

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORÍA Y CONSULTORÍA EN INGENIERÍA INDUSTRIAL EN EL NORTE DEL
VALLE DEL CAUCA

CRISTIAN CAMILO CANO ABADIA

ISABELLA LÓPEZ SALAZAR

DIRECTOR:

Msc. JULIAN GONZALEZ VELASCO

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

FACULTAD DE INGENIERÍA

UNIVERSIDAD DEL VALLE

2020

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORÍA Y CONSULTORÍA EN INGENIERÍA INDUSTRIAL EN EL NORTE DEL
VALLE DEL CAUCA

CRISTIAN CAMILO CANO ABADÍA

ISABELLA LÓPEZ SALAZAR

Estudio realizado para optar por el título de ingeniero industrial

DIRECTOR

Msc. JULIAN GONZALEZ VELASCO

UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

ZARZAL

2020

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Zarzal, 30 de mayo de 2020.

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo que refleja una parte del conocimiento adquirido durante la carrera, el fruto de la disciplina y entusiasmo por aprender que fue inculcado por mis padres Carlos Ariel López y Lina María Salazar y mi madrastra Yuli Moreno, quienes también durante la carrera fueron un gran apoyo y fuente de motivación.

Isabella López Salazar

Quiero dedicarle este trabajo principalmente a mi mamá que siempre ha sido un gran apoyo para llegar hasta este punto donde culmino mi carrera universitaria y a mi hermana Claudia, con el fin que ella se motive a continuar formándose como profesional y persona y de cumplimiento a sus objetivos.

Cristian Camilo Cano Abadía

AGRADECIMIENTOS

Agradezco inicialmente a Carlos Ariel López, Yuli Moreno y Lina María Salazar por acompañarme en este proceso de formación, motivarme a afrontar y superar las barreras, lo cual hoy me permite culminar este trabajo de grado.

A mi novio, César Eduardo López quien es un gran profesional que ha contribuido con su conocimiento, paciencia y amor incondicional a culminar este proceso de formación.

A mis compañeros Cristian Camilo Cano, Carlos Felipe Marmolejo, Manuela Londoño, Julián Fajardo, Luis Enrique Cañas y Daniel Morales, con quien compartimos momentos que perduraran en recuerdos valiosos y una linda amistad. A Snorky, Spunky y Mirry, seres incondicionales e importantes de principio a fin en este proceso formativo, siendo de gran ayuda en momentos de dificultad.

A mi director de trabajo de grado, Msc. Julián González Velasco, que aportó su conocimiento y entusiasmo por la realización de este proyecto y a lo largo del proceso formativo siempre estuvo muy pendiente y dispuesto a brindar su ayuda.

Isabella López Salazar

Agradezco principalmente a Mireya Abadía Rojas y a mi hermana Claudia Patricia Cano Abadía, por el apoyo y la motivación que me brindaron durante todo mi proceso formativo. También quiero extender mi agradecimiento a Claudia Guarín Ospina, Elcy Ramírez Duran y a Fabián Fernández que me brindaron su amistad, además son personas de las cuales he aprendido a valorar los momentos que pasamos con quiénes nos son importantes y a saber desprenderse de lo material para ayudar a otros.

Agradezco a mis compañeros Isabella López Salazar, Carlos Felipe Marmolejo, Luis Enrique Cañas, Manuela Londoño, Daniel Morales y Julián Fajardo por forjar una amistad y buenos recuerdos que quedan para la vida.

Y por último quiero agradecer a nuestro director de trabajo de grado, Msc. Julián González Velasco, quien mostró gran interés en que el proyecto fuera culminado de la mejor manera y quien durante toda la carrera universitaria fue un gran apoyo.

Cristian Camilo Cano Abadía

CONTENIDO

	Pag
1. INTRODUCCIÓN.....	12
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
2.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
3. OBJETIVOS	16
3.1 OBJETIVO GENERAL	16
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
4. DISEÑO DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	17
5. MARCO REFERENCIAL	19
5.1 MARCO TEÓRICO.....	19
5.1.1 Antecedentes históricos	19
5.1.2 Contexto internacional	21
5.2 CONTEXTO NACIONAL	22
5.3 MARCO CONCEPTUAL.....	22
5.4 MARCO LEGAL	23
6. MERCADO	27
6.1 ESTUDIO DE MERCADO	27
6.1.1 Objetivo general.....	27
6.1.2 Objetivos específicos	27
6.1.3 Descripción del servicio	27
6.1.4 Análisis de la oferta y demanda	27
6.1.5 Identificación de la competencia	28
6.1.6 Definición del precio del servicio	29
6.1.7 Definición de los canales de comercialización.....	29
6.1.8 Identificación de las estrategias de publicidad y promoción.....	30
7. ESTUDIO TÉCNICO	32
7.1 ESTABLECER EL TAMAÑO DEL PROYECTO	32
7.1.1 Cálculo de capacidad.....	33
7.2 ESTABLECER LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	34

7.3	DEFINIR LA INGENIERÍA DEL PROYECTO	34
7.4	DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.....	34
7.5	SELECCIÓN DE PROVEEDORES	35
7.6	LOGÍSTICA DE LA EMPRESA	35
8.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	36
9.	ESTUDIO LEGAL	38
9.1	NORMATIVA LEGAL VIGENTE	38
10.	ESTUDIO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	40
11.	ESTUDIO FINANCIERO	41
12.	CONCLUSIONES.....	43
13.	INVESTIGACIONES FUTURAS	44
14.	BIBLIOGRAFÍA.....	45

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Principales problemáticas en Mipymes.	28
Figura 2. Clientes potenciales	28
Figura 3. Aceptación de precios por hora.....	29
Figura 4. Portafolio de servicios	30
Figura 5. Estrategias de interacción con el cliente	30
Figura 6. Distribución en planta oficina.....	35
Figura 7. Escenario Optimista	42
Figura 8. Escenario Pesimista.	42

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Tipo jurídico y tamaño de la empresa	14
Tabla 2. Fases Metodológicas.	17
Tabla 3. Clasificación de las empresas.....	23
Tabla 4. Leyes, decisiones, circulares, decretos y resoluciones aplicables a las Mipyme.	23
Tabla 5. Inversión Inicial.	32
Tabla 6. Capacidad instalada.....	33
Tabla 7. Capacidad inicial o mínima	33
Tabla 8. Proceso de formalización de una empresa.	36
Tabla 9. Normativa legal vigente aplicable al proyecto.	38
Tabla 10. Matriz de impacto ambiental y social.	40

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Encuestas y gráficas de resultados.	27
Anexo 2. Información del mercado.	29
Anexo 3. Localización de oficina	34
Anexo 4. Estructura organizacional.	36
Anexo 5. Estudio financiero.	41
Anexo 6. Análisis de riesgo.	41

GLOSARIO

ASESORÍA: La asesoría consiste en orientar, aconsejar, sugerir acciones de carácter específico al elemento que dirige la organización. Los asesores actúan como consejeros de los directivos y del personal subordinado y en virtud de ello, no tienen autoridad directa sobre ningún miembro de los departamentos en los que hacen sus investigaciones. (“El asesoramiento empresarial,” 2016)

CONSULTORÍA: Es la actividad profesional relativa a los servicios especializados prestados a una compañía o institución para asesorarla y ayudarla en la mejora de su gestión, operaciones y/o resultados financieros. (Asociación Española de Empresas de Consultoría)

La consultoría de empresas se practica de muchas formas diferentes. Esas formas reflejan la diversidad de las empresas y los contextos en que actúan los consultores, las distintas personalidades de los clientes y de los asesores y los diversos enfoques conceptuales y métodos de intervención elaborados por los consultores. (La Consultoría De Empresas 40748, n.d.)

EMPRESARIO INNOVADOR: Aquella persona que tiene capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas combinaciones de medios de producción. (Smith, Ricardo, Weber, & Suárez, 2004)

MERCADO: Es el conjunto de consumidores de un lugar determinado, sobre los cuales confluyen unas circunstancias concretas; éstas pueden ser geográficas, sociales, económicas, jurídicas, etcétera. El conocimiento de las mismas constituye un elemento básico para llevar a cabo la operación del marketing ya que se llega a este conocimiento a través del denominado “Estudio de mercado” (Navarro & Plan Aguilar).

1. INTRODUCCIÓN

En Colombia las MiPymes son una gran fuente de desarrollo para el país, dado que éstas aportan aproximadamente el 67% del empleo y el 28% del PIB nacional (Córdoba Restrepo & Agredo Leiva, 2018). Actualmente, en Colombia hay 508.439 empresas activas y legalizadas, de las cuales el 80,30% son Microempresas creadas por personas naturales, además, el 99.35% de las empresas canceladas son Micro. (Tomado de www.compitem360.com en Julio de 2019)

Es allí donde se ve la necesidad de los servicios de consultoría y asesoría empresarial, debido a que muchas de las personas naturales que inician una unidad productiva lo hacen con el fin de mejorar sus condiciones de vida. La problemática reside en que una parte de dichos individuos no cuentan con el conocimiento necesario para la creación y correcto funcionamiento y desarrollo de la organización.

Es por ello que este trabajo está orientado a la creación de una empresa de asesoría y consultoría en Ingeniería Industrial en el municipio de Roldanillo Valle del Cauca, con el objetivo de brindar un servicio de apoyo y guía a la comunidad emprendedora de Roldanillo y sus alrededores.

Con base en lo anterior, el presente trabajo busca evaluar la factibilidad de la creación de la empresa anteriormente mencionada, a través de los estudios pertinentes: estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal, estudio ambiental, estudio social y estudio financiero.

En el mismo sentido, se aborda en el presente trabajo los estudios, administrativo, legal y financiero se procede a evaluar si es factible el proyecto para su posterior puesta en marcha.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Colombia, un estudio realizado por Confecámaras en el año 2017 encontró que el grupo de empresas de alto crecimiento está concentrado principalmente en el segmento de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), cuya participación es del 73%, seguido de las grandes que aglutinan el 27% restante. En línea con lo anterior, las MiPymes se han constituido en el principal cimiento del crecimiento económico del país. Por un lado, el tejido empresarial en Colombia está compuesto mayoritariamente por microempresas, las cuales participan con el 92.1% de las unidades empresariales, mientras que las Pymes aportan el 7.5%, es decir que, en total, las MiPymes constituyen el 99.6%. Por otro lado, de acuerdo con el DANE las empresas de menor tamaño son las que generan alrededor del 67% del empleo y cerca del 28% del PIB. (Álvarez, 2018)

Vale la pena tener en cuenta que el verdadero tamaño y aporte de las MiPymes puede estar subestimado, debido a la informalidad de este segmento empresarial. De acuerdo con el Estudio de Demanda de Inclusión Financiera en Colombia realizado por la Superintendencia Financiera de Colombia y la Banca de las Oportunidades en 2014, dos de cada tres microempresas son informales. Consultado en <https://bancadelasoportunidades.gov.co/es/blogs/blog-de-bdo/la-inclusion-financiera-de-las-mipymes-en-colombia> el 14 de Julio de 2019.

A pesar de la importante contribución de las MiPymes a la economía, estas se caracterizan por tener tasas de supervivencia muy bajas. En Colombia, cerca del 98% de los emprendimientos que mueren cada año pertenece a la categoría de microempresas. Este alto porcentaje depende de diversos factores que impiden a las empresas de menor tamaño generar ingresos para sostenerse, entre estos factores se encuentra la inexperiencia de los emprendedores para administrar su proyecto o negocio y el limitado acceso al crédito. (Álvarez, 2018)

Hasta el 14 de Julio de 2019, Colombia tiene un total de 572.441 empresas activas, de las cuales: 545.011 (95,21%) son microempresas, 21.367 (3.71%) son pequeñas, 4.757 (0,85%) son medianas y 1.306 (0,24%) son grandes empresas. También, hasta el 14 de Julio de 2019 se han cancelado un total de 54.609. De las empresas canceladas el 99.35% son microempresas, el 0,55 son pequeñas, 0,08 son medianas y el 0,02 son grandes.

En el departamento del Valle del Cauca existen 154.423 empresas. Además, en la Tabla 1, en el municipio de Roldanillo hay un total de 1.208, de estas: 1186 son microempresas, 17 pequeñas y 5 medianas. Consultado en <http://www.compitem360.com/website/ADN.html> el 14 de Julio de 2019.

Tabla 1. Tipo jurídico y tamaño de la empresa

Tipo Jurídico	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Persona Natural	1.106	3	1		1.110
Sociedad	80	14	4		98
Total	1186	17	5		1.208

Fuente: <http://www.compitem360.com/website/ADN.html> consultado el 14 de Julio de 2019.

Tanto en el municipio de Roldanillo como en el de Zarzal y La Unión, la mayoría de las empresas son creadas por Personas Naturales en busca de oportunidades de empleo, sin embargo, gran parte de esos individuos con espíritu emprendedor no cuentan con las bases o el conocimiento de los aspectos requeridos para el funcionamiento de una micro, pequeña y mediana empresa, generando así en poco tiempo una pérdida económica significativa y recurriendo a empleos esporádicos mal remunerados. Por ello, se puede observar que la necesidad de las MiPymes por recibir servicios de asesoría o consultoría cada vez es más latente, ya que adquiere un carácter de práctica social altamente generalizada y aprobada por parte de los actores involucrados en las diversas actividades económicas, sociales, empresariales y organizacionales, constituyendo así una excelente herramienta de gestión para las organizaciones, ya que al tiempo que soluciona problemas específicos en áreas definidas, brinda la posibilidad de resolver problemas organizacionales y administrativos sin necesidad de asumir costos onerosos carentes de estudio, por tanto son en la mayoría de las veces, no sostenibles, luego no se justifica su mantenimiento permanente en los rubros específicos de la organización.(González, Rodríguez, & Duarte, 2011).

Hay diversos factores causantes del cierre de las MiPymes en Colombia, estos factores pueden ser internos o externos. Entre los factores internos más importantes se encuentran: capacidades directivas y estratégicas, capital humano y cultura organizacional, gestión financiera y operativa, y reconocimiento del entorno y el mercado. Por otro lado, entre los factores externos están: la política, la regulación, las características de la industria, la comunidad, y los programas de desarrollo empresarial. (Franco & Urbano, 2010).

Aspectos que impactan en el fracaso de las MiPymes en Colombia han sido identificados con externos hablando de la política, las características de la industria, la comunidad y los programas de desarrollo empresarial, los factores internos tales como la estrategia

que maneja, su cultura y su capital humano además de la gestión financiera y tecnológica sin dejar a un lado el conocimiento del entorno y el mercado. (Serrano & Mendoza, 2014).

2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo con las necesidades de guía empresarial del mercado objetivo, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿es factible la creación de una empresa de asesoría y consultoría dirigida a MiPymes en el Norte del Valle del Cauca?

2.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las condiciones actuales del mercado de asesoría y consultoría en el Norte del Valle del Cauca?

¿Cuáles son las condiciones de operatividad y funcionamiento del proyecto?

¿Cuál es el impacto social y ambiental?

¿Cuáles son los resultados del análisis económico y qué nivel de riesgo tiene el proyecto?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Estudiar la factibilidad económica de la creación de una empresa de asesoría y consultoría dirigida a micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en el Norte del Valle del Cauca.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el Estudio de Mercado.
- Ejecutar el Estudio Técnico.
- Efectuar el Estudio Administrativo, legal, social y ambiental.
- Evaluar a través del estudio financiero la factibilidad económica y el nivel de riesgo asociado.

4. DISEÑO DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

A continuación, se presentan las fases metodológicas con sus estudios y actividades correspondientes:

Tabla 2. Fases Metodológicas.

	Estudio(s)	Actividades
FASE I	Estudio de Mercado	• Descripción del servicio • Análisis de oferta y demanda • Identificación de la competencia • Definición del precio del servicio • Definición de los canales de comercialización • Identificación de las estrategias de publicidad y promoción
FASE II	Estudio Técnico	Establecer: • El tamaño del proyecto • Su localización • La ingeniería del proyecto • Distribución en planta • Los proveedores • La logística
FASE III	Estudio Administrativo Estudio Legal Estudio Social Estudio Ambiental	• Definición del tipo de sociedad • Estructura Organizacional • Manual de cargos • Identificación de la normativa legal vigente • Análisis del impacto ambiental • Análisis del impacto social
FASE IV	Estudio Financiero	Definición de:

		• Necesidades de inversión • Gastos • Costos • Proyección de ingresos y egresos • Determinación del punto de equilibrio • Realización del balance inicial y estados financieros • Evaluar la factibilidad económica y el nivel de riesgo asociado
--	--	---

Fuente: Elaboración propia.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 MARCO TEÓRICO

5.1.1 Antecedentes históricos

La creatividad de los colombianos con una mirada desde la historia, muestra la gran creatividad que han tenido personas que inician solo con una idea y el saber hacer de dicha persona o una familia y que ahora son grandes empresas. Esta situación aún perdura en el país mostrando la tendencia de ser trabajadores, creativos y pujantes (Vásquez, 2006).

Joseph Schumpeter se centra en la innovación y en el papel del emprendimiento como un acto de destrucción creativa, que, al introducir nuevos procesos y productos, aumenta la productividad y estimula el crecimiento económico. Adicional para él, concepto de emprendedor parte de que no todo aquel que tiene a su cargo una empresa es un emprendedor. Al contrario, una pequeña parte lo es, al resto lo denomina “gerentes de empresa”. Para él lo más relevante es como la persona desarrolla su trabajo, el gerente actúa rutinariamente y el emprendedor actúa buscando la innovación (Alonso & Fracchia, 2009)

Es definida la asesoría como la transferencia de conocimientos y experiencias de forma interactiva y estandarizada, teniendo en cuenta el contexto institucional. Siempre tiene carácter propositivo: Se dan consejos y recomendaciones. El asesor y asesora deben ser independientes idóneos, objetivos y de confianza, y la consultoría es el servicio prestado por profesionales con experiencia y/o conocimientos específicos en una materia o tema destinado a ayudar a los directivos de una organización para identificar y superar determinados problemas que le afectan. La consultoría se define como un servicio prestado por profesionales con experiencia y/o conocimientos específicos en una materia o tema destinado a ayudar a los directivos de una organización para identificar y superar determinados problemas que la afectan (Gürtler, Bain, & Shikiya, 2014).

En primer lugar la revista de la pequeña empresa y desarrollo empresarial realiza una investigación que tiene como objetivo explicar cómo una multitud de factores independientes interactúan para influenciar el crecimiento gradual de las microempresas, fue recopilada y filtrada una lista de las empresas que habían alcanzado diferentes niveles de crecimiento en los distintos sectores, definiendo así que el crecimiento gradual es tomar cuatro años para llegar más allá de la fase de microempresa (Lew, 1999).

Para el año 2012 es iniciada la creación de una empresa de asesoría contable, tributaria y financiera para micro, pequeña y medianas empresas – MiPymes- en el distrito metropolitano de Quito, surge de la necesidad del mercado por fortalecerse y ser competitivo en busca de un mejor desarrollo y perdurar en el futuro. Para dar paso a la creación de la empresa es elaborado el plan de negocio, el estudio de mercado y un análisis de micro y el macro entorno, el direccionamiento estratégico, posterior a ello son

realizados los estudios técnico, económico y financiero determinando que es factible la creación de la empresa y que entraría a abarcar la demanda insatisfecha de las MiPymes (Arévalo Machado, 2012).

Para el mismo año el autor busca la creación de una empresa de asesoría integral para las Mypes ubicadas en la ciudad de Bogotá, tiene el fin de disminuir estos altos índices de pobreza, y se hace necesario fortalecer las pequeñas y medianas empresas, puesto que éstas representan la mayor parte de las actividades económicas de Colombia, además de ser potenciales y actuales fuentes de empleo, sin embargo estas empresas enfrentan grandes retos, puesto que tienen que lidiar con un sin número de factores, que afectan directamente su crecimiento, como su tamaño reducido y capacidad limitada. Posterior a un análisis de la problemática “Liquidación de las empresas en Bogotá” es buscada la solución mediante una investigación de mercado, la definición de la operación, la organización de la empresa y las finanzas donde es determinado que el proyecto es viable, finalmente se expone el impacto (Pérez Juan Pablo & Trujillo, 2012).

Un año después es presentada la propuesta para la creación de una empresa de asesoría contable y tributaria orientada a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la ciudad de Quito, debido al desarrollo que han tenido las Pymes resulta de vital importancia aprovechar su desarrollo, para formular la propuesta, es realizado el estudio de mercado, la constitución de la empresa y los estudios técnico y financiero finalizando con la constitución de la misma. El análisis del comportamiento de las pymes en el Ecuador permite establecer que existe un crecimiento anual progresivo, tendencia que conllevó a determinar la existencia de un mercado potencial para la nueva empresa y ayudó a pronosticar posibles ventas, además la factibilidad del proyecto es positiva como lo demuestran el VAN y la TIR (Tandazo, 2013).

También es observado el estudio de factibilidad para la implementación y puesta en marcha de una empresa de consultoría para organizaciones pymes en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, se lleva a cabo un análisis de sensibilidad acerca de la factibilidad que traería el proyecto y la conveniencia de la puesta en marcha, posterior a ello se lleva a cabo un método de evaluación de proyectos comenzando por un estudio de mercado, seguido del estudio técnico, a continuación el estudio legal y estratégico y posteriormente el estudio financiero y de costos que definió la viabilidad del montaje de la empresa (Ardila, 2010).

En Antioquia, se lleva a cabo el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría enfocada en gestión de procesos, administrativa, financiera y logística de las pymes en el departamento de Antioquia, dado que el mercado es tan atractivo y poco explotado, esta empresa busca abarcarlo con el fin de optimizar sus recursos e incrementar el nivel competitivo y a precio accesible. Primero, es realizado el estudio de mercado, como metodología de la investigación son realizadas encuestas virtuales y presenciales además de un juicio de expertos, con la información recopilada, inicia el análisis mediante las hipótesis planteadas; posterior a ello el análisis financiero bajo un

escenario pesimista determina que la empresa es viable (Arias Gutiérrez & Gómez Pérez, 2011).

Más adelante es iniciada la investigación del estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoría y capacitación integral para el crecimiento y desarrollo de las pymes en la ciudad de Milagro, surge de la observación de mejorar la gestión administrativa integral y sistemática en las Pymes contando con conocimientos necesarios que permita presentar un esquema de solución que ayude a mejorar el crecimiento y desarrollo, el objetivo es lograr que adopten estrategias de gestión administrativa para tener un impacto positivo en diferentes aspectos, para abarcar Milagro, es tomada una muestra de la población y se lleva a cabo la encuesta y la entrevista, una vez analizadas las hipótesis se concluye que las pymes están dispuestas a invertir con el fin de aumentar sus utilidades. ("Unidad académica ciencias administrativas y ingeniero comercial título: estudio de factibilidad para la creación de un centro integral milagro, julio del 2012 aceptación del tutor. "Estudio de Factibilidad para la Creación de un centro de Asesoría y C," 2012).

Ahora es importante tener en cuenta que la empresa debe definir quiénes serán sus clientes, es decir, los segmentos a los que se van a dirigir y a quienes no. Tras la segmentación viene el diseño del modelo de negocio basándose en las peticiones o necesidades de ese segmento objetivo (Osterwalder & Pigneur, 2012). Además, la adopción de un modelo de negocio adecuado puede ser de gran ayuda para el posicionamiento competitivo de una empresa (Preciado, 2011).

Teniendo en cuenta las diferentes fuentes de información, la motivación de los autores para realizar propuestas de creación de empresas de asesoría y consultoría surge a raíz de observar el comportamiento de los negocios locales, los cuales comúnmente llegan a su fin de forma rápida, al indagar las causas que detonan este comportamiento se concentran en la falta de estudio de los gerentes en la mayoría de MiPymes, por lo tanto, el conocimiento empírico en muchas situaciones no es suficiente.

5.1.2 Contexto internacional

Las condiciones que generaron el interés por parte de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) hace más de una década no sólo no han cambiado significativamente, sino que en muchos casos se han agudizado por la presencia de nuevos elementos que han de considerarse en el escenario económico internacional (el desarrollo de nuevas tecnologías, el proceso de internacionalización y otros). Además, de recurrentes crisis económicas en varios países han afectado de diversa manera el desempeño de estos estratos empresariales. Lo anterior ha servido tanto para resaltar la importancia de las Mipyme como generadoras de empleo (aunque precario) y promotoras de avance en el entorno local, como por su potencialidad de convertirse en un importante complemento del trabajo de la gran empresa (Zevallos V, 2003).

Pero más allá de estas consideraciones, la vocación local de las Mipyme desde su origen y las exitosas experiencias de producción basadas en ellas, tanto en su relación con grandes empresas como en sus relaciones recíprocas a nivel local, muestran lo que se pueden lograr con ellas en términos de crecimiento económico y redistribución del ingreso (Zevallos V, 2003).

5.2 CONTEXTO NACIONAL

Cabe también resaltar que en la necesidad de solucionar el desempleo o alcanzar la independencia financiera, un buen número de familias se arriesga a invertir sus ahorros en micro negocios y de manera empírica e informal adquieren un desarrollo progresivo desde la década de los 1970, dando inicio a un ejercicio más formal con el apoyo de entidades privadas como la Fundación Carvajal en Cali, entre otras; Posteriormente con diferentes gobiernos en alianzas público-privadas es desencadenado el Plan Nacional para el Desarrollo de la Microempresa en el periodo de 1984 a 1994 (Sánchez López, 2006).

En 1995 posterior a un estudio realizado por IFI y CONFECÁMARAS es identificado que el PNDM de alguna manera incidió en que las empresas se formalizaran, así de 407.235 empresas el 86% de ellas estaba inscrita en las cámaras de comercio afirmando que Colombia se había convertido en un potencial semillero natural de emprendimientos (Sánchez López, 2006).

Tanto la academia, como el estado y algunas organizaciones privadas han concretado iniciativas para hacer del emprendimiento una opción de vida, donde los índices de desempleo son crecientes, por lo tanto, es conveniente cuestionarse por la calidad y pertinencia de los emprendimientos generados en la actualidad. (Sánchez López, 2006).

5.3 MARCO CONCEPTUAL

Decreto 957 de 05 de junio de 2019, por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1, de la Parte 2 del Libro 2, del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo, y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011.

Artículo 2.2.1.13.2.1. Criterio para la clasificación del tamaño empresarial. Para efectos de la clasificación del tamaño empresarial se tendrá como criterio exclusivo los ingresos por actividades ordinarias anuales de la respectiva empresa.

El nivel de ingresos por actividades ordinarias anuales con base en el cual se determina el tamaño empresarial variará dependiendo del sector económico en el cual la empresa desarrolle su actividad.

Artículo 2.2.1.13.2.2. Rangos para la Definición del Tamaño Empresarial. Para efectos de la clasificación del tamaño empresarial se utilizarán, con base en el criterio previsto en el artículo anterior, los siguientes rangos para determinar el valor de los ingresos por actividades ordinarias anuales de acuerdo con el sector económico de que se trate:

Tabla 3. Clasificación de las empresas

Sector	Micro	Pequeña	Mediana
Manufacturero	Inferior o igual a 23.563 UVT	Superior a 23.563 UVT e inferior o igual a 131.951 UVT	Superior a 204.995 UVT e inferior o igual a 1'736.565 UVT
Servicios	Inferior o igual a 32.988 UVT	Superior a 32.988 UVT e inferior o igual a 131.951 UVT	Superior a 131.951 UVT e inferior o igual 483.034 UVT
Comercio	Inferior o igual a 44.769 UVT	Superior a 44.769 UVT e inferior o igual a 431.196 UVT	Superior a 431.196 UVT e inferior o igual a 2'160.692 UVT

Fuente: <http://www.mipymes.gov.co/temas-de-interes/definicion-tamano-empresarial-micro-pequena-mediana> Consultado el 13 de Abril de 2020.

5.4 MARCO LEGAL

Conocer la normativa legal vigente es una ventaja, debido a que se tiene comprensión de las responsabilidades y beneficios por los cuales la organización debe hacerse responsable y recibir apoyo del Estado respectivamente. A continuación, se presenta la normativa aplicable a MiPymes.

Tabla 4. Leyes, decisiones, circulares, decretos y resoluciones aplicables a las Mipyme.

Leyes	Descripción
Ley 1819 de 29 de diciembre 2016	"Por medio de la cual se adopta una Reforma Tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones"

Ley 1793 del 7 de julio de 2016	"Por medio de la cual se dictan normas en materia de costos de los servicios financieros y se dictan otras disposiciones."
Ley 1780 del 2 de mayo de 2016	"Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones."
Ley 1955 de 2019	"Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 "Pacto por Colombia, Pacto por la equidad."
Ley 1735 del 21 de octubre de 2014	"Por la cual se dictan medidas tendientes a promover el acceso a los servicios financieros transaccionales y se dictan otras disposiciones."
Ley 1676 del 20 de agosto de 2013	"Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias."
Ley 1429 de 29 de diciembre de 2010	"Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo"
Ley 1314 del 13 de julio de 2009	"Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento".
Ley 905 del 2 de agosto de 2004	"Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones."
Ley 590 del 10 de julio de 2000.	"Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa".
Ley 67 del 26 de diciembre de 1979	"Por el cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el presidente de la República para fomentar las exportaciones a través de las sociedades de comercialización internacional y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior."
Resoluciones	Descripción

Resolución 1021 del 22 de marzo de 2013	"Por la cual se adopta el manual de contratación, supervisión e interventoría del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo"
Resolución 3205 del 28 de noviembre 2008	"Por la cual se reglamentan las funciones de los Consejos regionales de las MiPymes y se fijan directrices para su organización y funcionamiento".
Resolución 1 del 2 de enero del 2007	"Por la cual se asignan las funciones de liquidador del FONDATT y la representación legal de Bogotá, D.C., para la atención los negocios y asuntos en trámite de la hoy suprimida Secretaría de Tránsito y Transporte de Bogotá, D.C."
Decisiones	Descripción
Decisión 748 sobre el CAMIPYE	"Creación del Comité Andino de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CAMIPYE)"
Decisión 749 sobre el Obapyme	"Creación e Implementación del Observatorio Andino de la MIPYME (OBAPYME)"
Decretos	Descripción
Decreto 1875 del 17 de noviembre de 2017	"Por el cual se adiciona un Capítulo al Título 2 de la Parte 2 del Libro 2, se crea la Ventanilla Única Empresarial -VUE: y se adiciona un párrafo al Artículo 2.2.2.38.6.4 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo".
Decreto 489 del 14 de marzo de 2013	"Por el cual se reglamenta el otorgamiento de Garantías, ofreciendo un descuento en el valor de las comisiones, dirigidas a empresas creadas por jóvenes menores de 28 años".
Decreto 0295 del 27 de febrero de 2013	"Por el cual se adopta el Programa de San Andrés Providencia y Santa Catalina."
Decreto 1510 del 17 de julio de 2013	"Por el cual se reglamenta el sistema de compras y contratación pública".

Decreto 2706 del 27 de diciembre de 2012	Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas.
Decreto 1446 del 5 de mayo del 2011	"Por el cual se modifica y se adiciona el Decreto 2685 de 1999"
Decreto 2555 del 15 de julio de 2010	"Por el cual se recogen y reexpiden las normas en materia del sector financiero, asegurador y del mercado de valores y se dictan otras disposiciones."
Decreto 2685 del 28 de diciembre de 1999	"Por el cual se modifica la Legislación Aduanera."
Circulares	Descripción
Circular N° 018 del 7 de junio de 2011	Registro en línea de usuarios ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE-, 7 junio de 2011.

Fuente: www.mipymes.gov.co consultado el 04 de septiembre de 2019

6. MERCADO

6.1 ESTUDIO DE MERCADO

En este estudio se describe el servicio ofrecido, se identifica la demanda y la oferta, la competencia, el precio, el canal de comercialización y las estrategias de publicidad y promoción de la empresa.

6.1.1 Objetivo general

Identificar el nivel de aceptación de los servicios de la empresa de asesoría y consultoría para MiPymes en el Norte del Valle del Cauca.

6.1.2 Objetivos específicos

- Determinar la demanda actual de los servicios de la empresa de asesoría y consultoría para Mipyme en el Norte del Valle del Cauca.
- Realizar el análisis de la competencia en el sector de la asesoría y la consultoría para Mipyme.
- Evaluar el nivel de demanda futura de servicios de asesoría y consultoría para Mipyme en el Norte del Valle del Cauca.

6.1.3 Descripción del servicio

IC asesoría y consultoría estará especializada en temas de Ingeniería Industrial. Su propuesta de valor se basa en mejorar la productividad y el rendimiento de la organización, asegurando al cliente bases firmes al camino del desarrollo sostenible, es decir; impulsar la compañía a un proceso de mejora continua con el fin de incrementar su valor, crear marca y mejorar el rendimiento, pero asegurando el bienestar de los recursos para las generaciones futuras.

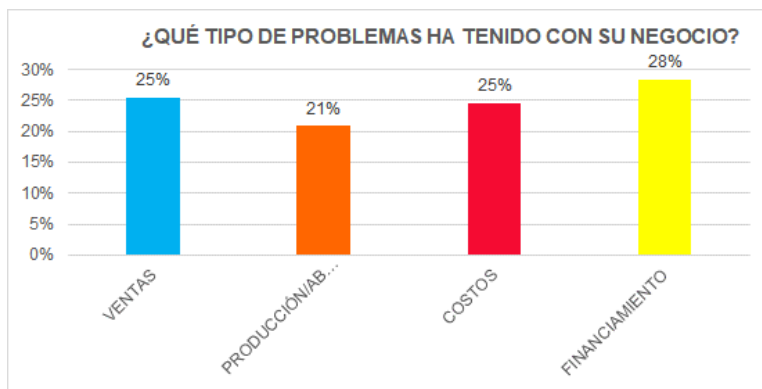
6.1.4 Análisis de la oferta y demanda

Anexo 1. Encuestas y gráficas de resultados.

La tabulación de datos de las 350 encuestas aplicadas a las Mipymes de los municipios de Roldanillo, La Unión y Zarzal, fue realizada a través de un formulario programado en Visual Basic de Excel® para minimizar tiempos y ser más ágiles.

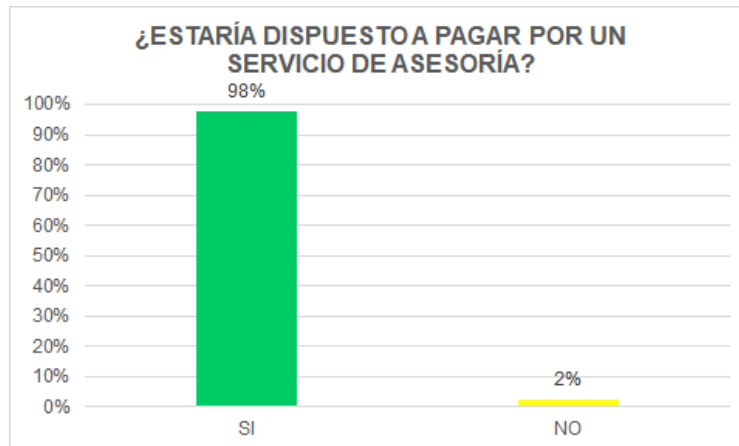
La información obtenida es una entrada de suma importancia para esta investigación, dado que fueron identificadas las principales problemáticas que enfrentan las Mipymes y la necesidad latente de asesoría que manifiestan.

Figura 1. Principales problemáticas en Mipymes.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Clientes potenciales



Fuente: Elaboración propia.

6.1.5 Identificación de la competencia

La oportunidad en la prestación de servicios asesoría y consultoría en ingeniería industrial es amplia dado que la competencia identificada (Empresas de asesoría y Consultoría ubicada en los municipios de Roldanillo, La Unión y Zarzal) está enfocada en asesorías

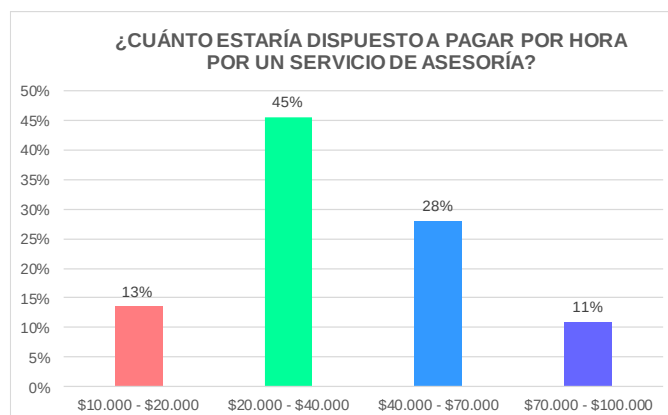
y consultorías contables o legales.

Anexo 2. Información del mercado.

6.1.6 Definición del precio del servicio

El rango de precios que mayor aceptación muestra es el de \$20.000 a \$40.000 pesos por hora, con un 45% de aceptación, equivalente a 295 MiPymes, decidiendo que el punto medio entre estos valores sería el óptimo para que todos los clientes potenciales se sientan cómodos al pagarlo.

Figura 3. Aceptación de precios por hora



Fuente: Elaboración propia.

6.1.7 Definición de los canales de comercialización

El canal de distribución sería **productor – consumidor**, dada la intangibilidad de los servicios, el proceso de producción y la actividad de venta requiere a menudo un contacto personal entre el productor y el consumidor, por lo tanto, se emplea un canal directo (atención médica, corte de cabello y para este caso servicio de asesoría y consultoría).

En términos de cantidad de intermediarios, se definiría un canal nivel cero (o canal de mercadeo directo), consiste en un fabricante que vende de manera directa al consumidor final. (Puerta a puerta), demostraciones en casa a vuelta de correo, telemercadeo, venta por televisión, y tiendas de propiedad del fabricante (Hori & Sakajiri, 2018).

6.1.8 Identificación de las estrategias de publicidad y promoción

A partir de las principales problemáticas que viven las MiPymes fueron definidas las principales asesorías a ofertar, además se establecen las estrategias en cada una de las fases de interacción con el cliente para lograr que los clientes captados, se mantengan y fidelicen.

Figura 4. Portafolio de servicios



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Estrategias de interacción con el cliente

IC CONSULTORÍA
"Hacemos productiva la idea"

Atracción	1. Presentación de las características de los servicios
	2. Contenido atractivo en redes sociales
	3. Métodos publicitarios estratégicos para captar al cliente
	4. Servicio posventa
	5. Excelente atención al cliente
Retención	1. Actualizar el portafolio de servicios, incluso con servicios temporales para lograr dinamismo
	2. Servicio preventa y posventa
	3. Ofertas, combos.
Recuperación	1. Contacto personalizado con el cliente
	2. Contenido atractivo en redes sociales
	3. Servicio preventa y posventa
Fidelización	1. Alianzas estratégicas
	2. Hacerle saber al cliente que es preferencial
	3. Mensajes en fechas especiales
	4. Servicio preventa y posventa

Fuente: Elaboración propia.

Una vez por mes, para los usuarios fieles a la empresa, será brindada una charla de fortalecimiento para la Mipyme, haciendo aún más atractiva mantenerse activo como cliente de IC Asesoría y Consultoría.

El material publicitario utilizado por la empresa, la cual es responsable con el ambiente y siguiendo los lineamientos de minimizar el uso del papel, utilizaría pendones proyectando la participación en ferias de negocios, para crear una forma de recordatorio de marca están establecidas las tarjetas de presentación.

Como estrategia para volver más competitiva a la empresa y dar agilidad a la respuesta de usuarios activos y clientes potenciales, se hará uso de redes sociales (Instagram, WhatsApp Business, Fan Page y Google my Business).

7. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite establecer el tamaño del proyecto, su ubicación, la ingeniería del proyecto, la distribución de planta, los proveedores y su logística.

7.1 ESTABLECER EL TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto estará dado por factores como: El mercado, la tecnología y el capital.

Tabla 5. Inversión Inicial.

Estudio de mercado	Valor total de \$200.000
Tecnología	• 2 computadores portátiles con Core i3, 1 Tb, 4 Gb de RAM y pantalla de 14" por un valor de \$1'500.000 cada uno. Total: \$3.000.0000 • 1 impresora con inyección de tinta CMYK, resolución máxima impresión, compatible desde Windows 7 hasta 10 y Mac, conectividad USB por \$600.000
Internet	Plan básico \$120.000
Servicios públicos	Servicios de agua y energía por un valor mensual de \$100.000
Muebles de oficina	• 2 escritorio y silla ergonómica por un valor de \$530.000 cada uno Total: \$1'060.000 • 4 sillas para visitantes, por un valor de \$120.000 cada una Total: \$480.000 • 1 archivador por un valor de \$260.000
Elementos de papelería	• Resma de papel • Lapiceros • Marcadores • Grapadora • Cosedora • Pegante Total: \$40.000

Oficina	En modalidad de arrendamiento: \$350.000 por mes.
Material publicitario	• Tarjetas de presentación impresas a dos caras con diseño incluido. Mil unidades por un valor de \$60.000 • Pendón de 60x40 centímetros con diseño incluido, por un valor de \$30.000
Capital	\$5'770.000 son necesarios para garantizar el espacio y los elementos para dar inicio a la prestación del servicio. El capital es propio, proveniente de los ahorros de los dos futuros dueños de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

7.1.1 Cálculo de capacidad

Es definida para una jornada laboral de lunes a viernes de 9 a.m. a 12 m.d, y de 3 p.m. a 8 p.m., sábados 8 a.m. a 12 m.d.

Tabla 6. Capacidad instalada.

Capacidad instalada (Disponible)						
No. De horas al día	No. De días al mes	No. De asesores	No. De horas al mes	% de dedicación por asesoría diario	Número de asesorías por día	Número de asesorías por mes
8	24	2	384	20%	10	240

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Capacidad inicial o mínima

Capacidad inicial o mínima						
No. De horas al día	No. De días al mes	No. De asesores	No. De horas al mes	% de dedicación por asesoría diario	Número de asesorías por día	Número de asesorías por mes
8	24	2	384	25%	8	192

Fuente: Elaboración propia.

7.2 ESTABLECER LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Anexo 3. Localización de oficina

Evaluando a través del método de ponderación de factores de Brown & Gibson se obtuvieron las medidas de preferencia de localización de 0,2304, 0,3532 y 0,3342 para La Unión, Roldanillo y Zarzal respectivamente, definiendo como el mejor municipio de localización a Roldanillo.

La ubicación del proyecto estará en el municipio de Roldanillo, teniendo una distancia con Zarzal de 10,1 kilómetros y con La Unión de 15,8 kilómetros.

La dirección de la oficina será: Carrera 5 # 7-105. Barrio Ipira. Distancia del parque principal, dos cuerdas, allí está ubicada la cooperativa de transportadores, que cuenta con servicio desde y hasta Zarzal y La Unión para aquellos usuarios que requieran desplazarse.

Fuente: <https://es.db-city.com/Colombia--Valle-Del-Cauca--Roldanillo> el 18 de octubre de 2019.

7.3 DEFINIR LA INGENIERÍA DEL PROYECTO

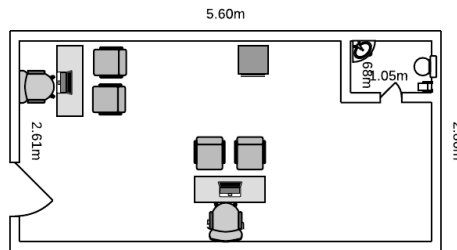
Para prestar los servicios de asesoría y consultoría la tecnología no requiere ser de punta, ni especializada, planteando trabajar inicialmente con Paquete de Microsoft Office®, Power BI®, Visio®, Genially® y Canva®.

7.4 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

El local a disponer para la oficina cuenta con 2,73 metros de frente y 5,60 metros de profundidad.

El espacio es suficiente para realizar labores de oficina, cuenta con un baño y buena iluminación.

Figura 6. Distribución en planta oficina.



Fuente: Elaboración propia.

7.5 SELECCIÓN DE PROVEEDORES

IC Asesoría y Consultoría está comprometido con generar un impacto positivo en la economía y una forma de participar activamente, es a través de la selección de proveedores, en este caso seleccionando como proveedores las MiPymes que acceden a los servicios de IC.

7.6 LOGÍSTICA DE LA EMPRESA

La logística integral aplicada a los servicios debe partir de los análisis de agregación de valor de cada uno de los pasos que conforman el proceso global del abastecimiento, desde la obtención de los recursos propios y externos para la producción del servicio, incluyendo el aprovisionamiento de los insumos o componentes físicos que se involucran, hasta las acciones y operaciones del suministro y flujos reversos de su consumo o uso.

Dichos análisis buscan determinar que cada paso al que es sometido el objeto del servicio cumpla con los tres factores básicos del valor: que le importe al cliente, que se genere algún tipo de transformación y que no se necesiten reprocesos.

El otro imperativo de la logística integral de los servicios es la gestión de la demanda. Ante la imposibilidad de amortiguar con inventarios el desacople entre la demanda y la oferta durante determinados periodos de servicio, la logística debe valerse de la formulación y aplicación de estrategias de flexibilización de la oferta.

Fuente: <https://revistadelogistica.com/servicios/la-gestion-logistica-en-las-empresas-de-servicios/> consultado el 30 de Octubre de 2019.

8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Anexo 4. Estructura organizacional.

En el estudio administrativo se define el tipo de sociedad con la cual se constituirá IC Asesoría y Consultoría, además de su estructura jerárquica y la ruta de operación en cada servicio con el diagrama de flujo.

8.1 DEFINICIÓN DEL TIPO DE SOCIEDAD

Tabla 8. Proceso de formalización de una empresa.

Consultar disponibilidad del nombre en la Cámara de Comercio de Cartago.
Realizar solicitud del RUT en la DIAN.
Diligenciar el formulario de matrícula en la CC.
Redactar el documento de constitución privada como Sociedad por Acciones Simplificada, en la cual debe llevar la firma autenticada de los socios, la designación de cargos y representante legal. Se resalta que el mínimo de activos con los cuales se puede registrar una SAS es por valor de \$.1.500.000. Para este nivel de activos, la matrícula mercantil tiene un costo de \$90.000.
Redactar la carta de aceptación de cargos, Junta Directiva y Representante Legal. Este último es quien debe realizar el proceso de matrícula.
Llevar toda la documentación a la Cámara de Comercio y en 24 horas quedará registrada la empresa.

Fuente: Cámara de Comercio de Cartago.

Una vez formalizada la empresa, se adquieren una serie de obligaciones y derechos, entre las obligaciones se encuentran:

- Renovación anual de la matrícula mercantil, la cual se realizar durante los primeros tres meses del año, independiente del mes en el cual fue registrada la empresa.
- Cancelar el impuesto de industria y comercio, el cual depende del nivel de ingresos y actividad económica desarrollada. Al momento de la formalización debe ser presentada una proyección de ingresos.
- Dado que pertenece al régimen común, se debe solicitar a la DIAN resolución por medio de la cual la empresa pueda facturar con IVA.
- Registrar los libros contables tales como Libro Mayor, Caja Diario y Libro de Actas ante la Cámara de Comercio.
- Realizar declaración de ventas cada dos meses.
- Realizar declaración de renta cada año.

9. ESTUDIO LEGAL

El estudio legal permite identificar la normativa legal vigente aplicable al proyecto.

9.1 NORMATIVA LEGAL VIGENTE

Tabla 9. Normativa legal vigente aplicable al proyecto.

Ley 1429 de 2010	La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.	http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html el 05 de noviembre de 2019
Ley 1607 de 2011	Modifíquese el artículo 6o del Estatuto Tributario, el cual quedará así: <i>Artículo 6o. Declaración Voluntaria del Impuesto sobre la Renta.</i> El impuesto sobre la renta y complementarios, a cargo de los contribuyentes no obligados a declarar, es el que resulte de sumar las retenciones en la fuente por todo concepto que deban aplicarse a los pagos o abonos en cuenta, según el caso, realizados al contribuyente durante el respectivo año o período gravable.	http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1607_2012.html el 05 de noviembre de 2019.
Decreto 4910 de 2011	Beneficio del impuesto de renta a empresas que no superen los 50 trabajadores, ni los activos cinco mil SMMLV.	http://www.mincit.gov.co/minindustria/docs/decreto-4910-de-2011.aspx el 05 de noviembre de 2019.
Decreto 489 de 2013	<i>Garantía especial otorgada por el Fondo Nacional de Garantías.</i> En cumplimiento de lo dispuesto en el parágrafo 3° del artículo 3° de la Ley 1429 de 2010, el Fondo Nacional de Garantías S. A., ofrecerá un descuento no inferior al veinte por	http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1106949 el 06 de diciembre de 2019.

	ciento (20%) en el valor de las comisiones de las garantías que se dirijan a las empresas creadas por jóvenes menores de veintiocho (28) años tecnólogos, técnicos o profesionales de que trata la Ley 1429 de 2010, frente a las tarifas establecidas por el Fondo Nacional de Garantías S. A., para otros productos dirigidos a emprendedores. Lo anterior, bajo las condiciones y características especiales que establezca la Junta Directiva del fondo en la creación de este producto de garantía, que cubra el ochenta por ciento (80%) del valor del crédito requerido.	
Decreto 545 de 2011	Tendrán derecho a acogerse a los beneficios establecidos en los artículos 5° y 7° de la Ley 1429 de 2010, las personas naturales y personas jurídicas que desarrollan pequeñas empresas, cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen cinco mil salarios mínimos mensuales legales vigentes (5.000 SMMLV), que, con posterioridad a la entrada en vigencia de la citada ley, se matriculen en el registro mercantil de las cámaras de comercio.	https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41700 el 06 de diciembre de 2019.
Decreto 002025 de 2011	Que mediante la Ley 1233 de 2008, se dictaron normas en relación con las cooperativas y precooperativas de trabajo asociado, así como las condiciones para la contratación de estas con terceros, paralelo con lo cual, se contemplaron las prohibiciones para el evento en que dichas entidades actúen como empresas de intermediación laboral o envíen trabajadores en misión; razón por la que a través del presente decreto se hace necesario dictar normas orientadas a su reglamentación parcial, en cuanto a las conductas objeto de sanción.	http://www.mincit.gov.co/minindustria/docs/decreto-2025-de-2011.aspx el 05 de noviembre de 2019

Fuente: Cada fuente está especificada en cada ley o decreto.

10. ESTUDIO AMBIENTAL Y SOCIAL

En el estudio social y ambiental se evalúa el impacto que el proyecto tendrá en la sociedad y en el medio ambiente, para definir

Tabla 10. Matriz de impacto ambiental y social.

		Criterio de evaluación	Carácter		Área de influencia		Magnitud			Importancia			Efecto		Plazo de manifestación		
		Impactos	(+)	(-)	Directo	Indirecto	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Temporal	Permanente	Corto	Medio	Largo
Componente fisicobiótico	Agua	Uso racional del agua	X			X	X			X				X			X
	Aire	Generación de ruido		X	X				X		X		X		X		
	Ambiental	Uso racional del papel	X			X	X			X				X			X
Componente socioeconómico	Población	Generación de empleo	X		X		X			X				X	X		
		Desarrollo económico	X		X			X		X				X		X	

Fuente: Elaboración propia.

11. ESTUDIO FINANCIERO

IC Asesoría y Consultoría daría inicio a sus actividades bajo la técnica Bootstrapping, actualmente utilizada en startups y empresas nacientes. El bootstrapping hace referencia a la creación de empresas sin contar con muchos recursos. Se trata de apostar por tu idea de negocio y venderla desde el primer momento. Consultado en <https://www.iebschool.com/blog/que-es-bootstrapping-creacion-empresas/> el 21 de marzo de 2020.

Los indicadores centrales a analizar son: El Costo de Capital Promedio Ponderado (WACC), la Rentabilidad sobre Activos (ROIC) y el Valor Presente Neto (VPN), ya que, permiten analizar la rentabilidad y la factibilidad económica de la empresa. Es importante resaltar que la organización no tiene pasivos con costo, por lo tanto, la participación del patrimonio en el cálculo del WACC es del 100% y este se reduce a la tasa de costo de capital (K_e).

A través de este estudio se ha analizado la viabilidad económica de IC Asesoría y Consultoría, obteniendo resultados satisfactorios en los siguientes indicadores: comparando el Costo de Capital Promedio Ponderado (WACC) con la Rentabilidad sobre Activos (ROIC) se puede observar que el ROIC de 85% es mayor que el WACC de 17,72% lo cual indica que la compañía está generando utilidades. Además, calculando y analizando el Valor Presente Neto (VPN) es evidente que el proyecto es factible, dado que, el VPN calculado es mayor a cero y esto indica que la empresa está rentando sobre la tasa de descuento.

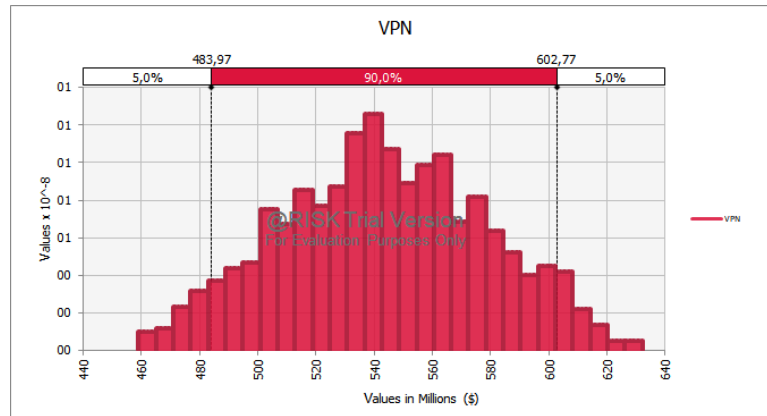
Anexo 5. Estudio financiero.

Anexo 6. Análisis de riesgo.

Para efectos de evaluar el riesgo se analizará el comportamiento del Valor Presente Neto (VPN). En ese orden de ideas, se definen dos variables bases, precio e incremento anual, dichas variables cambian en función de dos escenarios (escenario optimista y escenario pesimista).

Para fines de simulación, se utiliza el software @RISK versión 8.0 en una Ideapad Lenovo V-110 con Windows 10 Home Single Language, procesador Intel ® Celeron ® CPU N3350 @1.10 GHZ, sistema operativo de 64 bits y 4GB de memoria RAM, teniendo 1000 iteraciones en cada escenario y obteniendo los siguientes resultados:

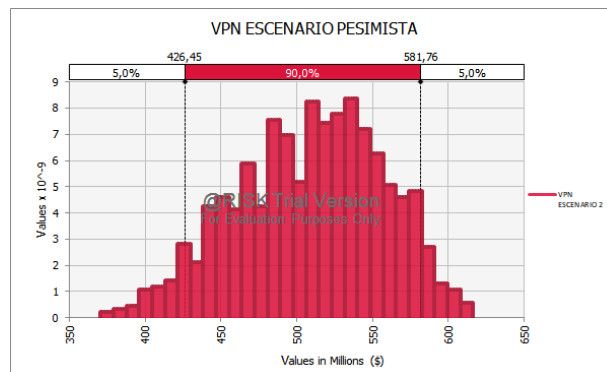
Figura 7. Escenario Optimista



Fuente: Elaboración propia.

En el escenario optimista, según la Figura 7. Escenario Optimista, el VPN varía con una concentración de datos del 90% entre 483 y 602 millones, además, de un valor mínimo de 460 millones y un máximo de 620 millones. Observando estos resultados, es posible concluir que el proyecto es factible, según el escenario optimista, pues el valor presente neto en el 100% de los casos es mayor a cero, lo que indica que la empresa está rentando por encima de la tasa de descuento.

Figura 8. Escenario Pesimista.



Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, en el escenario pesimista, el VPN varía con una concentración de datos del 90% entre 426 y 581 millones, además se obtiene un mínimo de 370 millones y un máximo de 616 millones de pesos. En este escenario, el VPN en el 100% de las iteraciones, al igual que en el escenario optimista, es positivo.

12.CONCLUSIONES

La información obtenida a partir del estudio de mercado es una entrada de suma importancia para esta investigación, dado que fueron identificadas las principales problemáticas que enfrentan las MiPymes y la necesidad latente de asesoría que manifiestan, además de definir el precio y las estrategias que se implementarán para realizar el lanzamiento del portafolio de servicios.

El estudio técnico permitió determinar el capital requerido para la inversión, además de la mano de obra necesaria para iniciar operaciones, la ubicación óptima para la oficina y la estrategia de selección de proveedores.

En el estudio administrativo se define el tipo de sociedad con la cual se constituirá IC Asesoría y Consultoría, además de su estructura jerárquica y la ruta de operación en cada servicio con el diagrama de flujo.

El panorama colombiano se muestra favorable para la creación de empresa por jóvenes hasta los 28 años, existiendo las ofertas para aplicar a diferentes beneficios legales e impulsando la generación de empleo.

Según los componentes fisiobióticos y socioeconómicos analizados en el estudio ambiental y social respectivamente se puede observar que la empresa tiene un impacto positivo en ambos componentes.

Analizando en términos económicos la factibilidad de la empresa, el ROIC de 85% es mayor que el WACC de 17,72% lo cual indica que la compañía está generando utilidades. Además, calculando y analizando el Valor Presente Neto (VPN) es evidente que el proyecto es factible, dado que, el VPN calculado es mayor a cero y esto indica que la empresa está rentando sobre la tasa de descuento.

Una vez analizado el riesgo, bajo el escenario optimista y pesimista, en ambos escenarios el VPN es mayor a cero en todas las iteraciones indicando así la factibilidad del proyecto.

13. INVESTIGACIONES FUTURAS

Como investigación futura se plantea evaluar la pobreza multidimensional, llevando a cabo el diagnóstico con las MiPymes que accedan a los servicios de IC Asesoría y Consultoría y realizar una evaluación de desarrollo en las diferentes dimensiones a medida que avanzan en el proceso de acompañamiento.

Otro aspecto a incluir dentro una futura investigación es analizar la factibilidad económica de la creación de empresa de asesoría trabajando con deuda.

Dado la pandemia generada por el Covid-19, es importante realizar a futuro la investigación con base en la información suministrada por la cámara de comercio para evaluar el comportamiento del sector industrial, una vez la pandemia finalice.

Finalmente, realizar el estudio de factibilidad ampliando el alcance no solo a los tres municipios estudiados actualmente, sino a nivel departamental.

14. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, G. J. (12 de noviembre de 2018). *La Inclusión Financiera de las MiPymes en Colombia*. Obtenido de Banca de las Oportunidades: <https://bancadelasoportunidades.gov.co/es/blogs/blog-de-bdo/la-inclusion-financiera-de-las-mipymes-en-colombia>
- Anla. (17 de abril de 2019). *Estudio de Impacto Ambiental*. Obtenido de Autoridad Nacional de Licencias Ambientales: <http://portal.anla.gov.co/estudio-impacto-ambiental>
- Ardila, N. (2010). Factibilidad Para La Creación De Una Empresa De Asesoría En Mercadeo Y Publicidad Para Las Pymes En La Ciudad De Bucaramanga. *Universidad Pontificia Bolivariana*, 9(1), 134.
- Arévalo Machado, V. J. (2012). Creación de una Empresa de Asesoría Contable, Tributaria y Financiera para Micro, Pequeñas y Medianas Empresas MiPymes en el Distrito Metropolitano de Quito. Retroceded from <http://190.11.245.244/handle/47000/719>
- Baines, J. T., Taylor, C. N., & Vanclay, F. (2013). Social impact assessment and ethical research principles: ethical professional practice in impact assessment Part II. *Impact Assessment and Project Appraisal*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.1080/14615517.2013.850306>
- Franco-Ángel, M., & Urbano, D. (2016). Factores determinantes del dinamismo de las pequeñas y medianas empresas en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXII (1), 110-125. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/html/280/28046365009/>
- Gómez, A. (2010). Proyecto de gimnasio en el Municipio de Tultitlán, Estado de México, (Capítulo II), 53–93. Retroceded from <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Gonzales, J. J., Rodríguez, M. T., & Duarte, L. M. (2011). Necesidades de consultoría en las MIPYMES del Valle de Sugamuxi en Boyacá, (11).
- González Millán, J. J., & Duarte, L. M. (2011). MIPYMES del Valle de Sugamuxi en Boyacá. *Cuadernos de Administración*, 27(46), 67–80.
- González Navarro, N., López Parra, M. E., Aceves López, J., Celaya Figueroa, R., & Beltrán Fraijo, N. (2010). Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios, 12. Retroceded from http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio_financiero.pdf
- Gürtler, G., Bain, C., & Shikiya, H. (2014). Glosario de Términos para el fortalecimiento

de capacidades en procesos estratégicos.

Lew, P. (1999). Factors in the growth of micro-enterprises (Part 1): developing a framework. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 6(Part 1), 366–385. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000006691>

Luis, E., Schumpeteriano, E. L. E., & Fracchia, E. (2009). XLIV Reunión Anual.

Malhotra, N. K. (2004). No Title. In *Investigación de mercados. Un enfoque aplicado* (Cuarta Edi, p. 816). México: Pearson Education. Retroceded from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SLmEbIVK2OQC&oi=fnd&pg=PP19&dq=como+realizar+un+estudio+de+mercado+&ots=wbak5cSkq4&sig=nwuExvzSuNPmcGgJpHKkw24qfKw#v=onepage&q=como+realizar+un+estudio+de+mercado&f=false>

Morales, D., & Roux, R. (2015). Para San Fernando, Tamaulipas.

Osterwalder & Pigneur. (2012). Manufacturing strategy: How to formulate and implement a winning plan by John Miltenburg. Portland, OR: Productivity Press, 1995. 372 + xix pages. \$dollar;45.00. *Journal of Product Innovation Management*, 13(2). [https://doi.org/10.1016/S0737-6782\(96\)90159-9](https://doi.org/10.1016/S0737-6782(96)90159-9)

Pérez, Juan Pablo, & Trujillo, J. P. (2012). Creación de una empresa de consultoría integral para las mypes ubicadas en la ciudad de Bogotá, 1–79.

Preciado, M. P. (2011). Administración& Desarrollo resumen Business models: a proposal for a conceptual framework for productivity centres, 39(45), 23–34.

Serrano, D. R., & Mendoza, M. (n.d.). Causas de la Siniestralidad de las MiPymes en Colombia: Factores internos Introducción Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPymes) son consideradas como un actor.

Soria, S., Cerón, J., & Marcelo, D. (2014). “La Innovación Organizativa y su incidencia en la Ventaja Competitiva del Laboratorio de control y análisis LACONAL”. Retroceded from http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/6698%5Cnhttps://fyedeproyectos2.files.wordpress.com/2010/07/notas-de-clase_1.pdf

Tandazo, P. J. (2013). Propuesta para la creación de una empresa de asesoría contable y tributaria orientada a las pequeñas y medianas empresas (pymes) en la ciudad de Quito. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y INGENIERO COMERCIAL
TÍTULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL MILAGRO, JULIO DEL 2012 ACEPTACIÓN DEL TUTOR. “Estudio de Factibilidad para la Creación de un centro de Asesoría y C. (2012).

Alonso, C., & Fracchia, E. L. (2009). XLIV Reunión Anual.

Córdoba Restrepo, L. Y., & Agredo Leiva, L. P. (2018). Análisis del riesgo financiero de impago en las pymes del sector manufacturero de Colombia, subsector elaboración de alimentos. *Science of Human Action*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.21501/2500-669x.2711>

El asesoramiento empresarial. (2016).

Hori, K., & Sakajiri, A. (2018). Canales de distribución, 2–4.

La Consultoría De Empresas 40748. (n.d.).

Sánchez López, H. (2006). *Emprendimiento Empresarial en la escuela y sus herramientas tecnológicas. Emprendimiento empresarial*.

Smith, A., Ricardo, D., Weber, M., & Suárez, O. M. (2004). 7255-5325-1-Pb, (25), 209–213.

Vásquez, R. D. (2006). *Antecedentes del emprendimiento - Caso Colombiano*.

Zevallos V, E. (2003). *Micro , pequeñas y medianas empresas en América Latina*.