

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONSULTORIAS Y ASESORIAS CAP S.A.S EN LA CIUDAD DE MONTERIA-
CORDOBA**

CONSULTORIAS Y ASESORIAS CAP S.A.S

LINA MARIA REYES NEGRETE

KELLY MARQUEZ PONCE

LIBIA ESTER DÍAZ RAMOS

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MONTERIA – CORDOBA - COLOMBIA

2018

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONSULTORIAS Y ASESORIAS CAP S.A.S EN LA CIUDAD DE MONTERIA-
CORDOBA**

LINA MARIA REYES NEGRETE

KELLY MARQUEZ PONCE

LIBIA ESTER DÍAZ RAMOS

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER AL TUITO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MONTERIA – CORDOBA – COLOMBIA

2018

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Dedicatoria

A Dios

Por habernos permitido trabajar juntos en la construcción de nuestros sueños e ideales, por Inundarnos de infinita paciencia durante la realización de todo el proyecto.

A nuestros padres

Por haber sido siempre nuestro apoyo cuando más lo necesitamos, por estar siempre al pendiente de todas nuestras actividades académicas, por su preocupación y ayuda constante a que cumpliéramos nuestras metas.

Agradecimiento

A Dios por darnos fortaleza y sabiduría al guiar cada uno de nuestros pasos, a la CUN, por acogernos en sus aulas y ayudarnos a cumplir con este objetivo de vida.

También agradecerles incondicionalmente a mis asesores (por favor colocar el nombre del **asesor y alcances**), por guiarme en estos procesos de formación y cumplir con éxitos mi trabajo de grado.

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCION.....	16
1.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.2.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.3.	JUSTIFICACION	20
1.4.	OBJETIVOS.....	21
1.4.1.	Objetivo general.....	21
1.4.2.	Objetivos específicos	21
1.5.	ALCANCE Y LIMITACIONES.....	22
1.5.1.	Alcances.....	22
1.5.2.	Limitaciones.....	22
2.	MARCO REFERENCIAL.....	23
2.1.	MARCO TEORICO	23
2.2.	MARCO CONCEPTUAL	29
2.3.	MARCO TEMPORAL	30
2.4.	MARCO ESPACIAL	30
2.5.	MARCO LEGAL	30
2.6.	SISTEMA DE VARIABLES.....	33
3.	MARCO METODOLOGICO.....	34
3.1.	TIPO DE ESTUDIO	35
3.2.	DISEÑO DE INVESTIGACION	35
3.3.	POBLACIÓN.....	36
3.4.	MUESTRA.....	36
4.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	38

4.1. MODELO DE ENCUESTA APLICADA	38
5. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO	40
6. ESTUDIO DE MERCADO	41
6.1. Problema	41
6.2. Objetivo General	41
6.3. Objetivos Específicos	41
7. ANÁLISIS DE RESULTADOS	42
7.1. Procesamiento de los datos	42
8. ANÁLISIS DEL MERCADO	48
8.1. Barreras de entrada al sector	48
8.2. Políticas y formas de comercialización que se dan en el sector.....	48
8.3. Mercado nacional.....	49
8.4. Aspectos destacables del sector.....	50
8.5. Mercado objetivo.....	50
8.6. Estrategia de posicionamiento.....	50
8.7. Estrategia de posicionamiento.....	51
8.8. Competencia.....	51
8.9. Imagen de la competencia ante los clientes.....	51
8.9.1. Segmento al cual está dirigida la competencia.....	52
8.9.2. Segmentación el mercado.....	52
8.9.3. Plan de mercadeo.....	52
8.9.4. Canales de prestación del servicio.....	52
8.9.5. Tamaño del mercado.....	53
8.10. DEMANDA	53

8.11.	OFERTA	53
8.12.	PRECIO.....	53
8.13.	Estrategias precio	54
8.14.	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	54
8.14.1.	Logotipo	54
8.14.2.	Estrategias publicitarias	54
9.	ESTUDIO TECNICO	55
9.1.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	55
9.1.1.	Macrolocalización.....	55
9.1.2.	Microlocalización.	55
10.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	56
10.1.	ANÁLISIS FODA	56
10.2.	Organigrama.....	57
11.	ESTUDIO FINANCIERO	58
11.1.	INVERSIONES.....	58
11.1.1.	Inversión fija	58
11.1.2.	Construcción y adecuación	58
11.1.3.	Equipo de oficina	59
11.1.4.	Muebles y enseres	59
11.1.5.	Herramientas	60
11.1.6.	Depreciación	60
11.1.7.	Gastos preoperativos	61
11.1.8.	Inversión de capital de trabajo	61
11.1.9.	Mano de obra indirecta.....	62

11.1.10.	Gastos de administración y ventas	62
11.1.11.	Total capital de trabajo.....	63
11.1.12.	Inversión total.....	63
11.2.	Costos.....	63
11.3.	Precio de venta.....	64
11.4.	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	64
11.5.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	65
11.6.	ESTADO DE RESULTADOS	68
11.7.	BALANCE GENERAL.....	69
12.	EVALUACION DEL PROYECTO	70
12.1.	IMPACTO SOCIAL	70
12.2.	IMPACTO AMBIENTAL	70
12.3.	EVALUACION FINANCIERA	70
12.3.1.	Valor presente neto	71
13.	BIBLIOGRAFIA	77

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Análisis cualitativo diferentes tipos societarios	32
Cuadro 2. Nivel de confianza.....	37
Cuadro 3. Asignación salarial	57
Cuadro 4. Construcción y adecuación	58
Cuadro 5. Equipo de oficina	59
Cuadro 6. Muebles y enseres	59
Cuadro 7. Total inversión fija	60
Cuadro 8. Depreciación	60
Cuadro 9. Amortización de intangibles	61
Cuadro 10. Gastos preoperativos	61
Cuadro 11. Insumos	61
Cuadro 12. Mano de obra indirecta.....	62
Cuadro 13. Costos indirectos del servicio	62
Cuadro 14. Total costos	62
Cuadro 15. Gastos de administración y ventas	62
Cuadro 16. Total capital de trabajo.....	63
Cuadro 17. Inversión total del proyecto.....	63
Cuadro 18.m costos fijos	63
Cuadro 19. Costo variable.....	63
Cuadro 20. Costos totales unitarios	64
Cuadro 21. Precio de venta	64
Cuadro 22. Egresos proyectados.....	64
Cuadro 23. Ingresos proyectados.....	65

Cuadro 24. Costo de prestación del servicio.....	65
Cuadro 25. Margen de contribución	65
Cuadro 26. Costo total anual.....	65
Cuadro 27. Punto de equilibrio	66
Cuadro 28. Flujo de caja proyectado	68
Cuadro 29. Estado de resultado proyectado.....	68
Cuadro 30. Balance general	69
Cuadro 31. Criterio de evaluación de proyectos	71
Cuadro 32. Flujo de caja neto	72

LISTA DE GRAFICOS

Gráfico 1. Ocupación actual	42
Gráfico 2. A quién acude cuando necesita asesoría.....	43
Gráfico 3. Necesidad de asesoría y consultoría	44
Gráfico 4. Calidad de la atención proporcionada.....	45
Gráfico 5. Forma en que se ofreció la asesoría.....	45
Gráfico 6. Disponibilidad para adquirir los servicios de asesorías y consultorías.....	46
Gráfico 7. Aspectos a tener en cuenta para solicitar asesorías	47
Gráfico 8. Punto de equilibrio.....	66

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1. Diseño del logo	54
Ilustración 2. Ubicación en planta	55
Ilustración 3. Organigrama	57

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa consultora de asesoramiento CAP S.A.S, en la ciudad de Montería de manera rentable que propicie un buen de servicio con calidad, apoyada en profesionales y con los recursos adecuados. Según las encuestas realizadas se determinó que la persona encuestada estaría interesada en demandar los servicios, se establece una capacidad de asesores para prestar servicio en el primer año, para ser incrementada en el transcurrir del tiempo.

La idea del proyecto nace de proporcionar un servicio de consultoría en el municipio de Montería departamento de Córdoba, buscando el adecuado desarrollo de la empresa en estudio y además aprovechar el conocimiento adquiridos por la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN. En la ciudad se han identificados muchas empresas de esta índole entre pequeñas y medianas, que constituirían el mercado al cual se dirigirán los esfuerzos de la consultoría, para atender de una forma adecuada al mercado y atender cubrir todas las necesidades de las empresas contratantes.

Por otro lado el estudio de mercado un punto importante fue la identificación de los principales competidores y cuáles eran los servicio prestados por los mismos, notándose que la empresa consultora para este proyecto comprendía algunos de los servicios de los servicios ofrecidos por la competencia, pero no todos, lo cual nos lleva a la determinación que un gran porcentaje del mercado de aproximadamente el 40% del mercado no se encuentra satisfecho con los actuales servicios de consultorías.

También, se procedido a establecer cuál es la estrategia más adecuada para el lanzamiento y distribución de la información sobre la empresa consultora, llegando a la conclusión de que la mejor forma, es a través de la creación carpetas para la entrega directa en las empresas, otra estrategias es crear correos electrónicos con todos los datos pertinentes sobre los servicios ofrecidos y enviarlos a los posibles clientes.

Palabras claves: Asesoría, estudio de factibilidad, empresa, consultorías, Cap

ABSTRACT

The objective of this paper is to develop a feasibility study for the creation of a consultancy firm, CAP S.A.S, in the city of Montería in a cost-effective manner that fosters a good service with quality, supported by professionals and with adequate resources. According to the surveys carried out, it was determined that the person surveyed would be interested in requesting services, establishing an advisory capacity to provide service in the first year, to be increased over time.

The idea of the project comes from providing a consulting service in the municipality of Montería department of Córdoba, seeking the proper development of the company under study and also take advantage of the knowledge acquired by the Unified National Corporation of Higher Education CUN. In the city, many small and medium-sized companies of this nature have been identified, which would constitute the market to which the consulting efforts will be directed, in order to adequately address the market and meet all the needs of the contracting companies.

On the other hand the market study an important point was the identification of the main competitors and what were the services provided by them, noting that the consulting company for this project included some of the services offered by the competition, but not all, which leads us to the determination that a large percentage of the market of approximately 40% of the market is not satisfied with the current consulting services.

Also, we proceeded to establish what is the most appropriate strategy for the launch and distribution of information about the consulting company, reaching the conclusion that the best way is through the creation of folders for direct delivery in companies, Another strategy is to create emails with all relevant information about the services offered and send them to potential clients.

Keywords: Advisory, feasibility study, company, consultancies, Cap

1. INTRODUCCION

La creación de empresas debería en la actualidad, ser tomada como un punto importante de desarrollo y fortalecimiento social y económico de las regiones, toda vez que le permite una mayor integración entre los diferentes agentes de la economía mediante los cuales se desarrollan ideas de negocios de acuerdo a las necesidades de una población (Morato, 2017, p 14).

Sin embargo, se observa como en muchas otras regiones del departamento, una ausencia parcial de conocimiento y de experiencia de los empresarios frente al tema del emprendimiento, que de alguna forma los limita para su desarrollo, llevando a una pérdida de tiempo y de recursos, además de la insatisfacción de propios y visitantes por la ausencia de ideas de negocios innovadoras y acordes con las necesidades del servicio.

Pensando en dicha situación, se ha considerado necesaria la formulación de un estudio de factibilidad para la creación de la empresa de consultorios y asesorías cap. S.A.S en la ciudad de Montarí, tomando como punto de trabajo la formación de un estudio de mercados, de un componente técnico, administrativo, legal, social, ambiental, además de obtener una evaluación financiera y económica que le permita al futuro empresario, la toma de decisiones en todos y cada uno de los ejes de trabajo.

El estudio como tal, pone a prueba los conocimientos adquiridos en el proceso de formación profesional, teniendo en cuenta que la creación de empresas constituyan el punto de trabajo importante para que el inversionista, tome las decisiones que estime pertinentes, siendo desde luego un trabajo mancomunado con la metodología existente, sin desconocer la asesoría en temas financieros, empresariales y administrativos.

Para dar cumplimiento a éste objetivo, el proyecto estará estructurada de la siguiente manera:

Primera parte se contextualizará el problema, el cual contiene: planteamiento del problema, descripción del problema, proyecciones y limitaciones, formulación del problema, el objetivo general y los específicos, y la justificación e impacto. En este capítulo se sintetiza el trabajo investigativo y se vincula las variables que van a servir de eje para el proceso de investigación.

Seguidamente se desarrolla el marco teórico, empezando con los antecedentes históricos e investigativos, bases teóricas, conceptuales y legales, sistema de variables y Operacionalización de

Variables. Es la parte de la investigación donde se determina la orientación filosófica que guiará la investigación, además de construir la fundamentación científica.

Siguiendo este mismo orden de ideas, se presentará la naturaleza y alcance de la investigación, tipo y diseño de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y validez y confiabilidad.

Además, se llevará a cabo el análisis e interpretación de resultados, en el siguiente apartado, el lector podrá encontrar el análisis detallado de los diferentes resultados que se obtuvieron tras la aplicación del instrumento de recolección de información diseñado para esta investigación. En este capítulo se presenta una alternativa de solución al problema planteado durante la investigación.

Y por último de este proceso investigativo, se encuentran las conclusiones Y recomendaciones, de acuerdo a los resultados presentados en el capítulo anterior.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hablar de emprendimiento en una época tan trascendental desde el punto de vista social y de seguridad para el país, producto de la eventual firma de un proceso de paz, donde además se asume como una estrategia valiosa para el fortalecimiento económico y financiero de las regiones, basado en la reestructuración de gastos militares que estarían a favor de la inversión pública, es tratar de hacer parte de esa infinidad de posibilidades de crecimiento y de desarrollo que podría llegar a tener el país (Osorio, 2017, p.15).

Montería no ha sido la excepción, aunque se le reconoce el hecho de haberse constituido como un polo de desarrollo turístico y religioso que atrae a propios y extraños venidos de todas partes del país y del mundo, y que han ido exigiendo cada vez más, la generación de nuevos productos y servicios.

Siguiendo este mismo orden de ideas, gracias a la consolidación de diversas políticas de los gobiernos después de más de diez años de olvido, permitieron que el departamento reviviera en todos los campos: educación, salud, formación empresarial, inversión, medio ambiente, entre otros, que le generaron mejores oportunidades para competir en nuevos mercados, ampliando horizontes y traspasando fronteras que le han posicionado como un eje de desarrollo al que muchos empresarios le están apostando.

Aunque no sólo se trata de ello, pues se involucran temas de infraestructura y apoyo al fomento empresarial, que en la actualidad podrían ser el punto vulnerable de la administración actual, toda vez que a pesar de existir posibilidades de formación universitaria, no existe el conocimiento y el acompañamiento necesarios para que muchos de estos proyectos se puedan materializar y le permitan una mejor construcción de los ejes de desarrollo a la ciudad como sí ocurre en otras parte del país, donde precisamente se lideran en el desarrollo de grandes proyectos de inversión.

Con la actual reforma tributaria Ley 1819 del 2016 y los cambios financieros que trae la implementación de las NIIF, se hace necesario el apoyo de asesores que les permita a todas las personas que desarrollan actividades comerciales, industriales y de servicios estar a la vanguardia

de cada uno de los temas que estos cambios implican en todo el sector económico del país a fin de evitar no solo el retraso social sino las sanciones que implicaría no cumplir con la ley (Osorio, 2017, p.16).

Teniendo en cuenta lo estipulado en los diferentes párrafo se busca integrar el conocimiento adquirido durante el proceso de formación administrativo y organizacional, para lograr la materialización de una propuesta basada en el diseño de una estrategia de negocios para la creación de una empresa de consultorías y asesorías CAP S.A.S en la ciudad de Monteria-Cordoba, a nivel público y privado en la ciudad de Montería, apoyado en el análisis de mercado para la identificación de elementos de mercado como la segmentación, el canal de servicio, oferta, demanda, definiendo además las necesidades de localización, tecnología e ingeniería del proyecto y todo lo que ello conlleva, precisando la estructura administrativa que deberá acompañar la propuesta, apoyada en el componente legal, social y ambiental, evaluando financieramente la propuesta y presentando la viabilidad económica de la estrategia de negocios.

De esta forma, se conciben mecanismos de análisis y gestión de procesos, considerando las potencialidades del talento humano, y los requerimientos de la organización, conjugando las capacidades del talento humano para el desarrollo de diferentes tipos de entregables, con la consecuente desagregación del pensamiento estratégico organizacional.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es factible la creación de una empresa de consultorías y asesorías cap. s a. s. en la Ciudad de Montería_ Córdoba?

1.3. JUSTIFICACION

Determinación de la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la asesoría, consultoría, ubicados en la ciudad de Montería. El presente trabajo facilita la manera de estructurar una nueva idea de negocios, utilizando el modelo de negocio Canvas, el cual permite contar con información organizada, agrupada y estructurada; y así determinar la viabilidad de mercado y la viabilidad financiera, como puntos centrales de la toma de decisiones de la creación o no de la empresa.

Siguiendo este mismo orden de ideas, el presente proyecto es importante porque permite presentar opciones al mercado de atención en Asesorías y Consultoría en horario diferencial de servicios, como la notoriedad en que es una propuesta de profesionales con gran potencial intelectual al servicio de su misma cultura, región, país, dado que las personas por lo general tiene poca demanda en la contratación laboral de la cultura normal y esta es la ventaja para tener su propia empleabilidad en su propio círculo cultural.

Esto permite ver cómo esta cultura utiliza las herramientas TIC'S para su recurso laboral, la manera como aprovechan su conocimiento para combinar y dar a conocer una propuesta diferencial en el mercado. Y cómo adoptan empleos independientes de ser trabajador.

Todo esto es parte del aprendizaje que retrotrae del conocimiento aprendido de su cultura contraria. Es decir, el proyecto sirve de enlace para las diferentes entidades públicas y estatus, compartiendo conocimiento, del cual este proyecto es fruto de este vínculo. Donde le ha permitido crear empresa con posibilidades a conquistar su propio mercado al servicio.

La idea del estudio de factibilidad desde el punto de vista profesional, es aportar a los procesos buen conocimiento, experiencia, teniendo presente la constante formación de los asesores, investigando, indagando, en la aplicación de herramientas que permitan a los proyectos más efectividad, eficacia y eficiencia, rentabilidad, competitividad, adicionando estrategias, tácticas desde el inicio hasta el final, agregando valores diferenciadores en el proyecto como la creatividad, innovación.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultorías y asesorías CAP S.A.S en la ciudad de Montería de manera rentable que propicie un buen servicio de calidad.

1.4.2. Objetivos específicos

- ❖ Realizar un estudio de mercado que permita determinar el grado de demanda para el servicio de consultoría y asesorías ofrecido.
- ❖ Determinar la factibilidad técnica, administrativa y organizacional para la creación de la empresa.
- ❖ Identificar un estudio financiero asociada a la creación de una empresa de consultorías y asesorías CAP S.A.S en la ciudad de Montería

1.5. ALCANCE Y LIMITACIONES

1.5.1. Alcances

Esta investigación se realizará en la ciudad de Montería, directamente en la Kra 5 # 35-37, se tomará como base la encuesta y entrevista con el fin de dar cumplimiento a lo proyectado en el diagnóstico y propuesta de mejoramiento a los indicadores de Eficacia de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN sede Montería, desde la perspectiva del talento humano.

1.5.2. Limitaciones

El tiempo de duración de esta investigación será desde agosto del 2018, hasta noviembre del presente año.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEORICO

Tamayo y Tamayo, (2012) manifiesta que “El marco teórico nos amplía la descripción del problema. Integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas” (p. 148). Es así, la investigación tiene relación con la delimitación del problema. Nos ayuda a precisar y a organizar los elementos contenidos en la descripción del problema, de tal forma que puedan ser manejados y convertidos en acciones concretas. (Et al, 149).

Siguiendo este mismo orden de ideas el marco teórico, tiene como finalidad ofrecer al investigador una serie de enfoques, proposiciones y conceptos que permitan orientar la investigación.

Según Sabino, (2002) “el cometido que cumple el marco teórico es el de situar el problema dentro de un conjunto de conocimientos, de tal modo que permiten orientar la búsqueda que ofrezca una conceptualización adecuada a los términos que utilizamos”.

La idea de la presente investigación, se realizó una revisión bibliográfica, a partir de la cual se obtuvo información relacionada con el estudio de factibilidad para la creación de la empresa de consultorías y asesorías CAP S.A.S.

En primer lugar, se tiene que, en marzo de 2015 fue presentado en la facultad de especialización en gerencia de construcciones, el trabajo especial de grado titulado, **estudio de viabilidad para la creación de una empresa de asesoría, consultoría, reformas y acabados en inmuebles nuevos y usados**, por Jiménez Edwin, como requisito para optar el Título de especialista en gerencia de construcciones.

(Jiménez, 2015, p 4). Teniendo como base la información de origen primaria y secundaria obtenida, organizada, agrupada y estructurada se pretende determinar la viabilidad de mercado y financiera para la creación de una empresa dedicada a la asesoría, consultoría, reformas y acabados en inmuebles nuevos y usados de estratos socio-económico medio-alto, ubicados en la ciudad de Medellín, para ello se realizará el estudio de mercado, estudio administrativo organizacional, estudio financiero y se implementará un modelo de negocios por medio de la metodología Canvas.

El planteamiento y la ejecución proyecto objeto del trabajo de grado se realizarán para un periodo de 1 año, en donde los primeros seis meses se establecerá los parámetros bajo los cuales se va a realizar el estudio de viabilidad y en los seis meses posteriores se dará la ejecución con base a lo planteado inicialmente.

Para la determinación de la viabilidad de la empresa que se quiere crear, se consultará información primaria de estudios anteriores, se realizarán encuestas y entrevistas a los clientes potenciales y personas que incursionen en el medio, se determinará el organigrama de la empresa, junto con los manuales de procesos y procedimientos, se determinará los costos asociados y se elaborará la matriz financiera en donde se estipulen los indicadores financieros, por último, se elaborará un modelo de negocios por medio de la metodología Canvas, siguiendo los nueve módulos que lo conforman.

Una vez culminado el estudio de viabilidad se espera determinar si es o no viable la creación de esta empresa, y en caso de que sea viable, establecer bajo qué condiciones y parámetros debe crearse y regirse.

En esta misma labor de investigación y consulta se encontró el trabajo especial de grado titulado **“estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoría contable, tributaria y financiera a nivel público y privado en la ciudad de Chiquinquirá”**, presentado en marzo de 2017, por Morata Leidy, Osorio Lina.

(Morata, 2017, p. 84). La información contenida en este documento permite determinar la viabilidad de la creación de un Centro de Asesorías, la estrategia de negocios contempla aspectos de localización a nivel macro y micro, de tecnología e ingeniería del proyecto, estableciendo condiciones del servicio, las etapas requeridas en su realización, y cada uno de los componentes que exige su instalación.

Este proyecto permite no solo obtener beneficios económicos a los empresarios sino también generar desarrollo local y regional donde se permite beneficiar a la población Chiquinquirá.

Así mismo, el desarrollo actual de la ciudad de Chiquinquirá, ha sido ampliamente destacado en los últimos años en muchas de las ramas sociales, educativas, tecnológicas y económicas, aunque su expansión ha permitido la construcción de políticas públicas y otras del orden privado a través de las cuales se generan proyectos de crecimiento y productividad.

De acuerdo a esos resultados, se propone la formulación de una estrategia de negocios que busque satisfacer las necesidades de la población de la ciudad de Chiquinquirá que busca la materialización de ideas de negocios, además de la actualización de los procesos de capacitación y formación en materia contable, tributaria y financiera.

Así, se elabora un estudio de mercados a través del cual se logra determinar el comportamiento actual del entorno frente a la posibilidad de desarrollar la idea de negocios en la ciudad, encontrando que 164 personas de las evaluadas, aceptan la propuesta, algunas de ellas por información, otras porque mantienen la intención de crear empresa y de crecer con ella, satisfaciendo las necesidades de una población que cada vez más exige productos y servicios de calidad.

Adicionalmente, se establecen las condiciones actuales del sector, las características, la demanda, oferta, los precios posibles a ofertar por cada servicio, el estudio de la competencia, un análisis DOFA donde se plantean estrategias puntuales, un plan de mercadeo a partir de elementos clave como la publicidad, la promoción, el precio y el punto de venta, la segmentación del mercado, el canal de comercialización, entre otros muchos aspectos que inciden en la toma de decisiones.

Desde el punto de vista financiero, el estudio da a conocer aspectos puntuales como el nivel de inversión que se requiere para materializar la propuesta en la ciudad de Chiquinquirá, encontrando que los recursos a invertir para iniciar el proyecto, alcanza los \$19.782.209 pesos.

Se maneja además como un mecanismo de proyección, el incremento en las horas del servicio es del 3% anual y para el valor de la asesoría se tomó el 2% por la competencia, por ser un nuevo negocio se establece un incremento moderado y una utilidad en el ejercicio para el primer año de \$6.928.851, luego de canceladas todas las obligaciones.

Económicamente, se logra un valor presente neto de \$64.155.651 al cabo de los cinco años de proyección y utilizando una tasa de descuento del 22,04% la cual fue determinada por la tasa de mercado financiero y la prima de riesgo; se obtiene una tasa interna de retorno del 60%, la tasa interna de retorno modificada del 37% que demuestra con certeza la viabilidad del proyecto, un punto de equilibrio en pesos que llega a los \$67.827.656 pesos y en unidades de 1694, que permite

evidenciar la 85 conveniencia de ejecutar la propuesta, toda vez que genera rendimientos, que permiten subsanar cada una de las inversiones efectuadas.

Se espera que la propuesta pueda materializarse toda vez que no sólo es conveniente desde el punto de vista financiero y económico, sino que además genera ventajas comerciales, laborales, sociales, ambientales y legales que deben ser tomadas como punto de referencia para futuras inversiones, lo que llama ampliamente la atención de quienes cuentan con el conocimiento, la habilidad y el interés en materia empresarial, pudiendo así posicionar el nombre de la ciudad en marco regionales y nacional.

También se consultó el trabajo especial de grado que, en noviembre de 2016, fue presentado por Restrepo Claudia, como requisito para optar el título de Maestría en Administración de Empresa, que se dicta en la facultad de ciencias económicas y administrativas, titulado **estudio de factibilidad para la creación de una empresa especializada en la comercialización de bentonita para el sector de la construcción.**

(Restrepo, 2016, p.102). La investigación de mercados permitió determinar que la demanda de bentonita para el sector de la construcción es de 300.800 bultos de 50 kilos/año, de las cuales se espera abastecer un 10% que corresponden a 30.800 bultos de 50 kilos/año distribuidos en un portafolio de tres productos diferenciados por sus características técnicas. El producto de mayor participación porcentual sobre las ventas es el Arcicol-bentonita-bentonita sódica con un 60,11% por ser el producto de mayor salida de acuerdo con los resultados de las entrevistas en profundidad y la investigación de mercados.

Le sigue el Bentogel con 36.57% y el Bentogran con un 3.32%. Por tanto, el estudio de mercado da como resultado que el proyecto es viable porque se cuenta con clientes potenciales y objetivos al identificar una necesidad o un problema en una población.

El proyecto de emprendimiento se presenta como una solución al problema de variación del precio, escasa relación con los clientes y el posible monopolio en la región.

El estudio administrativo permitió concluir que la estructura organizacional es de tipo funcional porque se considera que es la más adecuada para la empresa, debido a que es posible separar cada una de las actividades que debe realizar el personal.

El personal necesario para iniciar operaciones lo constituye un gerente general, un asesor comercial, un web asesor, un auxiliar contable, una secretaria recepcionista, una persona para servicios generales y un contador público, con una remuneración mensual de \$19.708.753 incluida prestaciones sociales y provisiones de cesantías. Evidencia además que existe mano de obra calificada en la ciudad, lo que facilita el proceso de contratación del personal.

La inversión inicial y su financiamiento requirieron de un estudio detallado de los rubros necesarios para los movimientos operacionales precisos y oportunos que necesita la empresa para su normal funcionamiento. La inversión en muebles y enseres, la determinación de salarios y provisiones se ajusta a lo que la empresa necesita, no se sobredimensionaron para no correr el riesgo de no poder cubrirlos con las ventas o no recuperar la inversión a corto plazo. La inversión requerida para la puesta en marcha de la empresa es de \$123.323.845 de los cuales \$12.035.900 se invertirán en activos fijos tangibles, \$2.095.038 en adecuación de oficinas, \$3.982.200 en gastos pre operativos, y capital de trabajo representado en costos, y gastos administrativos y de ventas por \$105.210.708, financiados en el sector bancario con un crédito a 5 años, tiempo que se durará el proyecto. El periodo de recuperación de la inversión será en un menor tiempo al encontrar una PRI de 3,83 años.

El proyecto obtuvo en los indicadores de Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno resultados favorables, por un lado, el VPN es positivo, lo cual indica que el proyecto puede dar una tasa mayor a la establecida y por tanto los inversionistas lograrán un rendimiento mensual, más una cantidad adicional al final del periodo establecido para el proyecto. La Tasa Interna de Retorno indica que el proyecto es capaz de ofrecer una tasa de 26%, muy superior a la Tasa de Oportunidad estimada en un 10%. Dicha tasa se obtendrá siempre y cuando se cumplan las condiciones de tiempo y costos establecidas.

Con lo anterior se concluye que el proyecto de inversión para la creación de Bentuplus S.A.S. es factible, los indicadores financieros demostraron que la inversión se recupera en tres años y ocho meses y la tasa interna de retorno es mayor que la tasa de oportunidad, haciéndolo atractivo para futuros inversionistas, la generación de valor para el accionista y la sostenibilidad del negocio en los cinco (5) años de duración del proyecto. PIB.

En primer lugar, se tiene que, en julio 2017 fue presentado en la facultad de Ciencias de la salud, el trabajo especial de grado titulado **estudio de factibilidad para la creación de una empresa de**

asesorías en seguridad y salud en el trabajo en Pereira, por Barbosa Daniela, como requisito para optar el título de fisioterapia.

(Barbosa, 2017, p.1). Teniendo en cuenta la competitividad de las empresas que cada vez es mayor, los sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo se convierten en parte fundamental del esquema productivo y sostenible de cualquier organización. La seguridad y salud en el trabajo deben ser tenidas en cuenta en cualquier ente, con el firme propósito de mantener controlado los niveles de riesgo laboral.

Para lograr optimizar los procesos y la productividad de las empresas. por todo lo anterior es necesario implementar, mantener, y mejorar continuamente un sistema de gestión en seguridad y salud en el trabajo, que permita minimizar o eliminar riesgos en las empresas para sus empleados, controlando así, las posibles causas de accidentalidad o enfermedad profesional.

El objetivo principal de este proyecto, es la realización de un estudio de factibilidad, para la creación de una empresa en servicios de asesoría en gestión de la seguridad y salud en el trabajo, dirigido a las empresas pequeñas del sector industrial de Pereira. Este proceso de creación de empresa comenzó con un anteproyecto en donde se organizaron las ideas y se analizó si era conveniente su puesta en marcha.

También se llevó a cabo un método de evaluación de proyectos el cual comenzó con un estudio de mercados, se pasa posteriormente a un estudio legal y estratégico y por último se cierra con un estudio financiero y de costos, lo cual arrojó como resultado la viabilidad del montaje de una empresa de asesorías en sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo para empresas pequeñas en el sector industrial de la ciudad de Pereira.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Asesoría Jurídica

La Asesoría Legal se encarga de brindar la información jurídica a quien necesite de ello para la resolución de asuntos que tienen que ver con la aplicación de las leyes, normativas y reglamentos en cualquier materia del derecho (Victores, 2011).

Consultorio Jurídico

prestan a la comunidad un servicio social que contribuye a la solución de los conflictos de carácter personal, mediante la asesoría y el acompañamiento en derecho de aquellas personas que, por carecer de medios económicos, no están en condiciones de demandar en juicio o de lograr por medio de la conciliación el restablecimiento de sus derechos (Herrera, 2000).

Empresa

Entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio" (Thompson, 2006).

Factibilidad

Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto". El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso (Varela, 2010).

Leyes

Las relaciones existentes entre los elementos que intervienen en un fenómeno, En el ámbito del derecho, la ley es un precepto dictado por una autoridad competente (Porta, 2009).

2.3. MARCO TEMPORAL

La investigación se realiza en el período correspondiente al primer y segundo semestre del año 2018, El tiempo de duración de esta investigación será desde agosto del 2018, hasta noviembre del presente año. Este tiempo se considera pertinente la realización de las actividades investigativas y la obtención de resultados significativos.

2.4. MARCO ESPACIAL

Esta investigación se realizará en el departamento de córdoba, principalmente en el barrio Centro, con Kra 5# 35-37.

2.5. MARCO LEGAL

La prestación de servicios de consultoría no requiere de permisos especiales, o que los mismos deban ser prestados a través de modelos jurídicos específicos. Pueden ser prestados en forma personal o a través de una sociedad. Como precisamente de lo que se trata es de evaluar la alternativa “migrar” de un modelo personal a un modelo empresarial que requiere de la contratación de otras personas (consultores), se requiere necesariamente de la constitución de una sociedad.

Una sociedad para que exista a la luz de la legislación colombiana requiere de su formalización a través de la elaboración de los estatutos sociales que pueden ser protocolizados mediante escritura pública o por documento privado.

A continuación se presenta un análisis de los modelos societarios más conocidos existentes en la legislación colombiana y sus ventajas y desventajas. Para ello se tienen en cuenta los siguientes parámetros y para cada parámetro se establecen las posibles calificaciones. Al final, se presenta una tabla que resume las calificaciones otorgadas por cada parámetro y para cada tipo societario: - Responsabilidades de los socios o accionistas. Corresponde al posible nivel de responsabilidad que pueden asumir los socios o accionistas por obligaciones de la sociedad. Se establecen tres categorías:

Tributaria

Laboral

General.

Las calificaciones posibles para cada una de las categorías son:

Alta responsabilidad, que se califica con 3.

Media responsabilidad, que se califica con 2.

Baja responsabilidad, que se califica con 1. - Facilidad de manejo societario. Categorías:

Constitución:

♣ Documento privado, que se califica con 1.

♣ Escritura pública, que se califica con 2.

Transmisibilidad de las acciones, lo cual es necesario, dado el caso que se presenta, la sociedad debe permitir fácilmente el ingreso de los consultores como accionistas.

Pago del capital, porque tanto para la constitución como para el pago de las nuevas acciones que se emitan es mejor tener un plazo prudencial. Para estas dos últimas categorías las calificaciones posibles son:

Alta, que se califica con 1

Media, que se califica con 2.

Baja, que se califica con 3

El siguientes es el análisis cualitativo que se hace de los distintos modelos societarios:

Cuadro 1. Análisis cualitativo diferentes tipos societarios

Tipo societario	Marco Legal	RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS			FACILIDAD DE MANEJO SOCIETARIO		
		Tributaria	Laboral	General	Constitución	Transmisibilidad de Acciones	Pago del Capital
Anónima	Código de comercio	Media	Medi	Media	Escritura Publica	Alta	Alta
SAS	Ley 1258 del 2008	Baja	Baja	Baja	Document o privado	Alta	Alta
Comandit a por acciones	Código de comercio	Media	Media	Media	Escritura Publica	Media	Media
limitada	Código de comercio	Alta	Media	Media	Escritura Publica	Baja	Baja
Comandit a simple	Código de comercio	Alta	Media	Media	Escritura Publica	Baja	Baja
Sociedad pluripersonal	Ley 1014 del 2016	Media	Media	Media	Document o privado	Media	Media
Empresa unipersonal	Ley 222del 1925	Alta	Media	Media	Document o privado	Baja	Baja

Fuente. Elaboración propia

Por otra parte, El modelo societario a seleccionar, por consiguiente, es aquel que tenga un resultado final menor que los demás modelos societarios. Del análisis anterior es evidente que el más adecuado es el de las denominadas “Sociedades por Acciones Simplificadas”, que se encuentran reguladas por la Ley 1258 de 2008, pues tiene sólo 6 puntos.

2.6. SISTEMA DE VARIABLES

Nava (2000) Indica que las variables vienen a representar, a nivel operacional, la parte observable del fenómeno en estudio; ellas constituyen las condiciones, cualidades, modalidades, características y otros aspectos del objeto investigado, elevados al plano conceptual.

Sampieri (2008) menciona que una variable es una propiedad que puede variar (adquirir diversos valores) y cuya variación es susceptible de medirse. Ejemplos de variables son el sexo, la motivación intrínseca hacia el trabajo, el atractivo físico, el aprendizaje de conceptos, el conocimiento de historia de la Revolución Mexicana, la religión, la agresividad verbal, la personalidad autoritaria y la exposición a una campaña de propaganda política.

Es decir, la variable se aplica a un grupo de personas u objetos, los cuales pueden adquirir diversos valores respecto a la variable; por ejemplo, la inteligencia: las personas pueden clasificarse de acuerdo con su inteligencia, no todas las personas poseen el mismo nivel de inteligencia, varían en ello. La ideología de la prensa: no todos los periódicos manifiestan a través de su contenido la misma ideología.

Las variables adquieren valor para la investigación científica cuando pueden ser relacionadas con otras (formar parte de una hipótesis o una teoría). En este caso se les suele denominar “constructos o construcciones hipotéticas”.

3. MARCO METODOLOGICO

La metodología de un trabajo de investigación es un elemento clave para el logro efectivo de la misma, debido a que se establecen los procedimientos y herramientas necesarias para el cumplimiento del objetivo planteado, para el presente trabajo sería, realizar un estudio para la creación de una empresa consultora en licitaciones para proyectos de infraestructura, dirigida a las Pymes del sector constructor ubicadas en el Municipio de Montería que quieran acceder a contratar con el Estado.

En este sentido, se definen las estrategias metodológicas, la naturaleza de la investigación, la población, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como las técnicas y procedimiento para el análisis de datos.

Esta investigación está orientada bajo el enfoque cuantitativo y se apoya en una investigación de tipo descriptivo, al respecto, la metodología cuantitativa de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

La metodología cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

Por otra parte, Rodríguez Peñuelas (2010, p.32), señala que el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo. Este método utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente, además regularmente la presentación de resultados de estudios cuantitativos viene sustentada con tablas estadísticas, gráficas y un análisis numérico.

3.1. TIPO DE ESTUDIO

La investigación estuvo enmarcada en un enfoque cuantitativo, con un estudio descriptivo, teniendo en cuenta que es necesario para poder analizar los resultados de las encuestas que se aplicaron al personal.

De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolló un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de las hipótesis.

La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, este estudio mide, o evalúa diferentes aspectos, tamaños o elementos del fenómeno a investigar, aquí se elige una serie de conceptos de variables y se mide cada uno de ellos de manera independiente para así poder describir lo que se está investigando. El principal objetivo de este estudio es medir con la mayor precisión posible. (Hernández, Fernández y Batista, 2003, p.119).

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACION

El proyecto de investigación tendrá un diseño de campo, (encuesta o cuestionario), con apoyo documental, se realizará, interpretará y analizará en un tiempo determinado, logrando de esta manera estudiar los beneficios que traerá para la empresa, la forma de cómo serán administrados.

Encuesta:

Se elaboró un cuestionario que permitirá conocer en forma cuantitativa las necesidades de los clientes sobre el servicio de las empresas de consultoría jurídica sobre un porcentaje del 10%.

En cuanto a la investigación de campo, (G, 1999) señala que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios) sin manipular o controlar variable alguna, este mismo autor define la investigación documental como un proceso basado en la búsqueda, recuperación y análisis crítica e interpretación de datos secundarios, es decir los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales; impresas, audiovisuales o eléctricas.

3.3. POBLACIÓN

Según Arias (2006) define población o población objetivo a: “Un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas conclusiones de la investigación. Esta queda determinada por el problema y por los objetivos del estudio”.

Para la presente investigación, la población objeto de estudio son 80 habitantes del centro de la ciudad de Montería- Córdoba.

3.4. MUESTRA

La muestra según Hernández, Fernández y Baptista (2003) puede definirse como: “Una unidad de análisis o un grupo de personas, contexto, eventos, sucesos, comunidades entre otros, sobre la cual se habrán de recolectar datos”.

Por tal motivo, para efectos de esta investigación la muestra son 66 personas del centro de la ciudad de Montería Córdoba.

Para el cálculo del tamaño de la muestra, se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z^2) \times (N) \times (P) \times (Q)}{(e^2) \times (N - 1) + (Z^2) \times (P) \times (Q)}$$

Dónde:

Población o universo (N): Todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

Coefficiente de confianza (Z): Basado en la inferencia estadística, el nivel de confianza de una medida de la calidad de la estimación realizada a partir de estadísticos muestrales mediante la cual se aprueba una cierta hipótesis planteada como correcta. Este coeficiente generalmente es del 95%.

Cálculo de Z:

$$Z = \frac{\text{Coeficiente.de.confianza}}{2}$$

$$\rightarrow Z = \frac{95\%}{2}$$

$$\rightarrow Z = 47.5\% \rightarrow \frac{47.5\%}{100\%} = 0,475$$

En las tablas de la curva normal encontramos que el valor de la variable que deja por debajo una probabilidad de 0,475 es $Z = 1.96$

Cuadro 2. Nivel de confianza

Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	97,5%	99%
Valor de Z	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2,24	2,58

Fuente: Diseño del autor

Margen de error (e): Probabilidad de rechazar una cierta hipótesis siendo que esta era correcta. Este margen generalmente es del 5%.

Porcentaje de favorabilidad (P): Proporción de personas que poseen en la población la característica de estudio. La opción más segura es $P = 50\% = 0,5$.

Porcentaje de des favorabilidad (Q): Proporción de personas que no poseen esa característica, es decir: $Q = 1 - P \rightarrow Q = 1 - 0,5 = 0,5$. (Canabal, 2015)

Aplicando la anterior fórmula, tenemos que:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (80) \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (80 - 1) + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)} \rightarrow$$

$$n = \frac{(3,8416) \times (80) \times (0,25)}{(0,0025) \times (79) + (3,8416) \times (0,25)} \text{ Luego } \rightarrow$$

$$n = \frac{76,832}{(0,1975) + (0,9604)} \rightarrow n = \frac{76,832}{1,1579} \rightarrow$$

$n = 66$ Personas

4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En la investigación se utilizará la técnica de encuesta o cuestionario; esta técnica consiste en recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra, por ejemplo: datos generales, opiniones, sugerencias o respuestas que se proporcionen a preguntas formuladas sobre los diversos indicadores que se pretenden explorar a través de este medio.

La información recogida podrá emplearse para un análisis cuantitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud de los problemas que se suponen o se conocen en forma parcial o imprecisa.

Los instrumentos que pueden emplearse para levantar una encuesta son el cuestionario o la cédula de entrevista. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2005, p. 62)

4.1. MODELO DE ENCUESTA APLICADA

Objetivo: Recopilar la información pertinente que permita el desarrollo de la investigación titulada: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORIAS Y ASESORIAS CAP S.A.S EN LA CIUDAD DE MONTERIA-CORDOBA.

Por favor, seleccione su respuesta con una X

1. ¿Cuál es su ocupación actual?

a. Trabajador independiente _____

b. Desempleado _____

c. Empresarios _____

d. Estudiante _____

e. Otro ¿Cuál? _____

2. ¿A quién suele acudir cuando necesita algún tipo de asesoría y consultoría?

a. Docente _____

b. Centros específicos _____

c. Cámara de Comercio _____

d. SENA _____

e. Otro, ¿cuál? _____

3. ¿Ha tenido la necesidad de buscar información en materia empresarial, o de emprendimiento?

Sí _____ No _____

¿Por qué? _____

4. ¿Cómo califica la atención proporcionada por este tipo de centros?

a. Excelente _____

b. Buena _____

c. Regular _____

d. Mala _____

e. Otra _____

5. ¿La asesoría solicitada se ofreció de forma:

a. Gratuita _____

b. Con costos adicionales _____

6. ¿En caso de crearse una empresa de asesoría y consultoría, usted acudiría allí?

Sí _____ No _____

¿Por qué? _____

7. ¿Qué aspectos tendría en cuenta?

a. Ubicación _____

b. Costo de los servicios _____

c. Disponibilidad de tiempo _____

d. Número de asesorías _____

e. Otra, ¿cuál? _____

5. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Se realizó la validez por el método de contenido a través del juicio de expertos teóricos. Desde de la perspectiva de Hernández, Fernández y Baptista (2010), se refiere al grado en que aparentemente un instrumento de medición mide la variable en cuestión, de acuerdo con “voces calificadas”.

En este orden de ideas; el juicio estuvo a cargo de cinco (5) versados de diversas Universidades, tales como:

Milton Manuel Quintana Sosa, cc 9.955.824 de Cartagena, profesión Biólogo de la Universidad libre de Bogotá, Especialista en Citogenética de la Universidad de la Plata en Argentina y en Genética del Cáncer del Instituto de investigación Oncológica de Madrid España, Magister en Genética y biología molecular de la Universidad federal del rio Grande Do Sul, Brasil, actualmente es Director de la Unidad de Investigación, desarrollo e innovación en Genética y biología molecular de la Universidad Simón Bolívar de Barranquilla.

Álvaro Augusto Luna Villalba, cc 6.889.118 de Montería, profesión Administrador de Empresas, especialista en Administración Financiera, magister en MBA de la Brodward International University, se desempeña actualmente como catedrático de la Corporación Unificada Nacional CUN.

Hugo Samuel Aduén Muskus, cc 78.703.98, profesión Licenciado en Matemáticas y física de la Universidad de Córdoba, Asociado Doctor en Ciencias Matemáticas Universidad Nacional de Colombia- Medellín, Magister y Doctor en Ciencias matemáticas de la Universidad Nacional de Medellín, Ocupación Docente en la universidad de Córdoba en el departamento de matemáticas y estadísticas.

Zuleima Ballestas, Cedula 42.657.349, profesión Contadora Pública egresada de Fundación Universitaria San Martin, especialista en finanzas del Internacional Business School, Master en dirección y Administración de empresas, actualmente se desempeña como Docente en la Corporación Universitaria Americana, Montería.

Jader Alean Fernández, cc 6.883.828 de Montería, Abogado egresado de la Universidad Cooperativa de Colombia, Montería, Especialista en Derecho Administrativo de la Universidad del

Sinú, Montería, Magister en Proyectos de desarrollo Social de la Universidad del Norte, Barranquilla, actualmente es Abogado litigante y catedrático en derecho administrativo en la Corporación Universitaria Remington).

6. ESTUDIO DE MERCADO

6.1. Problema

Debido a la acumulación del conocimiento y los avances ocurridos en los últimos años, es de gran importancia considerar este tipo de estudio de mercado, para el crecimiento de la empresa el cual es de vital interés su proyección a corto, mediano y largo plazo.

Siguiendo este mismo orden de ideas, una evaluación socioeconómica trata de analizar la relación entre el consumo de recursos (costos) y las consecuencias (resultados) producidos por cada una de las tecnologías alternativas con vistas a su comparación, por lo cual sería factible encontrar un mercado que requiera de los servicios en asesorías y consultorías en el departamento de Córdoba, con calidad humanística y profesional.

6.2. Objetivo General

Establecer mediante el estudio de mercado las expectativas, requerimientos, necesidades y condiciones que se generan a partir de las asesorías y consultorías, en el municipio de Montería.

6.3. Objetivos Específicos

- ❖ Identificar los usuarios o clientes para la prestación del servicio de consultorías y asesorías en la ciudad e Montería.
- ❖ Identificar el tipo de competencia.
- ❖ Conocer la percepción de los usuarios o clientes sobre las pautas en marcha del servicio de consultoría.

7. ANÁLISIS DE RESULTADOS

7.1. Procesamiento de los datos

El procesamiento de datos incluye las funciones de edición y codificación. La edición comprende la revisión de los formatos de datos en cuanto a la legibilidad, consistencia y totalidad de los datos. La codificación implica el establecimiento de categorías para las respuestas o grupos de respuestas (Kinnear y Taylor, 1993).

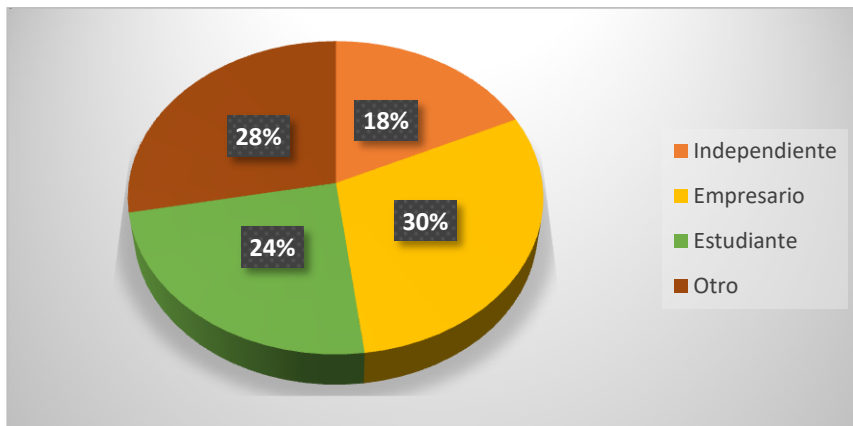
Una vez que se ha realizado la recopilación y registro de datos, estos deben someterse a un proceso de análisis o examen crítico que permita precisar las causas que llevaron a tomar la decisión de emprender el estudio y ponderar las posibles alternativas de acción para su efectiva atención.

Tabla 1. Ocupación actual

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trabajador independiente	12	18%
Empresario	20	30%
Estudiante	16	24%
Otro (empleado)	18	28%
TOTAL	66	100%

Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

Gráfico 1. Ocupación actual



Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

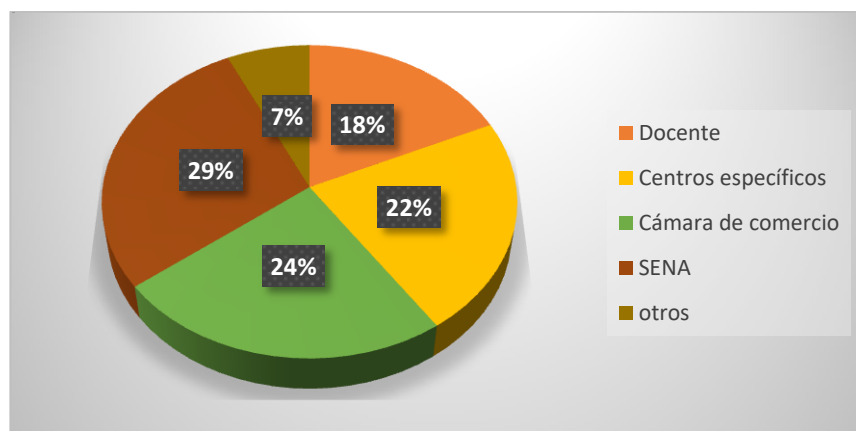
El 28% de la población encuestada de la ciudad de Montería, en la actualidad es empleado. El 18% de las personas evaluadas, sostiene que es trabajador independiente; el 30% de ellos son empresarios en la ciudad; el 24% son estudiantes en diversos programas ofrecidos a nivel local, bien sea en una carrera profesional como técnica

Tabla 2. A quién acude cuando necesita asesoría

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Docente	12	18%
Centros específicos	15	22%
Cámara de comercio	16	24%
SENA	18	28%
OTROS	5	7%
TOTAL	66	100%

Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

Gráfico 2. A quién acude cuando necesita asesoría



Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

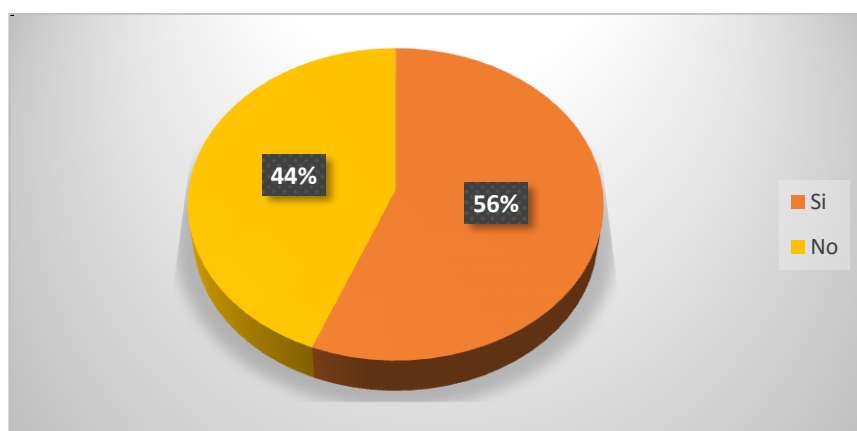
Al indagarles sobre la persona /entidad a quien acude cuando necesita algún tipo de asesoría, el 22% de la población encuestada, sostiene que normalmente recurre a centros específicos privados; el 18% se apoya en el conocimiento de sus docentes; el 24% de la población por el mismo hecho de ser empresarios o trabajadores independientes, acuden a la Cámara de Comercio dado que es un servicio que proporcionan por estar afiliados; el 29% se apoyan en el SENA por su reconocimiento y trayectoria en diversas temáticas; el 7% busca información en otros profesionales.

Tabla 3. Necesidad de asesoría y consultoría

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	37	56%
No	29	44%
TOTAL	66	100%

Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

Gráfico 3. Necesidad de asesoría y consultoría



Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

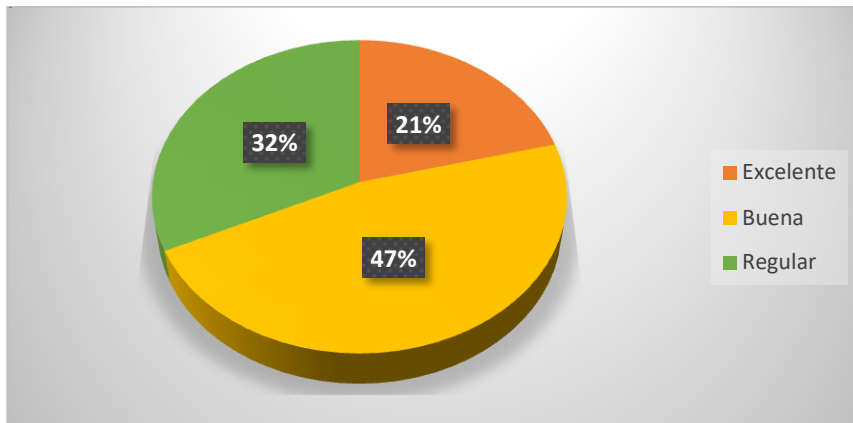
A su vez, se les pregunta sobre si han tenido la necesidad de buscar información en materia empresarial o de emprendimiento para el desarrollo de una idea de negocio, encontrando que el 56% de esta población, ha tenido que acudir a diferentes organismos y entidades, para tratar temas diversos; el 44% de ellos, asegura que usualmente no acude a este tipo de entidades o personas.

Tabla 4. Calidad de la atención proporcionada

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	14	21%
Buena	31	47%
Regular	21	32%
TOTAL	66	100%

Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

Gráfico 4. Calidad de la atención proporcionada



Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

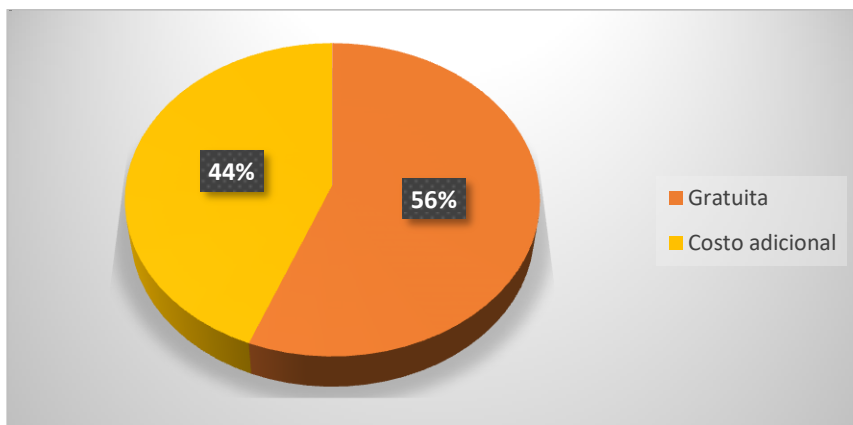
En lo que respecta a la calidad de la atención proporcionada por este tipo de centros, el 47% de la población encuestada, cree que la calidad es buena; el 32% sostiene que los datos suministrados son regulares; el 21% califica como excelente el servicio prestado.

Tabla 5. Forma en que se ofreció la asesoría

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Gratuita	37	56%
Con costo adicional	29	44%
TOTAL	66	100%

Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

Gráfico 5. Forma en que se ofreció la asesoría



Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

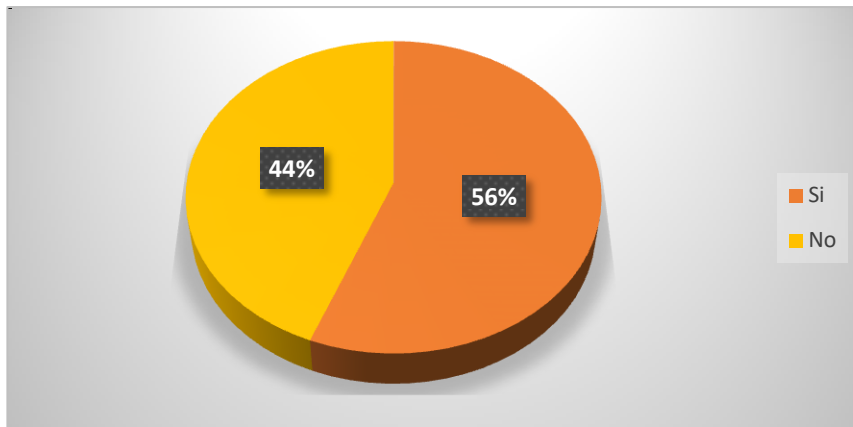
De acuerdo al 44% de las personas encuestadas, la asesoría solicitada se ofreció con un costo adicional; el 56% ha logrado obtener información y acompañamiento de manera gratuita.

Tabla 6. Disponibilidad para adquirir los servicios de asesorías y consultorías

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	37	56%
No	29	44%
TOTAL	66	100%

Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

Gráfico 6. Disponibilidad para adquirir los servicios de asesorías y consultorías



Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

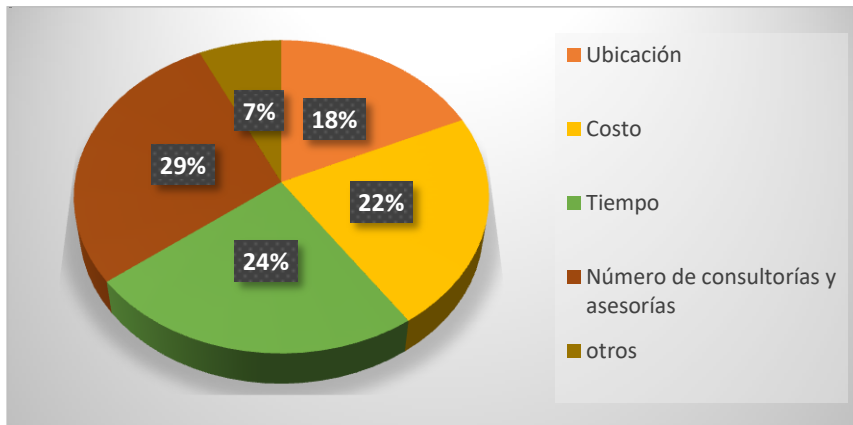
Del total de personas encuestadas, el 56% se muestra dispuesta a acudir a la empresa de asesorías en materia contable, tributaria y financiera. El 44% de estas personas no acudiría a requerir estos servicios de asesoría.

Tabla 7. Aspectos a tener en cuenta para solicitar asesorías

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ubicación	12	18%
Costo de los servicios	15	22%
Disponibilidad de tiempo	16	24%
Número de asesorías y consultorías	18	28%
otro	5	7%
TOTAL	66	100%

Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

Gráfico 7. Aspectos a tener en cuenta para solicitar asesorías



Fuente: encuesta dirigida a la población de la ciudad de Montería, 2018

Del total de personas que se muestran interesadas en la propuesta, el 24% tendría en cuenta la disponibilidad de tiempo para recibir tales asesorías y consultorías; el 18% se fijaría en la ubicación; el 22% observaría los costos de los servicios; el 7% contemplaría además de todos los aspectos enunciados, la calidad; el 29% evaluaría el número de asesorías ofrecidas en el paquete.

8. ANÁLISIS DEL MERCADO

8.1. Barreras de entrada al sector.

Como barreras de entrada al sector, podría decirse que lo próximo es la aceptación posible que pueda llegar a tener la idea de negocios entre la población Monteriana, toda vez que no existe una plena concientización sobre la importancia de adoptar plataformas e ideas que les permita formular planes concretos dirigidos a la inversión e información en los temas asesorías y consultorías, evaluando las posibilidades, alternativas, expectativas y dificultades en su puesta en marcha.

A su vez, hay que tener en cuenta que los ciudadanos de la ciudad de Montería, en muchas de las ocasiones no están dispuestos a invertir en proyectos y mejoras al considerar que los clientes para los cuales dirigen sus productos o servicios, no resultan ser tan exigentes como pareciera, lo que para ellos sería inoficioso e inoportuno, más aun cuando se comprometerían recursos y tiempo que tal vez no pueden recuperarse en tiempo próximos.

La idiosincrasia en este caso, juega un papel importante en la decisión de darle viabilidad a la idea de crear un centro de asesoría y consultorías, pues el porcentaje de aceptación aunque se evidencia alto de acuerdo al análisis elaborado, no refleja la realidad y pensamiento de muchos de los ciudadanos con respecto a ideas de esta categoría.

De igual forma, es necesaria la búsqueda y evaluación de la infraestructura y ubicación que requiere la propuesta, deteniéndose en aspectos de orden legal, si le es aplicable, financiero, funcional y de seguridad que son lo más importante a la hora de tomar la decisión.

8.2. Políticas y formas de comercialización que se dan en el sector.

Es de tener en cuenta que en la actualidad, las políticas relacionadas con el tema que ocupa la siguiente investigación, apuntan hacia la búsqueda de asesoría, consultorías e información expresamente proveniente de las cámaras de comercio, entidades como el SENA y los mismos profesionales que se vinculan a cada organización, dada la desconfianza y baja utilización que muchos de ellos hacen con respecto a temas de orden financiero.

A nivel local, subsisten desde luego empresas o proyectos de una gran infraestructura que han sido asesorados en otras regiones del departamento y del país, dada la desconfianza generada en los profesionales y empresas que se hayan podido establecer en la ciudad, al considerarlos quizá

desactualizados en materia jurídica y de procedimientos, lo que podría generarles sanciones por incumplimiento y falta de organización de muchas de sus áreas de consultorías y asesorías.

En el marco del emprendimiento, se desarrollan ideas de negocios pero basadas en experiencias de otras localidades con empresarios foráneos que dan lecciones expresas sobre la manera de crear empresa, desarrollarse, expandirse y mantenerse en el mercado.

Enseñanzas y explicaciones que forman de cierta manera a los empresarios locales, permitiéndoles una mejor gestión y dominio sobre sus propios negocios, proyectándolos hacia el mejoramiento continuo y la inversión bajo riesgo.

8.3. Mercado nacional.

Para analizar el mercado nacional se tuvo en cuenta el artículo de periódico Portafolio en donde se realiza un análisis del impacto que ha tenido el servicio de asesorías y consultorías en el país y su énfasis en la tercerización del servicio. Al respecto plantea lo siguiente:

En Colombia, como en la mayoría de los países de la región, la consultorías y asesorías es asociada usualmente a tercerizaciones y asesorías operativas; desde esta perspectiva, históricamente, el aporte de este sector productivo al desarrollo nacional ha sido subestimado.

Cabe destacar, que se considera el hecho de que el gobierno procede con un enfoque cortoplacista, tiene un énfasis eminentemente operativo, y que no tiene la capacidad para focalizar sus recursos humanos y técnicos en procesos de investigación y evolución sostenidos; se puede concluir que sin consultoría no sería posible el mejoramiento del aparato gubernamental.

En la oferta de consultorías y asesorías colombiana predominan las micro y pequeñas empresas; se trata de un escenario liderado por The Big 4 en el marco de una participación de mercado que no supera el 30 por ciento; el 70 por ciento restante está distribuido en un número de firmas, centros de investigación e independientes cuyo número se estima entre 10.000 y 15.000.

En esencia, se trata de un mercado altamente atomizado, dominado por la consultoría jurídica, en el que, salvo contadas excepciones, la internacionalización y el crecimiento empresarial son prácticas poco comunes.

8.4. Aspectos destacables del sector.

Como aspectos destacables del sector, se habla de las grandes posibilidades generadas desde las mismas TICs al considerarlas de fácil acceso y además porque mantienen un alto grado de actualización tan necesario en la formulación y desarrollo de ideas de negocios, que también destacan sus bondades y dificultades, permitiéndole al posible empresario tomar la decisión o abstenerse de hacerlo por las implicaciones planteadas.

Se valora ampliamente la existencia en la ciudad de Montería, de diferentes centros de formación universitaria que dan cátedra sobre el tema del emprendimiento, lo que facilita a muchos empresarios la labor de crear empresas, aunque se hace claridad que en la mayoría de los casos, los más beneficiados son los estudiantes y profesionales, ya que esa misma cercanía, les permite una mayor asesoría y consultorías proveniente de los docentes y demás personal que hace parte de la universidad y amplia el nivel de información en cada uno de los temas de interés.

8.5. Mercado objetivo.

El mercado objetivo al cual se dirige el proyecto, está conformado por las personas reales y potenciales de la ciudad de Montería, en este caso los ciudadanos reales serían los 36.476 personas 28 que tienen más de 20 años y los potenciales los que se muestran interesados en hacer uso de los servicios a proporcionar por parte del centro de asesoría y consultorías, como mecanismo para crear y gestionar de manera responsable su propia organización.

Aunque no se dejan de lado a empresarios ya establecidos en la zona, que buscan el fortalecimiento y actualización en temas diversos, llevándolos a expandirse y crecer a nivel regional, nacional e internacional.

Pues hay que tener presente que el mercado actual, ha dispuesto cambios significativos en la manera de hacer empresa y el hecho que muchos de estos empresarios no conozcan y tomen medidas específicas, podría conducirlos al relegamiento del entorno y posterior declive de sus negocios, o por lo menos la pérdida de la competitividad en el mercado.

8.6. Estrategia de posicionamiento.

El desarrollo de la propuesta en los términos y condiciones, se plantea la necesidad de elaborar estudios permanentes a fin de determinar con mayor exactitud las necesidades de la población que

se encuentra entre el rango de 20 a 65 años de edad que podría estar interesada en los temas y servicios, asesorías y consultorías ofrecidos por el centro de asesoría.

Ya que mediante la creación de esta empresa de asesorías y consultorías se desea brindar una oferta integral de servicios profesionales que permita satisfacer las necesidades de los usuarios que allí acudan, brindar un acompañamiento permanente y la correcta orientación de la empresa o negocio que así lo solicite, de esta manera darle confianza al cliente y credibilidad a la empresa de asesorías y consultorías.

8.7. Estrategia de posicionamiento.

El desarrollo de la propuesta en los términos y condiciones, se plantea la necesidad de elaborar estudios permanentes a fin de determinar con mayor exactitud las necesidades de la población que se encuentra entre el rango de 20 a 65 años de edad²⁹ que podría estar interesada en los temas y servicios ofrecidos por el centro de asesoría contable, tributaria y financiera.

8.8. Competencia.

En cuanto a la competencia que podría llegar a tener la empresa de asesoría y consultorías, se hace mención de manera directa a entidades y organizaciones del sector público que en la actualidad ofrecerá servicios de forma gratuita en temas relacionados con lo la parte de asesorías y consultorías , se debe mencionar necesariamente a la Cámara de Comercio, el SENA (vigilado por el ministerio de protección social, Dec 249 de 28 de enero de 2004) y las facultades de las diferentes universidades asentadas en la ciudad de Montería , pues de alguna forma cuentan con las bases y el conocimiento suficiente para realizar una acompañamiento pleno a las actividades y planes de muchas empresas.

No solo se puede hacer un análisis de las empresas registradas en cámara de comercio, ya que en el municipio existen algunos negocios que prestan estos servicios de asesoría de manera informal; en cámara de comercio se registran con una actividad diferente a la actividad económica que en realidad desarrollan.

8.9. Imagen de la competencia ante los clientes.

Aunque subsisten algunas organizaciones dedicadas a la labor de asesoría y consultorías, como lo son profesionales independientes que tienen las empresas de asesorías y consultorías, algunos

formal y otros de manera informal alternando varias actividades, generando en ocasiones algún tipo de ventaja ya que si la asesoría se presta de manera informal los costos pueden disminuir notoriamente.

8.9.1. Segmento al cual está dirigida la competencia.

En la actualidad, la competencia dirige todos sus esfuerzos a satisfacer las necesidades de información de personas de todos los estratos sociales, pero en especial de aquellos que cuentan con algún tipo de conocimiento en materia empresarial. Un mercado que viene tendiendo desde hace muchos años y que les ha permitido a muchos empresarios la materialización de ideas de negocios rentables y exitosos.

8.9.2. Segmentación el mercado.

La segmentación del mercado está conformada por los 36.473 habitantes que superan los 20 años de edad en el municipio de Montería, se tomó como base 66 personas de un total de 80 que fueron determinadas como muestra, que en la actualidad y según datos obtenidos, se muestran interesados en hacer parte de la propuesta para la creación un centro de asesorías y consultorías y de inversión, con un portafolio de servicios que se pacta según las necesidades del usuario pero que en esencia busca mejorar muchos de los aspectos en lo que quizá se mantiene una debilidad y desventaja frente a la competencia.

8.9.3. Plan de mercadeo.

El plan de mercadeo establece el conjunto de actividades a manera de estrategia que deben tenerse en cuenta en cuanto a publicidad, promoción, precio y punto de venta, buscando que el negocio se posicione y expanda de acuerdo a las expectativas planteadas.

8.9.4. Canales de prestación del servicio.

Dentro de los canales de atención y prestación de los servicios de asesoría contable, tributaria y financiera, se toman en cuenta los siguientes: Gerencia general → Empresarios potenciales y reales
Gerencia general → Asesores → Empresarios potenciales y reales

8.9.5. Tamaño del mercado.

El tamaño del mercado está determinado por los 36.473 habitantes que superan los 20 años de edad en el municipio de Montería á, dentro de los cuales va dirigido pequeñas y medianas empresas y personas que soliciten el servicio que se va a prestar asesoría y consultorías.

8.10. DEMANDA

La demanda la comprende el número de empresarios o usuarios reales y potenciales que se muestran interesados en la propuesta de asesoría contable, tributaria y financiera, con un valor acordado. Así, se toma en cuenta los 36.473 habitantes que superan los 20 años de edad en el municipio de Monetaria.

8.11. OFERTA

La oferta por el contrario, se refiere específicamente a los servicios que se estaría dispuesto a ofrecer por parte del centro de asesoría, dentro de los cuales se mencionan: — Asesoría en aspectos contables, tributarios y financieros.

- Acompañamiento en el desarrollo de las actividades.
- Capacitación y formación a los empresarios
- Seguimiento y retroalimentación de los procesos.

8.12. PRECIO

Para la estimación de precios por servicios se trata de encontrar un precio que sea cómodo para las empresas y personas que soliciten el servicio, para esto se analizaron los precios fijados de las empresas que brindan estos servicios de asesoría en temas asesorías y consultorías y de inversión, se establecieron precios similares que permitirán obtener los ingresos necesarios para el mantenimiento de la empresa de asesorías y consultorías , según los costos, mientras esta se posiciona y adquiere fuerza en el mercado. Para el primer año de funcionamiento se estableció un precio de aproximadamente \$40,000 por hora de asesoría y consultorías.

8.13. Estrategias precio

- Fijar precios similares a los de la competencia por servicios equivalentes.
- Definir incrementos de precio de acuerdo a los niveles de inflación.
- Pactar los precios con los empresarios reales o potenciales y según sus necesidades de asesoría y consultorías.

8.14. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

8.14.1. Logotipo

Ilustración 1. Diseño del logo



Fuente: elaboración propia

8.14.2. Estrategias publicitarias

- Definir una estrategia promocional y publicitaria que destaque ampliamente las bondades del portafolio de servicios.
- Consolidar un portafolio de servicios de conformidad con las necesidades de cada organización.
- Hacer de la creatividad y la innovación, las bases de crecimiento y desarrollo de la empresa de asesorías y consultorías.
- Destinar recursos de inversión en materia publicitaria y promocional.
- Establecer una plataforma estratégica que sea fácilmente identificada y socializada con ayuda de la publicidad.
- Llevar a cabo actividades de investigación de mercados como estrategia de conocimiento y profundización de la problemática de la empresa

– Emplear los medios de comunicación y virtuales como mecanismos de difusión del portafolio de servicios.

9. ESTUDIO TECNICO

9.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

9.1.1. Macrolocalización.

La macrolocalización del estudio, corresponde a ese conjunto de condiciones tenidas en cuenta para definir la ubicación posible que podría llegar a tener la empresa de asesorías y consultorías, atendiendo razones de seguridad, transporte, facilidades para el empresario en cuanto a identificación del punto de atención, entre otras muchas que se deben manejar con cierto cuidado a fin de lograr la aceptación en el mercado.

9.1.2. Microlocalización.

La microlocalización entre tanto, relaciona aspectos mucho más específicos donde la zona espacial de la ciudad de Montería en este caso, juega un papel determinante, pues el posible empresario debe estar sujeto a estas exigencias a fin de lograr su posicionamiento, expansión y éxito con el negocio.

En este sentido, se toman en cuenta aspectos tales como la mano de obra especializada, la facilidad de transporte, el nivel de seguridad del área, costo de los servicios, facilidad de acceso e infraestructura de la zona.

Ilustración 2. Ubicación en planta



Fuente: elaboración propia

10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

10.1. ANÁLISIS FODA

“El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, oportunidades, Debilidades y Amenazas.

De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por lo que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

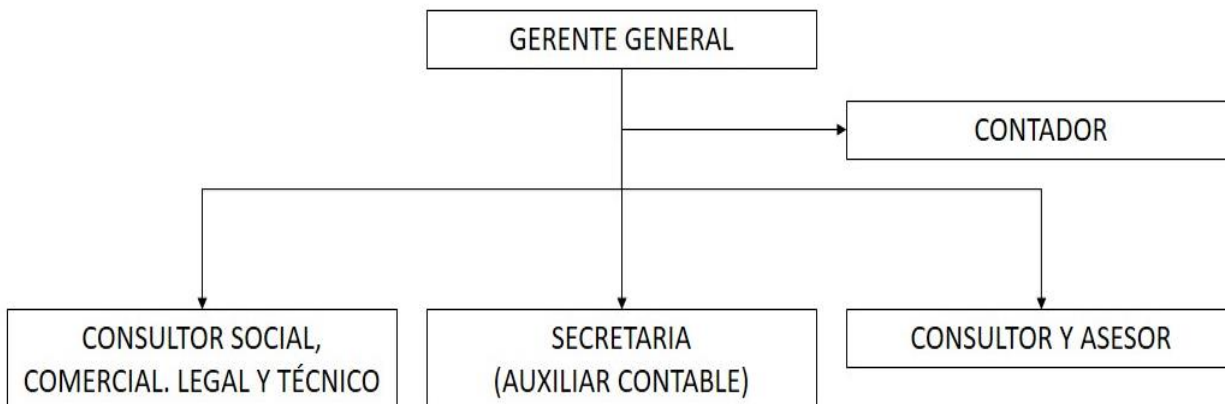
Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

10.2. Organigrama

Ilustración 3. Organigrama



Cuadro 3. Asignación salarial

Cargo	Sueldo básico	Auxilio de transporte	Prestaciones sociales 21,83%	Seguridad social 21,02%	Deducciones salud y pensión 8%	Total costos mensual	Total costos anual
Secretaria (auxiliar contable)	737.717	83.140	175.726	155.083	59.017	1.092.649	13.111.784
Total	737.717	83.140	175.726	155.083	59.017	1.092.649	13.111.784

Fuente: elaboración propia

11. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero contempla el conjunto de presupuestos de ingresos, compras, costos y gastos que se incluyen en el estudio, lo que se convierte en una herramienta básica para la construcción de mecanismos de análisis y toma de decisiones.

Se tomará como referente para la proyección el incremento en las horas del servicio del 3% anual, para el valor de la asesoría se tomó el 2% por la competencia por ser un nuevo negocio se establece un incremento moderado y para los egresos el 4% según estimaciones para la proyección en el crecimiento económico.

A continuación se presenta el estudio financiero desarrollado para el proyecto, examinando el monto de la inversión que se va a requerir para la puesta en funcionamiento de la empresa, se presenta las proyecciones de ingresos, gastos, costos, estados de resultados, balances generales y análisis de los indicadores financieros que tendrá el proyecto.

11.1. INVERSIONES

11.1.1. Inversión fija

Son los bienes que posee la empresa para el desarrollo de su objeto social, ya sea para la producción y distribución de productos o prestación de servicios. Los cuales se adquieren por un tiempo considerable y sin la intención de vendidos.

11.1.2. Construcción y adecuación

Son los elementos necesarios para la adecuación e instalaciones donde se va a prestar el servicio.

Cuadro 4. Construcción y adecuación

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
5	Puntos de red estructurada, para instalación de computadores, instalación de eléctrica con polo a tierra y extensiones del conmutador telefónico	\$ 45.000	\$ 225.000
1	Pintada oficina	\$ 250.000	\$ 250.000
TOTAL			\$ 475.000

Fuente: elaboración propia

11.1.3. Equipo de oficina

Son los elementos que se necesitan para el funcionamiento en la parte administrativa de la empresa, estos se encuentran contemplados en el cuadro de maquinaria y equipo.

Cuadro 5. Equipo de oficina

CANT	DESCRIPCION	VALOR UNIT	TOTAL
1	Computador de escritorio	\$ 1.299.000	\$ 1.299.000
2	Computador portátiles	\$ 1.499.000	\$ 2.998.000
1	Planta telefónica marca panasonic instalada de 1 línea y 2 extensions teléfono Computador incluido.	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000
1	Impresora multifuncional konica	\$ 800.000	\$ 800.000
2	Teléfonos panasonic	\$ 30.000	\$ 60.000
3	Memoria USB 16 GIGAS	\$ 30.000	\$ 90.000
3	Grapadoras	\$ 7.000	\$ 21.000
3	Perforadoras	\$ 4.500	\$ 13.500
1	Cafeteria	\$ 100.000	\$ 100.000
3	Calculadoras	\$ 25.900	\$ 77.700
		TOTAL	\$ 6.559.200

Fuentes: las autoras, 2018

11.1.4. Muebles y enseres

Necesarios para el funcionamiento y prestación de servicio para las oficinas de la secretaria y asesores

Cuadro 6. Muebles y enseres

CANT	DESCRIPCION	VALOR UNIT	TOTAL
2	Escritorio	\$ 750.000	\$ 1.500.000
1	Escritorio recepción	\$ 300.000	\$ 300.000
3	Sillas ejecutivas	\$ 190.000	\$ 570.000
3	Archivadores medianos	\$ 329.000	\$ 987.000
1	Sofá	\$ 151.900	\$ 151.900
1	Biblioteca	\$ 146.900	\$ 146.900
1	Tablero acrílico 80x60	\$ 30.000	\$ 30.000
3	Cestas de basura	\$ 25.000	\$ 75.000
4	Sillas interlocutoras	\$ 77.000	\$ 308.000
		TOTAL	\$ 4.068.800

Fuente: las autoras, 2018

11.1.5. Herramientas

Las herramientas necesarias para la operación de las funciones del proyecto son:

CANT	DESCRIPCION	VALOR UNIT	TOTAL
1	Software contable	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
		TOTAL	\$ 5.000.000

Fuente: las autoras, 2018

Cuadro 7. Total inversión fija

DESCRIPCION	TOTAL
Maquinaria y equipo	\$ 6.559.200
Muebles y Enseres	\$ 4.068.800
Herramientas	\$ 5.000.000
TOTAL	\$15.628.000

Fuente: las autoras, 2018

11.1.6. Depreciación

Es el reconocimiento del desgaste y pérdida de valor de un activo fijo, por el uso de que hace sobre el bien

Cuadro 8. Depreciación

CONCEPTO	COSTO ACT	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de oficina	\$6.559.200	\$1.311.840	\$2.623.680	\$3.935.520	\$5.247.360	\$6.559.200
Muebles y enseres	\$4.068.800	\$406.880	\$813.760	\$1.220.640	\$1.627.520	\$2.034.400
TOTAL	\$10.628.000	\$1.718.720	\$3.437.440	\$5.156.160	\$6.874.880	\$8.593.600
Saldo depreciación acumulada		\$1.718.720	\$3.437.440	\$5.156.160	\$6.874.880	\$8.593.600

Fuente: las autoras, 2018

CUADRO X: Amortización de intangibles

Cuadro 9. Amortización de intangibles

CANT	ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO TOTAL	AMORTIZACION ANUAL
1	software contable	5	\$ 5.000.000	\$1.000.000
TOTAL			\$ 5.000.000	\$1.000.000

Fuente: las autoras, 2018

11.1.7. Gastos preoperativos

Cuadro 10. Gastos preoperativos

DESCRIPCION	TOTAL
Construcción y adecuación	\$ 475.000
Publicidad de lanzamiento	\$ 500.000
Gastos de constitución	\$ 350.000
TOTAL	\$ 1.325.000

Fuente: las autoras, 2018

11.1.8. Inversión de capital de trabajo

Cuadro 11. Insumos

CANT	DESCRIPCION	V/R MENSUAL	V/R ANUAL
10	Resmas de papel carta	\$85.000	\$ 1.020.000
	Elementos de papelería(esferos, borrador, sacapuntas, reglas, lápices)	\$40.000	\$ 480.000
	Tinta de impresión	\$100.000	\$ 1.200.000
	Internet 4000k	\$60.000	\$ 720.000
COSTO TOTAL		\$285.000	\$ 3.420.000

Fuente: las autoras, 2018

11.1.9. Mano de obra indirecta

Cuadro 12. Mano de obra indirecta

CARGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Secretaria (auxiliar contable)	\$ 1.092.649	\$ 13.111.784
TOTAL	\$ 1.092.649	\$ 13.111.784

Fuente: las autoras, 2018

Cuadro 13. Costos indirectos del servicio

CARGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo oficina	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Servicio de agua y aseo	\$ 50.000	\$ 600.000
Telefonía fija	\$ 45.000	\$ 540.000
Depreciación	\$ 143.227	\$ 1.718.720
Servicio de energía	\$ 70.000	\$ 840.000
TOTAL	\$ 1.308.227	\$ 15.698.720

Fuente: las autoras, 2018

Cuadro 14. Total costos

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Insumos	\$ 285.000	\$ 3.420.000
Mano de obra indirecta	\$ 1.092.649	\$ 13.111.784
Costos indirectos	\$ 1.308.227	\$ 15.698.720
TOTAL	\$ 2.685.875	\$ 32.230.504

Fuente: las autoras, 2018

11.1.10. Gastos de administración y ventas

Cuadro 15. Gastos de administración y ventas

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Telefonía móvil	\$ 60.000	\$ 720.000
Amortización software	\$ 83.333	\$ 1.000.000
TOTAL	\$ 143.333	\$ 1.720.000

Fuente: las autoras, 2018

11.1.11. Total capital de trabajo

Cuadro 16. Total capital de trabajo

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Costo del servicio	\$2.685.875	\$ 32.230.504
Gastos de administración y ventas	\$143.333	\$ 1.720.000
TOTAL	\$2.829.209	\$ 33.950.504

Fuente: las autoras, 201

11.1.12. Inversión total

Cuadro 17. Inversión total del proyecto

DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Inversión fija	\$ 15.628.000
Gastos preoperativos	\$ 1.325.000
Inversión de capital de trabajo	\$ 2.829.209
TOTAL	\$ 19.782.209

Fuente: las autoras, 2018

11.2. Costos

Cuadro 18.m costos fijos

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mano de obra indirecta	\$ 1.092.649	\$ 13.111.784
CIF	\$ 1.308.227	\$ 15.698.720
Gastos de administración	\$ 143.333	\$ 1.720.000
Insumos	\$ 285.000	\$ 3.420.000
TOTAL	\$ 2.829.209	\$ 33.950.504

Fuente: las autoras, 2018

Cuadro 19. Costo variable

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Honorarios asesorías y consultoría por hora	\$ 20.000	\$20.800	\$1.632	\$22.497	\$23.397
Incremento anual	4%				
TOTAL	\$ 20.000				

Fuente: las autoras, 2018

Cuadro 20. Costos totales unitarios

DESCRIPCION	ASESORIAS Y CONSULTORIAS
Costos fijos	\$ 33.950.504
Costos variables	\$ 42.240.000
COSTOS TOTALES	\$ 76.190.504
Asesorías y consultoría anuales proyectadas	2112
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 36.075

Fuente: las autoras, 2018

11.3. Precio de venta

Cuadro 21. Precio de venta

DESCRIPCION	ASESORIA Y CONSULTORIA
Costo total unitario	\$ 36.075
Porcentaje de utilidad	11%
PRECIO DE VENTA	\$ 40.043

Fuente: las autoras, 2018

11.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Cuadro 22. Egresos proyectados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos	\$3.420.000	\$3.556.800	\$3.699.072	\$3.847.035	\$4.000.916
Mano de obra indirecta	\$13.111.784	\$ 3.636.255	\$ 4.181.705	\$ 4.748.974	\$ 5.338.933
Mano de obra directa	\$ 2.240.000	\$ 5.247.488	\$ 8.469.109	\$ 1.920.110	\$ 5.616.822
Costos indirectos del servicio	\$ 5.698.720	\$ 6.326.669	\$ 6.979.736	\$ 7.658.925	\$ 8.365.282
Gastos de administración y venta	\$720.000	\$748.800	\$778.752	\$809.902	\$842.298
TOTAL	\$ 5.190.504	\$ 9.516.012	\$ 4.108.374	\$ 8.984.945	\$ 4.164.250

Fuente: las autoras, 2018

Cuadro 23. Ingresos proyectados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Asesorías	2112	2175	2241	2308	2377
Valor de cada asesoría	\$40.043	\$40.844	\$41.661	\$42.494	\$43.344
TOTAL	\$ 84.571.459	\$ 88.850.775	\$ 93.346.624	\$ 98.069.964	\$ 103.032.304

Fuente: las autoras, 2018

11.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro 24. Costo de prestación del servicio

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR NUAL
Insumos	\$ 285.000	\$ 3.420.000
Mano de obra indirecta	\$ 1.092.649	\$ 13.111.784
Costos indirectos del servicio	\$ 1.308.227	\$ 15.698.720
Gastos de administración y venta	\$ 143.333	\$ 1.720.000
TOTAL	\$ 2.829.209	\$ 33.950.504

Fuente: propia del autor, 2018

Cuadro 25. Margen de contribución

DETALLE	ASESORIAS Y CONSULTORIA
Margen de contribución	\$ 3.968
Porcentaje de contribución	10%
Costo de venta unitario	\$ 36.075

Fuente: propia, 2018

Cuadro 26. Costo total anual

DETALLE	VALOR
Costo fijo anual	\$ 33.950.504
Costo variable anual	\$ 42.240.000
TOTAL COSTO ANUAL	\$ 76.190.504

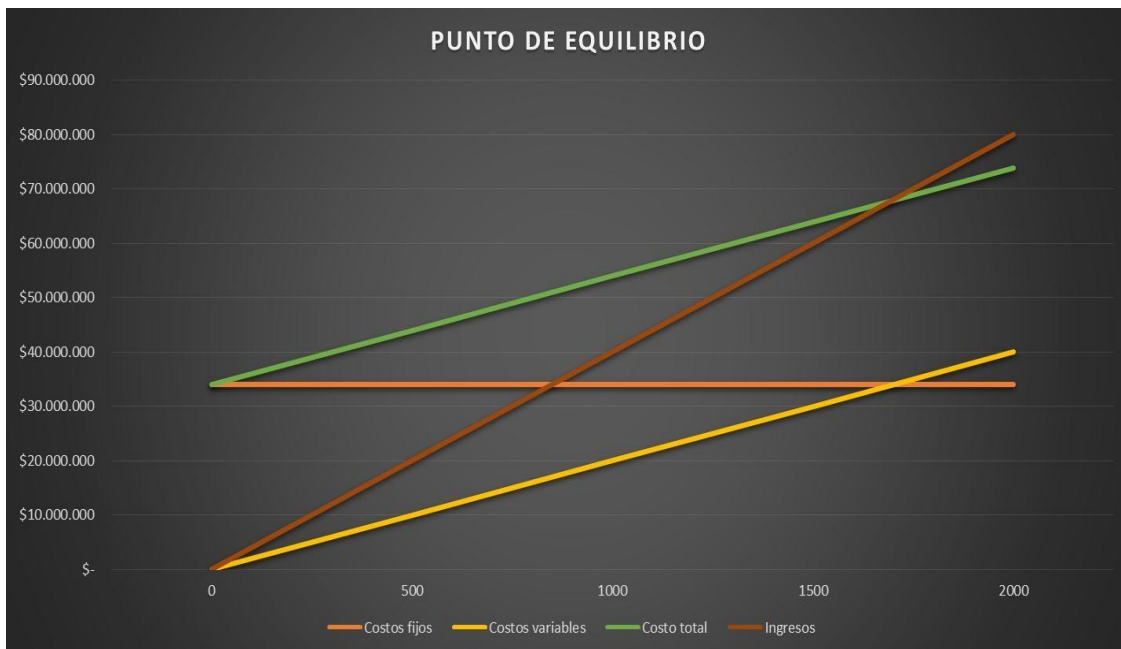
Fuente: propia, 2018

Cuadro 27. Punto de equilibrio

DESCRIPCION	ASESORIAS CONSULTORIA	Y
Punto de equilibrio \$	\$ 67.827.656	
Punto de equilibrio und		1694

Fuente: Propia, 2018

Gráfico 8. Punto de equilibrio



Fuente: las autoras, 2018

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversion capital de trabajo						
Costo del servicio	\$(2.685.875)					
Gastos de administración y venta	\$(143.333)					
Preoperativos	\$(1.325.000)					
Inversion activos fijos						
Equipo de oficina	\$(6.559.200)					
Muebles y enseres	\$(4.068.800)					
Software	\$(5.000.000)					
FLUJO DE INVERSION	\$(19.782.209)	0	0	0	0	0
Ingreso por Ventas		\$84.571.459	\$88.850.775	\$93.346.624	\$98.069.964	\$103.032.304
Costos Variables		-42.240.000	-45.247.488	-48.469.109	-\$51.920.110	-\$55.616.822
Costos Fijos		-31.231.784	-32.481.055	-33.780.297	-\$35.131.509	-\$36.536.770
Depreciaciones		-\$1.718.720	-\$1.718.720	-\$1.718.720	-\$1.718.720	-\$1.718.720
Amortización diferidos		-\$1.000.000	-\$1.000.000	-\$1.000.000	-\$1.000.000	-\$1.000.000
Valor de salvamento*						\$35.000.000
FLUJO NETO GRAVABLE	\$ -	\$8.380.955	\$8.403.512	\$8.378.498	\$8.299.624	\$43.159.992
Impuesto de Renta (-)		-\$-	-\$-	-\$691.226	-\$1.369.438	-\$2.019.598
Depreciación (+)		\$1.718.720	\$1.718.720	\$1.718.720	\$1.718.720	\$1.718.720
Recuperación de Capital de Trabajo						\$4.154.209
Amortización diferidos		\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000
FLUJO NETO DE OPERACIÓN	\$ -	\$11.099.675	\$11.122.232	\$10.405.992	\$9.648.906	\$48.013.323
FLUJO NETO DE CAJA	-\$19.782.209	\$11.099.675	\$11.122.232	\$10.405.992	\$9.648.906	\$48.013.323

Cuadro 28. Flujo de caja proyectado

Fuente: las autoras, 2018

11.6. ESTADO DE RESULTADOS

Cuadro 29. Estado de resultado proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$84.571.459	\$88.850.775	\$93.346.624	\$98.069.964	\$103.032.304
Honorarios por servicios	\$42.240.000	\$45.247.488	\$48.469.109	\$51.920.110	\$ 55.616.822
Insumos	\$ 3.420.000	\$ 3.556.800	\$ 3.699.072	\$3.847.035	\$4.000.916
Mano de obra indirecta	\$13.111.784	\$13.636.255	\$14.181.705	\$14.748.974	\$ 15.338.933
Costos indirectos del servicio	\$13.980.000	\$14.539.200	\$15.120.768	\$15.725.599	\$ 16.354.623
Utilidad bruta en ventas	\$11.819.675	\$11.871.032	\$11.875.970	\$11.828.247	\$ 11.721.011
Gastos de administración y ventas					
Telefonia movil	\$720.000	\$748.800	\$778.752	\$809.902	\$842.298
Depreciaciones	\$ 1.718.720	\$ 1.718.720	\$ 1.718.720	\$ 1.718.720	\$1.718.720
Amortización	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$1.000.000
Utilidad operacional antes de impuestos	\$ 8.380.955	\$ 8.403.512	\$ 8.378.498	\$8.299.624	\$8.159.992
Utilidad antes de impuestos	\$ 8.380.955	\$ 8.403.512	\$ 8.378.498	\$ 8.299.624	\$8.159.992
Impuesto a la renta (33%)			\$691.226	\$ 1.369.438	\$2.019.598
Utilidad neta	\$ 8.380.955	\$ 8.403.512	\$ 7.687.272	\$ 6.930.186	\$6.140.394
Reserva legal 10%	\$ 838.096	\$ 840.351	\$ 768.727	\$ 693.019	\$614.039
Utilidad por distribuir	\$ 7.542.860	\$ 7.563.161	\$6.918.545	\$6.237.168	\$5.526.355

Fuente: las autoras, 2018

11.7. BALANCE GENERAL

Cuadro 30. Balance general

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
Activo corriente					
Efectivo	15.253.884	21.850.400	23.884.005	27.603.754	31.460.682
Bancos					
Total activo corriente	15.253.884	21.850.400	23.884.005	27.603.754	31.460.682
Activo no corriente					
Maquinaria y equipo	6.559.200	6.559.200	6.559.200	6.559.200	6.559.200
Muebles y enseres	4.068.800	4.068.800	4.068.800	4.068.800	4.068.800
Herramientas	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Amortizacion acumulada	-1.000.000	-2.000.000	-3.000.000	-4.000.000	-5.000.000
Deprec. acumulada	-1.718.720	-3.437.440	-5.156.160	-6.874.880	-8.593.600
Total activo no corriente	12.909.280	10.190.560	7.471.840	4.753.120	2.034.400
TOTAL ACTIVO	28.163.164	32.040.960	31.355.845	32.356.874	33.495.082
PASIVO					
Pasivo corriente					
Impuestos por pagar	0	0	691.226	1.369.438	2.019.598
Total pasivo corriente	0	0	691.226	1.369.438	2.019.598
TOTAL PASIVO	0	0	691.226	1.369.438	2.019.598
Patrimonio					
Capital social	19.782.209	19.782.209	19.782.209	19.782.209	19.782.209
Utilidades retenidas		3.017.144	1.516.692	1.827.867	2.412.689
Reserva legal	838.096	1.678.447	2.447.174	3.140.193	3.754.232
Utilidad del ejercicio	7.542.860	7.563.161	6.918.545	6.237.168	5.526.355
Total patrimonio	28.163.164	32.040.960	30.664.619	30.987.436	31.475.484
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	28.163.164	32.040.960	31.355.845	32.356.874	33.495.082

Fuente: las autoras, 2018

Para la proyección del balance general se tuvieron en cuenta las estimaciones de ingresos, costos y gastos, así como de las inversiones y su respectiva financiación. Como resultado de estas estimaciones se presenta para cada año utilidades del periodo de las cuales un porcentaje de las mismas se distribuyen entre los inversionistas del proyecto, teniendo en cuenta que uno de los propósitos de crear la empresa de asesorías y consultorías, es garantizar la independencia profesional y económica de los gestores del proyecto.

12. EVALUACION DEL PROYECTO

12.1. IMPACTO SOCIAL

El desarrollo de propuestas de esta naturaleza, necesariamente involucra a la sociedad quien busca en primer lugar, alternativas innovadoras e integrales que les permita, en especial a los empresarios, contar con opciones de asesoría y consultoría en este caso, que les facilite la construcción de mejores empresas y les asegure su estabilidad, crecimiento y expansión.

De la misma forma los beneficiados no son la empresa, además quienes se reaccionarán directa e indirectamente con la empresa de asesoría y consultoría en la ciudad de Montería-Cordoba, aportando elementos, conocimientos y estrategias para lograr una mayor funcionalidad.

12.2. IMPACTO AMBIENTAL

El estudio no contempla ningún efecto directo que pudiera alterar la estabilidad el ecosistema, toda vez que no lleva a cabo ningún proceso de transformación de materias primas, cuyos desechos deben ser manejados de acuerdo a procedimientos y protocolos definidos por la norma, siendo dispuestos en áreas determinadas hasta que el carro recolector, se acerque a la zona de acuerdo a los horarios establecidos.

Sin embargo, el proceso genera residuos por papelería y otros de material de los sanitarios y producto de las actividades de aseo y de consumo de alimentos pero que no produce peligro alguno. Es necesario en este caso, tener en cuenta algunas recomendaciones que permitirían mantener un ambiente mucho más sano como el utilizar el papel reciclado, el hacer un uso racional del recurso hídrico, el disponer de bolsas para clasificación y biodegradables.

12.3. EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera, comprende el conjunto de herramientas a partir de las cuales se logra interpretar la conveniencia o no de ejecutar la propuesta en la ciudad de Montería, determinando los cambios o modificaciones a que haya lugar. En este caso, se toman cinco criterios de evaluación.

- Valor presente neto
- Tasa interna de retorno.
- Tasa interna de retorno Mejorada
- Tarifa mínima
- Relación beneficio/costo

Cuadro 31. Criterio de evaluación de proyectos

CRITERIOS DE EVALUACION DE PROYECTOS	
TASA DE DESCUENTO	22%
Tasa de reinversion	6%
VPN	\$ 64.155.651
TIR	60%
TIR Modificada	37%
VPN CANTIDADES	6342,34
VPN EGRESOS	\$ 220.667.171
TARIFA MINIMA	\$ 34.793
VNP INGRESOS	\$ 284.822.822
R b/c	1,29

Fuente: las autoras, 2018

12.3.1. Valor presente neto

El valor presente neto está basado en una tasa interna de oportunidad del 22,04% la cual fue determinada por la tasa de mercado financiero; “Tal como informó Dinero en su más reciente edición, los pronósticos bursátiles indican que el año 2018 las acciones se podrían valorizar 8% en promedio”,³⁵ más la prima de riesgo del proyecto que es del 13%.

$$\text{Tasa de evaluación} = ((1+0,08) (1+0,13)-1)*100$$

$$\text{Tasa de evaluación} = 22,04\%$$

El VPN se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática.

$$\text{VPN} = \{(x) (1 + i)$$

Donde:

X= Flujo neto de caja, para cada año (del 1 al 5)

i= Tasa de evaluación= 22,04%

t= Flujo de caja año 0

A continuación, se determina el flujo neto de caja

Cuadro 32. Flujo de caja neto

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 87.290.179	\$ 91.569.495	\$ 96.065.344	\$ 100.788.684	\$ 144.905.232
(-)Egresos		\$ 76.190.504	\$ 80.447.263	\$ 85.659.353	\$ 91.139.777	\$ 96.891.909
Flujo caja bruto		\$ 11.099.675	\$ 11.122.232	\$ 10.405.992	\$ 9.648.906	\$ 48.013.323
(-)Inversión	-\$ 19.782.209					
TOTAL	-\$ 19.782.209	\$ 11.099.675	\$ 11.122.232	\$ 10.405.992	\$ 9.648.906	\$ 48.013.323

Fuente: las autoras, 2018

Aplicando y reemplazando estos valores en la formula anterior se obtiene a través de la formula en Excel, que el VPN del proyecto es:

$$\text{VPN} = \$64.155.651$$

Esto significa que durante los cinco años es mayor que cero, lo que quiere decir que el proyecto es viable para implementarlo.

8.3.2. Tasa interna de retorno

Este valor es la tasa de descuento que hace parte del Valor presente neto sea igual a cero o que iguale la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial.

La TIR se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática.

Donde $\text{VPN} = \sum_{t=0}^n \frac{X_t}{(1+r)^t}$

$\text{VPN} = 0$

X= Flujo neto de caja, para cada año (del 0 al 5)

r= TIR = ?

t= Flujo de caja año 0

Aplicando y reemplazando estos valores en formula se obtiene a través de fórmula de Excel, que la TIR del proyecto es:

TIR = 60%

Esto significa que por cada \$1 peso invertido retornara \$0,60. La tasa de 60% comparada con las variables económicas, es superior por lo tanto se concluye que desde el punto de vista económico es altamente rentable.

8.3.3. Tasa interna de retorno Mejorada

TIRM= { }

Donde:

CF= Flujo de caja

I= Inversión

i= Tasa de descuento

n= Vida útil

t= Periodo de tiempo

Al calcular la TIRM al proyecto con una tasa de reinversión del 6% que es lo que en promedio una entidad financiera paga por un CDT, arroja un resultado de:

TIRM = 37%

Con el resultado obtenido de la TIRM se tiene la certeza de que el proyecto es rentable, ya que la tasa es mayor a la tasa de descuento que se esperaba obtener.

8.3.4. Tarifa mínima

Este indicador permite saber hasta dónde se puede bajar el precio y garantizar si el proyecto sigue siendo viable.

Se tomó la siguiente fórmula matemática:

$TM = ()$

$TM = \$34.793$

En este caso lo mínimo que se puede vender una hora de asesoría es a \$34.793 para no incurrir en pérdida.

8.3.5 Relación beneficio/costo

La relación beneficio-costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VPN, ya que cuando este es 0, la relación beneficio-costo es igual a 1. Si el VPN es mayor que 0, la relación es mayor que 1, y si el VPN es negativo esta es menor que 1.

R/c

Se puede observar que la Rb/c es superior a 1 lo cual indica que los beneficios superan los costos, por consiguiente el proyecto es considerado viable.

CONCLUSION

La información contenida en este trabajo, permite determinar la viabilidad de la creación de una empresa de Asesoría y consultoría, la estrategia de negocios contempla aspectos de localización a nivel macro y micro, de tecnología e ingeniería del proyecto, estableciendo condiciones del servicio, las etapas requeridas en su realización y cada uno de los componentes que exige su instalación de la empresa.

De acuerdo a esos resultados, se propone la formulación de una estrategia de negocios que busque satisfacer las necesidades de la población de la ciudad de Montería que busca la materialización de ideas de negocios, además de la actualización de los procesos de capacitación y formación en materia de asesoría y consultoría.

Desde el punto de vista financiero, el estudio da a conocer aspectos puntuales como el nivel de inversión que se requiere para materializar la propuesta en la ciudad de Montería, encontrando que los recursos a invertir para iniciar el proyecto, alcanza los \$19.782.209 pesos.

Se espera que el proyecto, pueda materializarse toda vez que no sólo es conveniente desde el punto de vista financiero y económico, sino que además genera ventajas laborales, sociales, y legales que deben ser tomadas como punto de referencia para futuros estudios.

Económicamente, se logra un valor presente neto de \$64.155.651 al cabo de los cinco años de proyección y utilizando una tasa de descuento del 22,04% la cual fue determinada por la tasa de mercado financiero y la prima de riesgo; se obtiene una tasa interna de retorno del 60%, la tasa interna de retorno modificada del 37% que demuestra con certeza la viabilidad del proyecto, un punto de equilibrio en pesos que llega a los \$67.827.656 pesos y en unidades de 1694, que permite evidenciar la conveniencia de ejecutar la propuesta, toda vez que genera rendimientos, que permiten subsanar cada una de las inversiones efectuadas.

RECOMENDACIONES

Realizar mejoras y adecuaciones a la propuesta, haciendo uso de la creatividad y la innovación.

Llevar a cabo actividades de control y evaluación a los resultados, tomando las medidas correctivas e involucrando a las personas en las mismas.

Definir un punto de ubicación que le ofrezca todas las ventajas y garantías de satisfacción al usuario cuando acuda al centro de servicios.

Hacer uso permanente del buzón de quejas y sugerencias, dando trámite a cada aspecto. Concientizar a todos y cada uno de los funcionarios en la necesidad de promocionar a través de sus diversas actividades, las características y servicios proporcionados para la empresa de asesorías y consultorías en la Ciudad de Montería- Córdoba.

Hacer uso permanente del buzón de quejas y sugerencias, dando trámite a cada aspecto.

13. BIBLIOGRAFIA

Barbosa, gonzalez, d. (2017). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de asesorías en seguridad y salud en el trabajo en pereira”.

Jimenez, pelaez, e. (2015). Estudio de viabilidad para la creacion de una empresa de asesoria, consultoria, reformas y acabados en inmuebles nuevos y usados. obtenido https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/2166/tg_egc_15.pdf?sequence=1&isallowed=y

Leydi, & morata, l. y. (2017). Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoría contable, tributaria y financiera a nivel público y privado en la ciudad de chiquinquirá. obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1951/1/tgt-710.pdf>

Morato, l. y. (2017). Estudio de factibilidad para la creación de un centro de. obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1951/1/tgt-710.pdf>

Osorio, , l. m. (2017). Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoría contable, tributaria y financiera a nivel público y privado en la ciudad de chiquinquirá. obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1951/1/tgt-710.pdf>

Porto, j. p. (s.f.). definición de leyes. obtenido de <https://definicion.de/ley/>

Retrepo, chaparro, c. p. (2016). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa especializada en la comercialización de bentonita para el sector de la construcción . obtenido de http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/8352/estudio_factibilidad_creacion.pdf?sequence=1&isallowed=y

Thompson, i. (2006). Definición de empresa. obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>

Varela. (2010). Factibilidad y viabilidad. obtenido de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>.

Victores, o. (2011). Asesoría legal o asesoría jurídica; concepto, funciones y obligaciones. obtenido de <https://www.abogadovictores.com/que-es-la-asesoria-legal-o-asesoria-juridica-concepto-funciones-y-obligaciones>

ANEXOS

ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA

FORMATO ENCUESTA

FECHA: DIA__ MES__AÑO____	
EMPRESA_____	
DIRECCION_____	TELEFONO_____

MODELO DE ENCUESTA APLICADA

Objetivo: Recopilar la información pertinente que permita el desarrollo de la investigación titulada: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORIAS Y ASESORIAS CAP S.A.S EN LA CIUDAD DE MONTERIA-CORDOBA.**

Por favor, seleccione su respuesta con una X

1. ¿Cuál es su ocupación actual?

a. Trabajador independiente _____

b. Desempleado _____

c. Empresarios _____

d. Estudiante _____

e. Otro ¿Cuál? _____

2. ¿A quién suele acudir cuando necesita algún tipo de asesoría y consultoría?

a. Docente _____

b. Centros específicos _____

c. Cámara de Comercio _____

d. SENA_____

e. Otro, ¿cuál?_____

3. ¿Ha tenido la necesidad de buscar información en materia empresarial, o de emprendimiento?

Sí_____

No _____

¿Por qué?_____

4. ¿Cómo califica la atención proporcionada por este tipo de centros?

a. Excelente_____

b. Buena_____

c. Regular_____

d. Mala_____

e. Otra_____

5. ¿La asesoría solicitada se ofreció de forma:

a. Gratuita_____

b. Con costos adicionales_____

6. ¿En caso de crearse una empresa de asesoría y consultoría, usted acudiría allí?

Sí_____

No_____

¿Por qué?_____

7. ¿Qué aspectos tendría en cuenta?

a. Ubicación_____

b. Costo de los servicios_____

c. Disponibilidad de tiempo_____

d. Número de asesorías_____

e. Otra, ¿cuál?_____

Anexos 2. Infraestructura de la Empresa

