15,600,000	17,160,000	18,876,000	20,763,600	22,839,960
Depreciación		8,900,000	8,900,000	8,900,000	8,900,000	8,900,000
Amortizaciones		620,000	620,000	620,000	620,000	620,000
Otros gastos		5,000,000	5,500,000	6,050,000	6,655,000	7,320,500
Gastos de Nómina		199,560,000	219,516,000	241,467,600	265,614,360	292,175,796
Salarios		199,560,000	219,516,000	241,467,600	265,614,360	292,175,796
Total gastos		\$ 258,100,500	\$ 280,813,000	\$ 307,942,300	\$ 337,784,530	\$ 370,610,983
Utilidad operaciones		\$ 224,299,500	\$ 369,419,000	\$ 565,174,340	\$ 831,020,875	\$ 1,190,132,735
Gastos Financieros		\$ 21,000,000	\$ 18,232,928	\$ 14,884,771	\$ 10,833,501	\$ 5,931,464
Intereses		\$ 21,000,000	\$ 18,232,928	\$ 14,884,771	\$ 10,833,501	\$ 5,931,464
Utilidad antes de impuesto		\$ 203,299,500	\$ 351,186,072	\$ 550,289,569	\$ 820,187,374	\$ 1,184,201,271
Impuesto de renta	35%	\$ 71,154,825	\$ 122,915,125	\$ 192,601,349	\$ 287,065,581	\$ 414,470,445
Utilidad Neta		\$ 132,144,675	\$ 228,270,947	\$ 357,688,220	\$ 533,121,793	\$ 769,730,826

Nota: Información elaborada con recursos propios.

De conformidad con los datos analizados con anterioridad, se considera que el proyecto económicamente es rentable, puesto que cada año sus utilidades son mayores, hay excedentes de liquidez en mayor proporción y en ninguno de los periodos proyectados se presenta alguna situación de riesgo en rentabilidad y liquidez de acuerdo con los Estados Financieros proyectados.

9.6 Estudio Financiero del Proyecto

Partiendo del estudio económico, se realiza un estudio financiero que permite determinar la dimensión financiera y la viabilidad del proyecto de inversión. Con base en la estimación del costo de capital, al enfoque económico del proyecto, y a los flujos de caja libre tanto del proyecto como del inversionista, se desarrollan los criterios de inversión, valor presente, valor presente neto, tasa interna de retorno y relación beneficio costo que determinará la decisión de inversión.

9.6.1 Visión Contable

El proyecto de empresa a un futuro de mediano plazo pretende conformar un departamento sólido (Contable – Financiero) que permita proporcionar información fidedigna y razonable de los hechos económicos de forma ordenada, continua y sistematizada, proporcionando la gestión de recursos presupuestarios de la firma. Con el adecuado control y manejo del área contable, se estará evaluando constantemente la trayectoria de la organización, por tal razón, se espera obtener una rentabilidad creciente año tras año en donde se visualiza que las ventas de nuestros servicios se incrementen en un 32% impulsando a una mayor producción y así mismo mayor captación de ingresos.

9.6.2 Visión Económica o Análisis de Valor

A continuación se detalla información del enfoque económico del proyecto:

Tabla 29

Evaluación financiera de enfoque económico

Indicadores	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 543,600,000	\$ 717,552,000	\$ 947,168,640	\$ 1,250,262,605	\$ 1,650,346,638
Costos y Gastos en Efectivo	\$ 343,957,033	\$ 443,944,358	\$ 529,565,958	\$ 636,499,612	\$ 771,936,017
Cambio % en el Ingreso		32%	32%	32%	32%
Cambio % en los Costos y Gastos en Efectivo		29%	19%	20%	21%
Realiza el Proyecto una gestión orientada a la generación de valor?		SI	SI	SI	SI
EBITDA	\$ 304,974,325	\$ 501,854,125	\$ 767,295,689	\$ 1,127,606,456	\$ 1,614,123,180
Margen EBITDA	56%	70%	81%	90%	98%
Cambio en el margen EBITDA	0%	25%	16%	11%	8%
Utilidad Neta	\$ 185,510,794	\$ 289,728,509	\$ 405,838,557	\$ 604,888,188	\$ 873,348,437
Capital Contable al Inicio del Periodo	\$ 130,000,000	\$ 262,144,675	\$ 490,415,622	\$ 848,103,842	\$ 1,381,225,634
Rentabilidad del Patrimonio (ROE)	143%	111%	83%	71%	63%
Costo del Capital Contable	24%	24%	24%	24%	24%
Valor Económico Agregado (EVA del accionista)	\$ 154,310,794	\$ 226,813,787	\$ 288,138,808	\$ 401,343,266	\$ 541,854,285
Cambio en el EVA		47%	27%	39%	35%

Nota: Información elaborada con recursos propios.

De conformidad con el enfoque económico se observa que el crecimiento de los ingresos es igual años tras año, esto con relación al crecimiento porcentual del 32% que tienen las ventas de manera constante y a la inflación del 10% de los próximos 5 años del proyecto.

En términos generales, el proyecto realiza una gestión orientada a la generación de valor debido a que el cambio porcentual de los ingresos es mayor año tras año, al crecimiento porcentual de los costos y gastos en efectivo. Así mismo, se puede evidenciar este comportamiento positivo en el cambio del EVA, lo que indica que en términos generales la empresa generará ganancias en por encima del costo de capital que se ha invertido. Lo anterior es una buena señal para los accionistas, ya que sugiere que la empresa utilizará de manera efectiva sus recursos para generar ganancias, lo que aumenta el valor de la misma.

9.6.3 Descripción del Flujo de Caja Libre del Proyecto

Tabla 30*Evaluación financiera – Flujo de caja libre*

Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operativa	-	224,299,500	369,419,000	565,174,340	831,020,875	1,190,132,735
Depreciación	-	8,900,000	8,900,000	8,900,000	8,900,000	8,900,000
Depreciación acumulada	-	8,900,000	17,800,000	26,700,000	35,600,000	44,500,000
Gastos no Efectivos del periodo	-	620,000	620,000	620,000	620,000	620,000
Activo Corriente	\$ 100,000,000	\$ 317,431,673	\$ 634,708,172	\$ 1,135,304,303	\$ 1,819,915,469	\$ 2,793,879,739
Pasivo Corriente	-	\$ 175,766,998	\$ 255,252,550	\$ 388,640,461	\$ 530,609,835	\$ 725,323,278
Capital de Trabajo Neto	\$ 100,000,000	\$ 141,664,675	\$ 379,455,622	\$ 746,663,842	\$ 1,289,305,634	\$ 2,068,556,461
Cambio en el capital de trabajo neto	-	\$ 41,664,675	\$ 237,790,947	\$ 367,208,220	\$ 542,641,793	\$ 779,250,826
Activo Fijo	\$ 126,900,000	\$ 126,900,000	\$ 126,900,000	\$ 126,900,000	\$ 126,900,000	\$ 126,900,000
Cambio en el Activo Fijo	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Tasa de Impuestos	0%	35%	35%	35%	35%	35%
Intereses	\$ -	\$ 21,000,000	\$ 18,232,928	\$ 14,884,771	\$ 10,833,501	\$ 5,931,464

Flujo de caja libre						
Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operativa	-	224,299,500	369,419,000	565,174,340	831,020,875	1,190,132,735
-Impuestos	\$ -	\$ 78,504,825	\$ 129,296,650	\$ 197,811,019	\$ 290,857,306	\$ 416,546,457
Utilidad Operativa Neta Después de impuestos	\$ -	\$ 145,794,675	\$ 240,122,350	\$ 367,363,321	\$ 540,163,569	\$ 773,586,278
+Depreciación del periodo	\$ -	\$ 8,900,000	\$ 8,900,000	\$ 8,900,000	\$ 8,900,000	\$ 8,900,000
+Gastos no efectivos	\$ -	\$ 620,000	\$ 620,000	\$ 620,000	\$ 620,000	\$ 620,000
=Flujo de Caja Bruto	\$ -	\$ 155,314,675	\$ 249,642,350	\$ 376,883,321	\$ 549,683,569	\$ 783,106,278
- Cambio en el Capital de Trabajo Neto	\$ -	\$ 41,664,675	\$ 237,790,947	\$ 367,208,220	\$ 542,641,793	\$ 779,250,826
-Cambio en el Activo Fijo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
=Flujo de Caja Libre	\$ 230,000,000	\$ 113,650,000	\$ 11,851,403	\$ 9,675,101	\$ 7,041,776	\$ 3,855,452
+ Valor Residual (Valor de Continuidad)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,150,956,461
=Flujo de Caja del Proyecto	\$ 230,000,000	\$ 113,650,000	\$ 11,851,403	\$ 9,675,101	\$ 7,041,776	\$ 2,154,811,912
- Flujo de Caja de la Deuda	\$ 100,000,000	\$ 34,176,533	\$ 34,176,533	\$ 34,176,533	\$ 34,176,533	\$ 34,176,533
=Flujo de Caja Libre del Inversionista	\$ 130,000,000	\$ 79,473,467	\$ (22,325,130)	\$ (24,501,432)	\$ (27,134,757)	\$ 2,120,635,380

Nota: Información elaborada con recursos propios.

El flujo de caja libre refleja los recursos en dinero que se le van a entregar a los inversionistas, flujo de caja para los acreedores y socios. Es importante tener en cuenta que los flujos positivos muestran entradas y los negativos reflejan desembolsos de dinero. En el proyecto, la inversión inicial es de \$230.000.000 y los desembolsos de dinero son de \$34.176.533 correspondientes a las cuotas de la financiación adquirida. El valor de continuidad

al finalizar el año 5 es de \$2.150 millones y determina cuál es el valor del proyecto al finalizar el periodo de proyección en el caso de dar por terminada la inversión. Se observa que a partir del segundo año el flujo de caja libre del inversionista es negativo, sin embargo esto se debe a que se está bajo el supuesto de que no se distribuyen utilidades hasta la finalización del proyecto (quinto año), lo que genera un incremento significativo en el cambio del capital de trabajo.

9.6.4 Determinación del Costo de Capital

Tabla 31

Estimación del costo de capital

Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
Deuda Financiera	\$ 100,000,000	\$ 86,823,467	\$ 70,879,862	\$ 51,588,100	\$ 28,245,069	\$ -
Capital Contable	\$ 130,000,000	\$ 262,144,675	\$ 490,415,622	\$ 848,103,842	\$ 1,381,225,634	\$ 2,150,956,461
Capital	\$ 230,000,000	\$ 348,968,142	\$ 561,295,484	\$ 899,691,942	\$ 1,409,470,703	\$ 2,150,956,461
% de deuda Financiera al inicio del periodo		43%	25%	13%	6%	2%
% Capital Contable al inicio del periodo		57%	75%	87%	94%	98%
Tasa de interés al inicio del periodo (Kd)		21%	21%	21%	21%	21%
Costo de Capital Contable (Ke)		24%	24%	24%	24%	24%
Tasa de impuesto		35%	35%	35%	35%	35%
Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC, Ko, CPPC)		20%	21%	23%	23%	24%

Nota: Información elaborada con recursos propios

La tasa de rentabilidad requerida por los inversionistas es del 24% al inicio de proyecto de inversión sobre el capital aportado. El costo promedio ponderado de capital el primer año es de 20% y aumenta año tras año, alcanzando en el año 5 el 24%, esta tasa representa la mínima rentabilidad requerida del proyecto para sus inversiones y la remuneración de las fuentes de financiamiento, con el objetivo de brindar tranquilidad y satisfacción a los inversores.

9.6.5 Evaluación de Criterios Valor Presente, Valor Presente neto, TIR y Costo Beneficio del Proyecto

Tabla 32

Evaluación financiera - Flujo de caja del proyecto

Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja del Proyecto (FCP)	\$ (230,000,000)	\$ 113,650,000	\$ 11,851,403	\$ 9,675,101	\$ 7,041,776	\$ 2,154,811,912
Costo Promedio Ponderado del Capital (CPPC)	0%	20%	21%	23%	23%	24%
Factores de Descuento del Periodo (FDP)	100%	120%	121%	123%	123%	124%
Factores de Descuento (FD)	100%	84%	69%	56%	46%	37%
Valor Presente Flujos (FCP*FD)	-\$ 230,000,000	\$ 95,104,603	\$ 8,167,593	\$ 5,434,505	\$ 3,205,151	\$ 792,284,248
Indicadores para la toma de decisiones de inversión						
Valor Presente del Proyecto	\$	904,196,099				
Inversión Inicial	\$	230,000,000				
Valor Presente Neto	\$	674,196,099				
CPPC Geométrico		22%				
Tasa Interna de Retorno (TIR)		69%				
Relación Beneficio Costo (BC)		4				

Nota: Información elaborada con recursos propios

Con base a los resultados obtenidos en la proyección del flujo de caja del proyecto y en el costo promedio ponderado de capital se determinará por medio de cuatro criterios de inversión si el proyecto es factible o no. Los criterios de inversión son: valor presente, valor presente neto, tasa interna de retorno (TIR) y relación beneficio costo (BC).

- Valor presente: Determina si el proyecto es factible o no siempre que la sumatoria presente de los flujos que arroja el proyecto sea mayor a la inversión inicial, entonces:

Valor presente = \$ 904.196.099

Inversión inicial = \$ 230.000.000

Según el criterio general, si $VP > \text{Inversión inicial}$ se acepta el proyecto, de lo contrario se rechaza. En concordancia con lo mencionado se puede determinar que para el proyecto evaluado sí existe rentabilidad.

Valor presente neto: Determina si el proyecto es factible siempre y cuando la diferencia del valor presente y la inversión inicial sea mayor a cero, entonces:

$$\text{Valor presente} = \$ 904.196.099$$

$$\text{Inversión inicial} = \$ 230.000.000$$

$$\text{Valor presente neto} = \$ 674.196.099$$

Según el criterio general, si $VPN > 0$ se acepta el proyecto, de lo contrario se rechaza. En este orden de ideas se puede identificar que para el proyecto evaluado sí existe factibilidad.

Tasa interna de retorno (TIR): El criterio de TIR determina si el proyecto es rentable siempre que el resultado sea mayor a la tasa de interés de oportunidad (CPPC Geométrico o Ko), entonces:

$$TIR = 69\%$$

$$Ko = 22\%$$

Según el criterio, si la $TIR > Ko$ se acepta el proyecto, mientras que si la $TIR < Ko$ se rechaza, en este caso particular se puede determinar que el resultado de la Tasa Interna de Retorno muestra rentabilidad en el proyecto.

Relación beneficio costo (BC): Determina si el proyecto es factible siempre que el beneficio costo sea mayor a uno (1). El cálculo beneficio costo se realizará dividiendo el valor presente sobre la inversión inicial, entonces:

$$\text{Valor presente} = \$ 904.196.099$$

$$\text{Inversión inicial} = \$ 230.000.000$$

$$\text{Relación beneficio costo} = 4$$

Según criterio general, si $BC > 1$ se acepta el proyecto, de lo contrario se rechaza, podemos determinar que para este caso, el proyecto refleja rentabilidad, puesto que se cumple la condición mencionada.

Tabla 33

Evaluación financiera – Flujo de caja de accionistas

Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja del Accionista (FCA)	\$ (130,000,000)	\$ 79,473,467	\$ (22,325,130)	\$ (24,501,432)	\$ (27,134,757)	\$ 2,120,635,380
Costo del Capital Contable (Ke)	0%	24%	24%	24%	24%	24%
Factores de Descuento del Periodo (FDP)	100%	124%	124%	124%	124%	124%
Factores de Descuento (FD)	100%	81%	65%	52%	42%	34%
Valor Presente Flujos (FCA*FD)	-\$ 130,000,000	\$ 64,091,506	-\$ 14,519,465	-\$ 12,850,689	-\$ 11,477,286	\$ 723,365,142
Indicadores para la toma de decisiones de inversión						
Valor Presente del Proyecto	\$ 748,609,208					
Inversión Inicial	\$ 130,000,000					
Valor Presente Neto	\$ 618,609,208					
Ke - Promedio Geométrico	24%					
Tasa Interna de Retorno (TIR)	84%					
Relación Beneficio Costo (BC)	6					

Nota: Información elaborada con recursos propios

Con base a los resultados obtenidos en la proyección del flujo de caja de los inversionistas y en el costo promedio ponderado de capital, se determinará por medio de cuatro criterios de inversión si el proyecto es factible o no para los accionistas:

- Valor presente: El valor determina si el proyecto es factible o no siempre que la sumatoria presente de los flujos que refleja el proyecto sea mayor a la inversión inicial, entonces:

$$\text{Valor presente} = \$ 748.609.208$$

$$\text{Inversión inicial} = \$ 130.000.000$$

Según el criterio general, si $VP > \text{Inversión inicial}$ se acepta el proyecto, de lo contrario se rechaza. En concordancia con lo mencionado se puede determinar que para el proyecto evaluado sí existe rentabilidad.

- Valor presente neto: El valor presente neto determina si el proyecto es factible siempre y cuando la diferencia del valor presente y la inversión inicial sea mayor a cero, entonces:

$$\text{Valor presente} = \$ 748.609.208$$

$$\text{Inversión inicial} = \$ 130.000.000$$

$$\text{Valor presente neto} = \$ 618.609.208$$

Se puede identificar que para este caso, según el criterio de Valor Presente Neto, sí es rentable este proyecto, puesto que se cumple que $VPN > 0$.

- Tasa interna de retorno (TIR): El criterio de TIR determina si el proyecto es rentable siempre que la TIR sea mayor a la tasa de interés de oportunidad (CPPC Geométrico o K_o), entonces:

$$\text{TIR} = 84\%$$

$$K_o = 24\%$$

Se concluye que para este caso, según el criterio de la Tasa Interna de Retorno, sí es rentable este proyecto puesto que se cumple la condición $TIR > K_o$.

- Relación beneficio costo (BC): Determina si el proyecto es factible siempre y cuando el resultado sea mayor a uno. El cálculo beneficio costo se realizará dividiendo el valor presente sobre inversión inicial, entonces:

$$\text{Valor presente} = \$ 748.609.208$$

$$\text{Inversión inicial} = \$ 130.000.000$$

$$\text{Relación beneficio costo} = 6$$

Según el criterio, si $BC > 1$ se acepta el proyecto, de lo contrario se rechaza, según resultados de este indicador, es viable el desarrollo de este proyecto.

10. Modelo de Negocio para la Firma Toro & León Consultores S.A.S.

La firma Toro & León Consultores S.A. será una empresa dedicada a la prestación del servicio desde la ciencia contable en el municipio de Jamundí - Valle del Cauca con el objetivo de brindar el acompañamiento idóneo a sus clientes para que estos obtengan las bases, guía, e información financiera necesaria para hacer crecer sus negocios.

10.1 Propuesta de Valor

Ofrecer asesoría profesional y efectiva desde la ciencia contable que permita la adecuada administración de recursos de las empresas clientes, además de brindar los elementos de control necesarios a través de la auditoría para garantizar el adecuado manejo de las actividades

contables generando información de confianza, adicionalmente ser una compañía que pueda realizar un acompañamiento y que logre sintetizar los datos de forma comprensible, así la información financiera será una herramienta pilar para el logro de los objetivos estratégicos de las empresas clientes.

Actualmente (2023) los avances tecnológicos han generado factores de gran importancia en la operación de las empresas del país, lo cual se considera como una oportunidad para dinamizar e innovar en la forma en que se prestaran los servicios a los usuarios finales. Como propuesta de valor se determina ejecutar un desarrollo tecnológico que se traduce en una aplicación contable propia, la cual será puesta a disposición de los clientes con el fin de analizar datos cuantitativos respecto a los informes periódicos de sus estados financieros. En este orden de ideas, bastará con ingresar la información pertinente en unas plantillas estandarizadas de la aplicación para generar informes gerenciales o resúmenes ejecutivos del periodo, además estos análisis se podrán efectuar de forma comparativa entre distintos periodos, se brindará facilidad para el cálculo de indicadores de gestión, rentabilidad, productividad, eficiencia, entre otros con su respectiva interpretación según datos de los Estados Financieros y la generación de gráficas.

La automatización de procesos es una herramienta importante para reducir costos operativos y aumentar la productividad en las empresas. La tecnología de reconocimiento inteligente de caracteres y el software habilitado con inteligencia artificial hacen posible automatizar las actividades tradicionales, que solían llevar muchas horas de trabajo e inflar el costo de nómina. Al reducir el error humano en tareas repetitivas de alta frecuencia, las organizaciones pueden reorientar los esfuerzos de la fuerza laboral en procesos que requieren la participación humana. Los líderes vanguardistas están adoptando esta tecnología para mejorar la eficiencia y el rendimiento de sus negocios.

Así mismo, la inteligencia artificial y la computación cognitiva en finanzas permiten procesar grandes cantidades de datos en poco tiempo, analizar historiales de transacciones e identificar signos de futuros problemas en tiempo real. Estas herramientas son indispensables para la planeación financiera, ya que permiten hacer predicciones y generar detalles basados en múltiples variables. Un ejemplo de esto, es la compañía de préstamos Crest Financial, que empleó inteligencia artificial en la plataforma de servicios de Amazon y vio resultados positivos en los análisis de riesgo en tiempos más oportunos frente a los métodos tradicionales.

10.2 Pertinencia Frente al Proyecto

Es importante resaltar que las actividades contables y de auditoría son claves en las empresas de modo que la asesoría en ambas se debe realizar con base en técnicas y herramientas que se aprenden mediante la formación académica, la experiencia en asesoría contable y auditoría con las cuales cuenta el desarrollador de este proyecto quien a lo largo de su carrera profesional ha trabajado y se ha formado para la ejecución de estas actividades.

10.3 Estrategias de Mercado

Como bien se sabe, es importante diseñar planes y acciones que permitan promocionar los servicios con el fin de generar visibilidad en el mercado, aumentar las ventas y la rentabilidad del negocio. A continuación, se detallan algunas de las estrategias de mercadeo a utilizar:

10.3.1 Estrategias de Comunicación y Divulgación

Para la firma Toro & León Consultores S.A.S. es fundamental la aplicación de estrategias de comunicación y divulgación asertivas que generen acercamiento al público objetivo, además de informar sobre la gama de servicios disponibles, crear y mantener una imagen positiva de la empresa y establecer relaciones comerciales duraderas con los clientes.

Se diseña el logo representativo de la empresa, el cual busca captar la atención de los usuarios por su forma creativa e innovadora de presentar el negocio, se usará la escala de colores azules y grises los cuales se consideran alusivos a la formalidad y a la ciencia.

Figura 10

Logo empresarial Toro & León Consultores S.A.S.



Nota: Información elaborada con recursos propios.

Nombre de la empresa: Toro & León Consultores S.A.S.

Slogan: confianza, calidad e innovación en los servicios.

El logo de la empresa se compone de la razón social que hace referencia a los socios fundadores de esta firma quienes presentan estudios profesionales en Contaduría Pública, así como diplomados y formación complementaria en el área. Además se muestran figuras geométricas que representan la innovación y el valor agregado en tecnología sobre el cual se fundamentará la prestación de servicios. Es importante mencionar que, antes del registro del nombre de la empresa en el RUES, se realiza verificación de “homonimia comercial”, esto con el fin de confirmar que no exista otra empresa o sociedad con la misma razón social que puedan

generar sanciones o trámites adicionales. La consulta arroja resultados satisfactorios con el nombre propuesto para la firma.

Las características y fortalezas principales de la firma que se quieren dar a conocer por medio de la propaganda y publicidad son:

- Conocimientos especializados: se cuenta con expertos en contabilidad, impuestos, auditoría y finanzas, lo que les permite ofrecer una amplia gama de servicios especializados a los clientes.
- Experiencia: el factor humano vinculado a la firma contará con gran nivel de experiencia referente a los servicios prestados en sectores varios del mercado, lo que les permite comprender mejor las necesidades de los clientes y ofrecer soluciones personalizadas.
- Tecnología e innovación: la firma tendrá acceso a herramientas, programas y aplicaciones de tecnologías avanzadas que les permiten ofrecer servicios más eficientes y precisos a sus clientes.
- Servicio al cliente: alto compromiso con el servicio al cliente en tiempos oportunos y enfoque en el trabajo en equipo para la efectividad en las necesidades presentadas.
- Cumplimiento normativo: conocimiento profundo de las regulaciones y normas contables, tributarias y financieras, lo que permite ayudar a los clientes a cumplir con las normativas aplicables de manera confiable.
- Enfoque en la calidad: la firma se enfocará en garantizar que los servicios ofrecidos sean consistentes y confiables en términos de calidad, y que cumplan con los requisitos especificados por cada uno de los clientes.

10.3.2 Mecanismos y Medios para hacer Conocer a la Empresa

Con el fin de garantizar el nivel de ventas proyectado, se considera necesaria la inversión en publicidad y propaganda, lo cual permitirá en principio que la firma se visibilice y posicione en el mercado captando la atención de los usuarios. A continuación, se relacionan las principales estrategias a aplicar con enfoque de optimización en motores de búsqueda (SEO) y marketing en motores de búsqueda (SEM):

Publicidad en medios tradicionales: esto puede incluir la publicidad en periódicos, revistas, televisión y radio. A pesar de que los costos de estos medios sean un poco elevados, se considera fundamental realizar la inversión para emerger en el mercado y ser efectivos en el acercamiento a audiencias más amplias. En este orden de ideas se cotiza con la emisora “Radio Tiempo” para realizar cuñas radiales con una intensidad de 3 anuncios al día (cada uno de 1 minuto).

Publicidad en línea: este medio incluye anuncios en motores de búsqueda, redes sociales y sitios web relevantes. Los anuncios o publicidad serán dirigidos a audiencias específicas según el interés de la firma. Se contratará a la empresa publicitaria “Dilo Publicidad Digital Jamundí” la cual ofrece paquetes de publicidad digital acorde a las necesidades de la firma, entre estos el diseño y administración de página web empresarial con la premisa de un incremento en el tráfico de usuarios, se mostrará una reseña empresarial, novedades, información de contacto, compromisos con el medio y políticas. Así mismo, se pauta el manejo y administración de redes sociales, entre estas Facebook, instagram y whatsapp en las cuales se publicará contenido de los servicios que ofrece la firma, actualizaciones normativas y artículos de interés empresarial.

En la creación de contenido mediante redes sociales se harán post estratégicos y se potenciará la participación en foros, conversatorios y webinar en temas relacionados al mundo empresarial y de los negocios, con enfoque en el cumplimiento de la normatividad legal aplicable a las mipymes y resaltando la importancia de una buena asesoría en materia financiera y tributaria. Lo anterior permitirá a la firma tener un mayor acercamiento e interacción con usuarios que podrían convertirse en clientes potenciales.

Marketing de contenidos: la firma tendrá el compromiso de crear y distribuir contenido relevante y útil para atraer y retener a los clientes. Para lo anterior se hará uso de blogs, infografías, y videos, además de contar con un aviso publicitario en la parte exterior del establecimiento que permita identificar al público en general la existencia de la misma. Cuando la parte interesada se acerque al establecimiento físico de la firma, se le atenderá mediante contacto directo ofreciendo claridad en los servicios a desarrollar y demás componentes comerciales, además se contará con un portafolio de servicios que presentará en resumen la información de interés del usuario final. A continuación, se presenta la inversión mensual en publicidad:

Tabla 34

Presupuesto de publicidad

Medio o actividad	Frecuencia mensual	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Paquete cuña radial en la emisora Radio Tiempo	1	1	1,900,000	1,900,000

Paquete diseño y administración de página web	1	1	850,000	850,000
Paquete creación y administración de redes sociales	1	1	1,180,000	1,180,000
Diseño de aviso publicitario - única vez	1	1	2,000,000	2,000,000
Diseño e impresión de folletos	1	100	500	50,000
Total inversión inicial			5,930,500	5,980,000
Total mensual			3,930,500	3,980,000

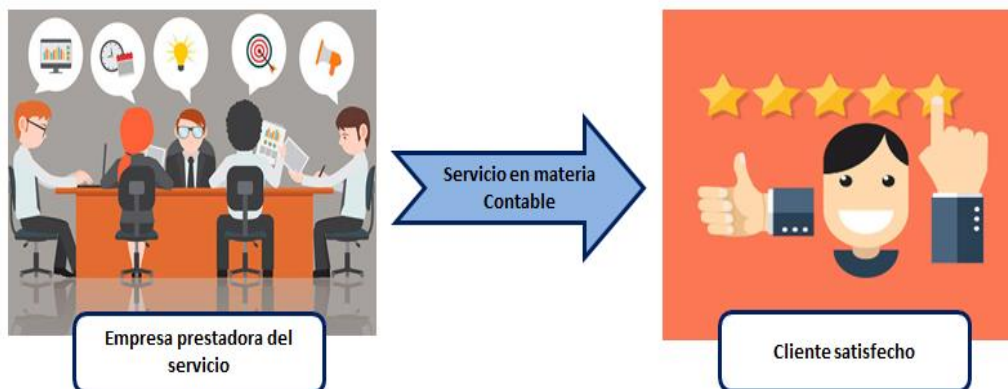
Nota: Información elaborada con recursos propios.

10.3.3 Estrategias de Venta y Canales de Distribución

Teniendo en cuenta que la firma residirá en el municipio de Jamundí Valle con un único establecimiento de comercio y el tipo de servicios que se ofrecen, el canal de distribución es directo, es decir la firma presta sus servicios a sus clientes o usuarios sin intermediaciones ni tercerizaciones.

Figura 11

Canal de distribución de ventas



Nota: Información elaborada con recursos propios

Como se puede observar en el gráfico anterior, la firma vende directamente sus servicios al cliente, sin la intervención de intermediarios o terceros. Dichos servicios podrán ser ofrecidos a través de diferentes medios, como el sitio web, aplicaciones móviles o en el establecimiento de comercio. Este modelo de canal de distribución tiene algunas ventajas, como un mayor control sobre la calidad del servicio y una mayor flexibilidad en la fijación de precios según política de descuentos aprobada

10.4 Políticas de Servicio

Los usuarios contarán con plataformas digitales como la página web y redes sociales donde podrán solicitar contacto para atención a las dudas o sugerencias que presenten, dentro de las premisas más significativas en las políticas de servicio de la firma se tiene:

Atención al cliente: Se establecerán políticas para brindar una atención al cliente eficiente y efectiva, ya sea por correo electrónico, teléfono o presencial. La firma garantizará que los clientes se sientan valorados y escuchados, y de que sus necesidades sean atendidas de manera oportuna.

Responsabilidad y ética: Se establecerán políticas y procedimientos claros para garantizar la responsabilidad y la ética en la prestación de servicios. Esto puede incluir políticas de confidencialidad y privacidad, así como procedimientos para garantizar la calidad y precisión de los informes y estados financieros.

Comunicación efectiva: Se establecen políticas para mantener una comunicación efectiva con los clientes, incluyendo la frecuencia y el tipo de informes financieros que se proporcionarán, así como los plazos para la presentación de informes y demás requerimientos específicos.

Fijación de precios y facturación: De acuerdo con las negociaciones comerciales definidas con los usuarios, se presentará la fijación de precios y la facturación, lo cual reflejará transparencia para los clientes incluyendo la definición de tarifas y honorarios, así como políticas de pago y facturación.

Actualización y formación: La firma garantiza que su personal esté actualizado y bien capacitado en los últimos desarrollos en materia contable y tributaria mediante la asistencia a conferencias y cursos de formación, así como la revisión y actualización constante de los procesos y procedimientos de la empresa.

10.5 Análisis de Valores Personales

Los valores personales son las creencias y principios que una persona considera importantes y que guían su comportamiento y decisiones. En el contexto de la creación de una empresa, es importante realizar dicho análisis para identificar y comprender los valores fundamentales que impulsan al emprendedor para alcanzar el éxito del negocio propuesto, permitiendo mantener la motivación y el compromiso del emprendedor y del equipo. Además,

los valores personales influyen en la cultura organizacional de la empresa y en la forma en que se toman decisiones importantes, lo que puede afectar la percepción y la relación con otros usuarios como lo son clientes y proveedores. A continuación se detallan los valores que se tienen en cuenta en la creación del proyecto:

Pasión y motivación: La motivación es esencial para el éxito empresarial y es importante identificar las fuentes que la generan así como tener un objetivo claro que ayude a trazar la ruta que conduzca al éxito. Al finalizar un año y comenzar otro, es un momento ideal para hacer un balance y revisar los logros y fracasos.

Creatividad e innovación: La gestión de la creatividad en la innovación es un reto fundamental en la economía actual y es clave para impulsar el crecimiento y la resiliencia de las empresas emergentes. Las organizaciones más exitosas tienen una estrategia de innovación y entienden que los servicios innovadores son el resultado de procesos creativos, por lo cual la gestión de ideas juega un papel importante en este proceso.

Honestidad e integridad: La integridad laboral es una parte fundamental en las empresas porque garantiza que todas las acciones que se realicen cumplan con los principios y valores que caracterizan a la organización y sus empleados, por tal razón su implementación contribuirá significativamente al crecimiento y consolidación de una buena imagen.

Responsabilidad social: Este valor es de gran importancia ya que trae ventajas en el mercado, como una buena imagen y reputación, mayor lealtad de los clientes y empleados y un mejor desempeño financiero a largo plazo, la responsabilidad social no solo es un deber ético, sino también una estrategia inteligente para garantizar el éxito empresarial sostenible.

Trabajo en equipo y colaboración: El trabajo en equipo es un factor clave para el éxito de cualquier negocio, ya que mejora la productividad y promueve relaciones saludables entre los empleados. Además el trabajo en equipo permite a los empleados trabajar más rápido y efectivamente, lo que aumenta la responsabilidad y la motivación de los colaboradores.

10.6 Análisis de Riesgos e Intangibles

10.6.1 Riesgo de Mercado

En la actualidad, las empresas dedicadas a los servicios contables enfrentan una serie de riesgos de mercado que pueden afectar significativamente su desempeño financiero y su capacidad para generar ingresos. Estos riesgos de mercado pueden derivar de una amplia gama de factores, como los cambios en la economía global, los movimientos en los precios de los activos y las fluctuaciones en las tasas de cambio.

Volatilidad en los mercados financieros: las condiciones económicas pueden cambiar rápidamente, lo que puede resultar en fluctuaciones de los precios de los activos y afectar a los ingresos de la empresa. Por ejemplo, una recesión económica puede reducir la demanda de servicios contables, mientras que una economía en auge puede generar una mayor demanda de los servicios ofertados.

Otro riesgo de mercado que enfrentan las empresas de esta índole es la competencia en el mercado: la entrada de nuevos competidores, especialmente aquellos que ofrecen servicios a precios más bajos, puede reducir los ingresos y los márgenes de beneficio de la empresa. Además, la competencia puede aumentar la presión sobre la compañía para que mantenga los precios bajos, lo que puede afectar su capacidad para generar beneficios a largo plazo.

Por otra parte, la firma podría enfrentarse también a riesgos legales y regulatorios: los cambios en las regulaciones gubernamentales pueden afectar la forma en que las empresas ofrecen sus servicios y pueden requerir inversiones adicionales en tecnología y recursos humanos para cumplir con los nuevos requisitos. Las violaciones de las normas y regulaciones pueden resultar en sanciones y multas, lo que puede afectar negativamente la reputación de la empresa y su capacidad para generar ingresos. Por lo anterior, el proyecto de empresa implementará estrategias de gestión de riesgos sólidas que le ayudarán a estar preparada para adaptarse a los cambios en el mercado en pro de minimizar el impacto de estos.

10.6.2 Riesgos Técnicos

Para el modelo de empresa según el proyecto propuesto, estos riesgos se pueden asociar a los problemas que pueden ocurrir en el equipo o software utilizado por la firma, lo que a su vez puede afectar la capacidad para desempeñar las actividades de manera efectiva y eficiente. En primer lugar, es importante destacar que la mayoría de estos negocios dependen en gran medida de la tecnología para llevar a cabo sus operaciones.

Desde el software de contabilidad hasta las herramientas de gestión de proyectos, las empresas contables utilizan una amplia gama de aplicaciones para desempeñar su trabajo. Por lo anterior, si estas herramientas presentan alguna falla o no funcionan correctamente, la firma puede enfrentar problemas críticos. Lo anterior, puede generar un impacto significativo en la productividad y los ingresos de la firma ya que la interrupción del servicio provoca retrasos en los informes financieros y en la presentación de impuestos generando multas y sanciones por parte de las autoridades fiscales.

Otro riesgo técnico que se puede identificar para las empresas de esta índole es la seguridad de los datos: la mayoría de las empresas contables manejan información confidencial y sensible de sus clientes, como información financiera y personal. Si los datos se ven comprometidos debido a un fallo técnico o a un ataque cibernético, la empresa puede enfrentar graves consecuencias, incluyendo la pérdida de clientes y una afectación en su reputación.

En general, los riesgos técnicos incluyen la obsolescencia tecnológica: con el rápido avance de la tecnología, es posible que el software y los equipos utilizados por la firma se vuelvan obsoletos con el tiempo, razón por la cual se invertirá significativamente para estar actualizados con las últimas tecnologías y así minimizar el riesgo de perder competitividad en el mercado, clientes y oportunidades de negocio.

10.6.3 Riesgos Económicos y Financieros

La gestión financiera será fundamental para el éxito del proyecto de empresa. En este sentido, es importante que la firma se encuentre preparada para enfrentar los diferentes riesgos financieros que pueden presentarse en su actividad empresarial.

Entre los principales riesgos financieros que se pueden identificar, se encuentra el riesgo de crédito. Este riesgo se refiere a la posibilidad de que los clientes no paguen sus facturas en el tiempo establecido, lo que puede generar problemas de liquidez y afectar la rentabilidad de la empresa. Para evitar este riesgo, la firma establecerá una política de crédito clara y efectiva, que incluya la evaluación del riesgo crediticio de los clientes y la implementación de medidas para garantizar el cobro oportuno.

Además, la empresa podría enfrentarse al riesgo de iliquidez, que se refiere a la posibilidad de que no se cuente con suficientes recursos financieros para hacer frente a sus

obligaciones en el corto plazo. Esto puede suceder por ejemplo, si la firma experimenta una disminución en sus ingresos o si tiene dificultades para cobrar sus facturas. Con el fin de mitigar este riesgo, la empresa ejercerá una gestión financiera responsable y eficiente, que incluya un buen control del flujo de caja y la implementación de políticas de ahorro.

10.7 Aspectos Técnicos

Para la creación de la firma, se abordarán varios aspectos técnicos. En primer lugar, es importante realizar el registro legal de la empresa, incluyendo la obtención de una licencia comercial, registro de marca y registro de impuestos. También es esencial tener una planificación financiera sólida, que incluya la proyección de ingresos y gastos, estimación del capital necesario y cálculo del punto de equilibrio como se podrá observar con posterioridad. Además la estructura organizacional se definirá incluyendo los roles y responsabilidades de los empleados, la jerarquía de gestión y la relación entre departamentos y áreas de trabajo sin dejar a un lado la elección de la tecnología y el equipamiento necesario para el éxito del negocio. Sumado a lo anterior, se trabajará en una estrategia de marketing y publicidad sólida para dar a conocer la empresa y sus productos o servicios al público objetivo así como el planteamiento de procedimientos operativos claros y eficientes para la gestión de las actividades diarias de la empresa, como la gestión de ventas, facturación, contabilidad, recursos humanos y gestión de clientes.

10.7.1 Descripción de Proveedores Claves

Para el desarrollo de las actividades y servicios que ofrece la firma, se consideran como proveedores claves a “Syscafe S.A.S” quien brindará el soporte de software de contabilidad confiable para llevar a cabo las tareas diarias de los clientes, además prestará el servicio de la nube como herramienta de gran importancia para acceder a los datos empresariales desde

cualquier lugar y en cualquier momento. Dicho proveedor a su vez cuenta con servicios de seguridad informática que serán claves para la firma en términos de proteger la información comercial y confidencial de los clientes.

Otros de los proveedores claves para la firma será “Dell” quien suministrará equipos tecnológicos (hardware) como servidores, computadoras y dispositivos de almacenamiento y “Dilo Publicidad digital Jamundí” encargada de las actividades de marketing de la firma generando reconocimiento en el mercado mediante estrategias publicitarias para la captación de clientes (Administración de redes sociales y página web, elaboración de folletos, entre otros). A continuación se relacionan las características de dichos proveedores

Tabla 35

Características del proveedor “Syscafe S.A.S.”.

Concepto	Descripción
Razón Social	Syscafe S.A.S.
NIT	900083058-7
Cámara de comercio	Ibagué
Experiencia	20 años en el mercado
Tipo de sociedad	Sociedad por acciones simplificadas
Actividad desempeñada	Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación pruebas), soporte de nube y seguridad informática.
Dirección	Carrera 3 N 38 A 18, Ibagué, Tolima
Medios de pago	Pagos electrónicos (Transferencia bancaria)
Modalidad del servicio	Remoto

Nota: Información elaborada con recursos propios.

Tabla 36

Características del proveedor “Dell Colombia Inc”.

Concepto	Descripción
Razón Social	Dell Colombia Inc.
NIT	830035246-7
Cámara de comercio	Bogotá
Experiencia	Más de 25 años en el mercado
Tipo de sociedad	Sociedad extranjera
Actividad desempeñada	Comercio al por menor de computadores equipos periféricos programas de informática y equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados
Dirección	Carrera 7 113 43 Of 1401 Bogotá, Cundinamarca.
Medios de pago	Pagos electrónicos (Transferencia bancaria)
Modalidad del servicio	Envíos – Presencial

Nota: Información elaborada con recursos propios.

Tabla 37

Características del proveedor “Dilo Publicidad Digital Jamundí”.

Concepto	Descripción
Razón Social	Dilo Publicidad Digital Jamundí
NIT	901358728-9
Cámara de comercio	Cali
Experiencia	Más de 8 años en el mercado
Tipo de sociedad	Sociedad por acciones simplificadas
Actividad desempeñada	Publicidad
Dirección	Carrera 12 8 40, Jamundí, Valle.
Medios de pago	Pagos electrónicos (Transferencia bancaria)
Modalidad del servicio	Remoto – Presencial

Nota: Información elaborada con recursos propios.

10.7.2 Proceso Productivo en la Prestación de Servicios de la Firma

La empresa contará con personal altamente capacitado y hará uso de las herramientas tecnológicas adecuadas para la prestación de servicios en materia contable de la forma más eficiente y efectiva con el diseño de políticas y procedimientos claros para garantizar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Tabla 38

Proceso general para la prestación de servicios que ofrece la firma

Identificación de la necesidad
Contacto inicial con el cliente. Se identifica la necesidad en la prestación del servicio que ofrece la firma. Se analiza el sector según actividades desarrolladas por el cliente. (conocimiento de la empresa, tamaño, operaciones, etc.)
Acuerdo de servicios
Reunión directa con Gerencia o Directivos del cliente para las especificaciones claras del servicio requerido Se envía cotización y/o propuesta de servicios según requerimientos del cliente, donde se especifican los acuerdos comerciales, entre estos: detalle del servicio, modalidad del servicio, horarios establecidos, precio, condiciones de pago, duración del servicio, entre otras condiciones. Se elabora contrato para formalizar la prestación del servicio, previa aprobación de la propuesta presentada Se formaliza negociación mediante firma de documentos comerciales en cumplimiento a la normatividad legal vigente.
Transferencia de información
La firma debe recibir la información necesaria del cliente para llevar a cabo los servicios requeridos.
Procesamiento de la información
La firma pone a disposición del cliente el personal idóneo y calificado para la prestación del servicio, quien tendrá contacto directo ante cualquier requerimiento o necesidad. Se entregaran los resultados del trabajo realizado según los acuerdos comerciales dentro tiempo pactado (El personal de la firma tendrá acceso a toda la información necesaria del cliente para el desarrollo de las actividades propuestas sin limitación alguna).
Informes y comunicación
Se realizan entregables al cliente como resultados de la prestación del servicio.

Nota: Información elaborada con recursos propios.

Para la prestación de los servicios ofrecidos por la firma, se contará con el personal necesario para el desarrollo de las labores pactadas, para lo cual se realizarán reuniones de apertura de los servicios requeridos de forma presencial y en las instalaciones del cliente para la presentación formal del equipo de trabajo que estará a disposición de las necesidades que se presenten. Así mismo, la modalidad para la prestación de estos servicios se realizará tanto presencial como de forma remota.

El personal de la firma, tendrá acceso al software contable de los clientes mediante usuario propio y este podrá realizar consultas o modificaciones en el sistema según los permisos y parámetros establecidos en lo requerido por el cliente. De igual forma, la firma contará con el programa Syscafe cuando se requieran trabajos de outsourcing contable y se hará uso de la nube para prestar el servicio desde cualquier lugar y horario. La firma contará con su propia oficina para prestar el servicio con modalidad remota.

10.7.3 Ubicación Estratégica, Diseño y Distribución de la Empresa

Producto del análisis del mercado y otros estudios complementarios, se concluye que la firma tendrá su establecimiento de comercio en el municipio de Jamundí Valle, en la dirección Transversal 5C #11^a – 02 barrio la Adrianita (Segundo piso). El sector mencionado cuenta con amplia accesibilidad para los clientes, empleados, proveedores y demás usuarios, se cuenta con transporte público y vías principales de fácil acceso. Por otra parte, según análisis demográfico la ubicación de la empresa hace parte del perímetro urbano del municipio en mención, cerca de la población objeto (empresas micro, de pequeño y mediano tamaño).

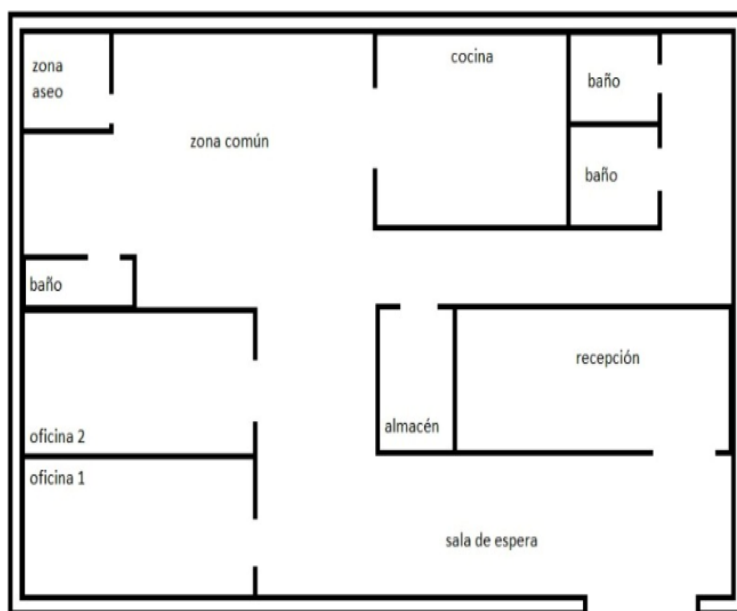
Además, en el sector propuesto para la ubicación de la firma, no se cuenta con empresas dedicadas a la misma actividad (competencia) que puedan afectar la captación de clientes. La

oficina será estructurada en un bien inmueble propio de uno de sus socios, por lo cual no se incurrirá en costos de arrendamiento siendo este aspecto un plus para el inicio de las actividades como empresa, de igual forma, se prevé que los gastos por concepto de servicios públicos sean relativamente económicos ya que el sector corresponde a “extracto 2” y cuenta con buena cobertura de servicios generales incluyendo el internet.

A continuación se relaciona el detalle de la distribución de la firma:

Figura 12

Plano de la firma Toro & León Consultores S.A.S.



Nota: Información elaborada con recursos propios

10.7.4 Aspectos y Sistemas de Control

La firma implementará sistemas de control que ayuden a monitorear y evaluar el rendimiento y la eficiencia en las distintas áreas del negocio, permitiendo la identificación de

problemas y oportunidades de mejora, de esta forma, se pueden tomar decisiones informadas y estratégicas para optimizar el rendimiento de la empresa y asegurar su éxito a largo plazo. Para este caso en específico los sistemas de control tendrán un enfoque en:

Control financiero: relacionado a las finanzas de la empresa, asegurando que se realice un seguimiento adecuado de los ingresos, gastos y beneficios. Para lo anterior se establecen sistemas de contabilidad y presupuesto que permitan controlar los recursos financieros de la firma. Control operacional: Enfocado en los procesos y operaciones de la empresa, donde se busca asegurar que se lleven a cabo de manera eficiente y efectiva para lo cual se establecen sistemas de gestión de calidad y control transversal en la prestación del servicio para garantizar la calidad y la eficiencia de las actividades desarrolladas.

Control de recursos humanos: Directamente hacia el personal de la empresa, asegurando que se cuente con la cantidad y calidad adecuada de empleados y que se realice un seguimiento adecuado de la capacitación y el desempeño de estos. Se establecen sistemas de evaluación de desempeño y de gestión de recursos humanos para controlar y mejorar el rendimiento, idoneidad y cualificación del personal.

10.8 Aspectos Estratégicos Administrativos

Las empresas cuentan con factores determinantes que cumplen funciones específicas para el logro de cada uno de sus objetivos, en ese sentido es primordial enfocar el trabajo de las compañía en aquellos factores que generan mejores resultados e impactos en la comunidad en la que se es activo, así pues, en la llamada “aldea global” es posible ver cómo los avances tecnológicos y sobre todo en materia de comunicación han llevado a que las estrategias no se

queden en un círculo , sino que, más bien éstas se expandan a través de la innovación tecnológica de la cual también debe ser parte la contabilidad.

En ese orden de ideas, el factor tecnológico es un punto estratégico a desarrollar el cual existe gracias al factor del talento humano ya que son las personas quienes mueven las ideas que forman los sistemas que conocemos, es así como de modo particular y en materia contable se pasó de un registro de libros a papel a software desarrollados para que la generación de la información sea más rápida y confiable, además de otras alternativas posibles a profundizar para mejorar el servicio, la imagen y por ende la percepción que tiene el cliente.

Por consiguiente, es oportuno afirmar que se requiere una estructura organizacional que sirva como base para el funcionamiento del factor humano, tecnológico, financiero y comercial de la organización.

10.8.1 El Factor del Talento Humano

El acceso a la información se ha facilitado a lo largo de los años gracias a los avances tecnológicos, lo anterior ha generado un cúmulo de datos que está a disponibilidad de una gran cantidad de personas, esto ha permitido que tanto hombres como mujeres desarrollen su potencial a través de la educación que es posible encontrar en internet, es así como el conocimiento se recibe ya no solo de manera presencial sino también virtual, por lo tanto incrementar los saberes es un factor importante que representa una herramienta para que cada individuo desarrolle sus habilidades .

En un entorno empresarial se hace referencia al talento humano como un factor esencial ya que para que una empresa alcance un nivel de desarrollo óptimo debe integrar de manera holística a los empleados con los recursos o herramientas de conocimiento, así pues es válido

afirmar que: “la calidad del servicio de una empresa radica en la posibilidad de sostener el talento humano en una línea temporal prolongada.” De modo que ese hecho permita por su puesto el alcance de los objetivos propuestos.

Por consiguiente, es necesario generar la motivación para que el talento humano se vea desarrollado, lo anterior a través de incentivos tales como: las capacitaciones, incluir los cuidados a los riesgos y enfermedades laborales, generar espacios de esparcimiento y ambientes adecuados para que se puedan generar nuevas ideas aplicadas a cada una de los niveles de la empresa y bonificaciones por clientes referidos que firmen contrato con la firma, así pues, el desarrollo de este factor debe ir encaminado a nutrir tanto a los cargos directivos como a los demás colaboradores.

10.8.2 El Factor Tecnológico

“La empresa debe formular una estrategia tecnológica integrada en la estrategia global y al mismo nivel que otras estrategias como puede ser la financiera o la comercial” ya que estas van a posibilitar que gracias a esta decisión se inicien nuevas actividades que logren diferenciar a la compañía de otras.

Es así como la empresa Toro & León Consultores S.A.S. tendrá como estrategia hacer uso de las herramientas tecnológicas al alcance para gestionar una comunicación más rápida y efectiva con el cliente a través del desarrollo de una página web en el que sea posible dar respuesta a dudas que tengan nuestros clientes, manejar una nube con cada uno de ellos para que se pueda compartir información financiera y se puede generar históricos de la información.

Además de contar con plataformas como Teams o Skype que faciliten las reuniones virtuales para asesorar a nuestros clientes con tips y estrategias que permitan obtener el

conocimiento de la adecuada organización de la información contable en sus empresas, a través de procesos efectivos que brinden una eficiente circulación y registro de datos contables.

10.8.3 Gobierno Corporativo

El gobierno corporativo trata de implementar buenas prácticas para que la toma de decisiones no se genere con base a intereses particulares sino que siga las metas propuestas por la entidad, en ese sentido la transparencia de la información es importante para que cada usuario de la información (Stakeholder) tenga los datos reales de las operaciones lo cual es sustancial en cualquier entidad y aún más en una dedicada a dar fe de la información financiera de sus empresas clientes, por lo anterior la empresa Toro & León Consultores S.A.S. internamente gestionará normas alineados a los objetivos de la compañía de modo que se pueda generar un control y por ende sea posible la correcta distribución de los recursos para llevar a cabo los proyectos a nivel interno que permitan la consecución de nuevas herramientas tecnológicas y claro, el desarrollo del talento humano y con ello resultados positivos en el ejercicio de la entidad.

11. Conclusiones

La ejecución y desarrollo del presente trabajo ha permitido llegar a las siguientes conclusiones:

* Se llevó a cabo un estudio de factibilidad, que refleja la posibilidad de materialización o constitución del proyecto empresa Toro & León Consultores S.A.S. en el municipio de Jamundí – Valle. Dicho estudio permitió conocer la percepción de las mipymes frente al servicio a ofertar, el diseño de estrategias y planes de comercialización, así como la identificación de riesgos y amenazas del entorno para prevenirlas. Cabe resaltar que las firmas de esta índole cuentan con un

mercado amplio en el que se puede competir y para el caso específico en el municipio de Jamundí, se observa una oportunidad de negocio teniendo en cuenta la tendencia creciente en las necesidades contables y/o administrativas de mipymes emergentes y ya posicionadas en la localidad y la poca existencia de empresas dedicadas a la prestación de servicios en materia contable.

* Con la creación de la firma contable, se estaría contribuyendo al desarrollo social y económico del municipio de Jamundí, donde se generaría fuente de empleo para los ciudadanos profesionales en esta ciencia y así mismo con la prestación de servicios de consultoría y asesorías Contable/Financiera/tributaria, auditorías, capacitaciones, entre otros, se incentivará a la formalización de muchas mipymes y estructuración sólida de su manejo contable que les permita la toma de decisiones acertadas, crecimiento económico y sostenibilidad en el mercado.

* El municipio de Jamundí cuenta con 1.528 mipymes registradas en la Cámara de Comercio de Cali, lo cual se considera un dato representativo e importante para dar inicio con el desarrollo de las actividades propias de la firma. Según estudios aplicados, el proyecto de empresa contará con múltiples estrategias que conlleven a un posicionamiento sólido en el mercado y frente a sus competidores. Mediante la realización de entrevistas a una muestra de 19 mipymes del municipio, se identifican los clientes potenciales de la firma contable, así como la percepción, aceptación y preferencias en la contratación de estos servicios. Además con el análisis de servicios sustitutos y poder de negociación con clientes y proveedores se reflejan resultados positivos que favorecen la creación de la firma.

* El estudio económico y financiero presentan viabilidad y pertinencia frente al proyecto, ya que mediante la elaboración de Estados financieros proyectados y el cálculo de indicadores

generales, se observa la generación de valor y rentabilidad creciente a corto y mediano plazo. Los ingresos que pretende percibir la firma al momento de su operación se encuentran a un mayor nivel de los costos y gastos proyectados en que se espera incurrir, generando a su vez un flujo de caja atractivo y favorable para la continuación y crecimiento económico de la empresa.

Referencias

- Arzola, M. (2001). Comparación de la Capacidad Tecnológica del Sector Metal entre Aragón/España y Guayana/Venezuela mediante Categorías Universales: Perspectivas para la Cooperación Empresarial. Tesis Doctoral. Universidad de Zaragoza. España.
- Andía, W (2012). Proyectos de Inversión. Editorial El Saber.
- Andia, W y Paucara, E (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*. 16 (1), p. 88-84
- Birch, D. (1979). *The Job Generation Process*, Cambridge, MA.
- Dávila, N (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Laurus*, 12 .p. 180-205
- Donis, H (2013) Tipos de diseños de los estudios clínicos y epidemiológicos. *Avances en Biomedicina*, 2, (2). p. 76-99
- Eslava, J y Marín, I (2009). Las claves de la nueva contabilidad para las Pymes. Esic editorial.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; Basptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). M.-H. Education, & P. Baptista Lucio, Edits.
- Hidalgo, et al. (2002). *La gestión de la Innovación y la tecnología en las organizaciones*. Ediciones Pirámide.

- <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/La-creacion-de-empresas-en-Colombia-aumento-2-1-durante-2019>
- https://servicios.educarm.es/templates/portal/images/ficheros/etapasEducativas/secundaria/16/secciones/270/contenidos/10827/teorias_sobre_el_empresaio_de_knigth_y_schumpeter.pdf
- <https://www.redalyc.org/pdf/205/20502604.pdf> (Cuadernos de administración) Pontificia universidad Javeriana de Colombia.
- Kent, C. (1982). Entrepreneurship in Economic Development. En Kent, C.; Sexton, D. y Vesper, K. (eds): Encyclopedia of Entrepreneurship, pp. 237-256.
- Lovelock, C, et al (2004) . Administración de Servicios. Pearson-Prentice Hall. México. pp 1-35.
- PORTER, M.E. (1991): La Ventaja Competitiva de las Naciones, Plaza & Janés Editores, S.A, Barcelona.
- Presidencia de la República de Colombia (2020). La creación de las empresas en Colombia aumento 2,1% durante 2019. Rodrigo Varela V. Ph. D. (2008). Arte y ciencia en la creación de empresas. Tercera edición, Pearson educación de Colombia, LTDA.
- Sánchez, C. (2019). Mecanismos de apoyo al emprendimiento en Bogotá desde el sector público (Tesis de pregrado). Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá
- Sapag, N (2011). Proyectos de inversión. Formulación y evaluación. Pearson Educación

Listado de Tablas y Figuras

Tablas:

Tabla 1 – Características de la constitución de la sociedad.....	35
Tabla 2 – Determinación de la muestra.....	43
Tabla 3 – Tasas de crecimiento por actividad económica en el 2019.....	63
Tabla 4 – Tasas de crecimiento por actividad económica en el 2020.....	65
Tabla 5 – Tasas de crecimiento por actividad económica en el 2021.....	66
Tabla 6 – Tasas de crecimiento por actividad económica en el 2022.....	67
Tabla 7 – Matriz de requerimientos para la creación de una S.A.S.....	75
Tabla 8 – Matriz de evaluación de entornos en Colombia.....	78
Tabla 9 - Mipymes activas al 2022 por tamaño y tipo societario en Jamundí Valle.....	88
Tabla 10 - Resultados - Percepción de las mipymes frente a los servicios contables.....	90
Tabla 11 - Respuestas – Viabilidad en la contratación de una firma contable para mipymes.....	90
Tabla 12 - Respuestas – Conocimiento a nivel interno de las mipymes.....	91
Tabla 13 - Otras respuestas – Aspectos generales del manejo contables de las mipymes entrevistadas.....	92
Tabla 14 – Ficha de caracterización empresa 001 “Asesorías y consultorías Integrales del Valle S.A.S”... ..	95

Tabla 15 – Ficha de caracterización empresa 002 “Asesorías contables L&S S.A.S.”... ..	96
Tabla 16 – Ficha de caracterización empresa 003 “Abib Asesorías S.A.S.”.....	97
Tabla 17 – Comparación de la competencia frente al proyecto de empresa.....	98
Tabla 18 - Cargos y costo salarial para el desarrollo del proyecto.....	109
Tabla 19 - Presupuesto de inversión inicial (capital).....	49
Tabla 20 - Presupuesto de financiación.....	50
Tabla 21 - Oferta de servicios de la firma Toro & León Consultores S.A.S.....	46
Tabla 22 - Estrategia de precios y descuentos en servicios.....	58
Tabla 23 - Presupuesto de ventas proyectado (ingresos por año y por servicio).....	51
Tabla 24 - Proyección de gastos del proyecto a 5 años.....	110
Tabla 25 - Costos del proyecto a 5 años.....	111
Tabla 26 – Flujo de caja tesorería proyectado a 5 años.....	112
Tabla 27 – Estado de Situación Financiera proyectado.....	113
Tabla 28 – Estado de resultados proyectado.....	114
Tabla 29 – Evaluación financiera de enfoque económico.....	116
Tabla 30 – Evaluación financiera – Flujo de caja libre.....	117

Tabla 31 – Estimación del costo de capital.....	118
Tabla 32 – Evaluación financiera – Flujo de caja del proyecto.....	119
Tabla 33 – Evaluación financiera – Flujo de caja de accionistas.....	121
Tabla 34 - Presupuesto de publicidad.....	56
Tabla 35 - Características del proveedor “Syscafe S.A.S”.....	100
Tabla 36 - Características del proveedor “Dell Colombia Inc.”.....	101
Tabla 37 - Características del proveedor “Dilo Publicidad Digital Jamundí”.....	101
Tabla 38 - Proceso general para la prestación de servicios que ofrece la firma.....	102

Figuras

Figura 1 - Tamaño de las empresas creadas en Colombia durante el 2019.....	18
Figura 2 - Supervivencia de empresas de acuerdo a su tamaño 2012-2017.....	19
Figura 3 - Producto interno Bruto IV Trimestre del 2019.....	63
Figura 4 - Producto interno Bruto IV Trimestre del 2020.....	64
Figura 5 - Producto interno Bruto IV Trimestre del 2021.....	66
Figura 6 - Producto interno Bruto IV Trimestre del 2022.....	67
Figura 7 - Tasa global de participación, ocupación y desempleo feb/22 – feb/23.....	68

Figura 8 - Variaciones en el IPC 2021 – 2022.....	70
Figura 9 - Representación de la metodología de Porter.....	83
Figura 10 - Logo empresarial Toro & León Consultores S.A.S.....	53
Figura 11 - Canal de distribución de ventas.....	59
Figura 12 - Plano de la firma Toro & León Consultores S.A.S.....	104

Anexos

Anexo 1 – Tabulación datos de entrevistas.