



Estudio de viabilidad para la creación de una empresa de consultoría en las normas
ISO 9001 Y 14001 en la ciudad de Bucaramanga.

Modalidad: Emprendimiento, Casos de estudio

Andrés Felipe Rojas Useda

CC 1098758764

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES E INGENIERÍAS
TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
BUCARAMANGA, OCTUBRE 2022**



Estudio de viabilidad para la creación de una empresa de consultoría en las normas
ISO 9001 Y 14001 en la ciudad de Bucaramanga.

Modalidad: Emprendimiento, Casos de estudio

Andrés Felipe Rojas Useda

CC 1098758764

**Trabajo de Grado para optar al título de
tecnólogo en producción industrial**

DIRECTOR

Oscar Yesid Pérez Piñeres

Grupo de Investigación SOLYDO

Desarrollo Organizacional

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES E INGENIERÍAS
TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
BUCARAMANGA, OCTUBRE 2022**

Nota de Aceptación

Aprobado mediante acta 014 del 08 de mayo
de 2023 en la cual la evaluadora fue la Ing.
Erika Delgado y presenta concepto APROBADO

ERIKA DELGADO



Firma del Evaluador



Oscar Yesid Pérez Piñeres

Firma del Director

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto a mi padre Ricardo Rojas Suarez que ya no nos acompaña y a mi abuela Ana Inés Suarez De Rojas quien siempre quiso verme graduado, a mi madre Martha Isabel Useda Useda que siempre lucho por sacarnos adelante y a mí mujer Angie Julieth Florez Gaitán quien me a acompañado en las buenas y malas.

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo, quiero agradecer a Dios por permitirme culminar este proyecto a mi madre Martha Isabel Useda Useda que siempre me ha apoyado en todo, a mi pareja Angie Julieth Flórez Gaitán que siempre me ha dado su apoyo moral y psicológico e incondicional, es una etapa que termina, que a la vez abre nuevas puertas a continuar con nuevos proyectos y culminar mi carrera.

Quiero agradecer a mi director de proyecto Óscar Yesid Pérez Piñeres quien estuvo muy pendiente de mi proyecto dando unas correcciones e instrucciones precisas para poder culminarlo.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	15
INTRODUCCIÓN	16
1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2. JUSTIFICACIÓN	19
1.3. OBJETIVOS	20
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	20
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
2. MARCO REFERENCIAL.....	22
2.1. MARCO TEÓRICO	22
2.1.1. ESTUDIO DE MERCADOS	22
2.1.2. ESTUDIO TÉCNICO.....	23
2.1.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	25
2.1.4. EVALUACIÓN FINANCIERA	27
2.1.5. PLAN DE MARKETING.....	28
2.1.6. CERTIFICACIÓN ISO 9001 Y 14001.....	29
2.2. MARCO CONCEPTUAL	31
2.2.1. CALIDAD.....	31

2.2.2.	COMPETITIVIDAD	31
2.2.3.	DOFA.....	31
2.2.4.	ECONOMÍA CIRCULAR	32
2.2.5.	EMPRENDIMIENTO	32
2.2.6.	MARKETING	32
2.2.7.	MERCADO.....	33
2.2.8.	SERVICIO.....	33
2.2.9.	SISTEMAS DE GESTIÓN.....	33
2.3.	MARCO LEGAL	33
2.1.	MARCO GEOGRÁFICO	35
3.	<u>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</u>	<u>37</u>
3.1.	INVESTIGACIÓN	37
3.2.	ENFOQUE	37
3.3.	MÉTODO.....	38
3.4.	FUENTES E INSTRUMENTOS DE INFORMACIÓN	38
3.5.	METODOLOGÍA.....	39
3.5.1.	ESTUDIO DE MERCADOS	39
3.5.2.	EVALUACIÓN TÉCNICA	39
3.5.3.	EVALUACIÓN ADMINISTRATIVA.....	39
3.5.4.	EVALUACIÓN ECONÓMICA- FINANCIERA.....	40

3.5.5.	EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	40
4.	<u>DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO.....</u>	41
4.1.	ESTUDIO DE MERCADOS	41
4.2.	EVALUACIÓN TÉCNICA.....	42
4.3.	EVALUACIÓN ADMINISTRATIVA	43
4.4.	EVALUACIÓN FINANCIERA	44
4.5.	EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	45
5.	<u>RESULTADOS.....</u>	46
5.1.	ESTUDIO DE MERCADOS	46
5.1.1.	<i>ANÁLISIS FODA</i>	46
5.1.2.	<i>OBJETIVOS DEL MERCADO</i>	49
5.1.3.	<i>SEGMENTO DEL MERCADO</i>	49
5.1.4.	<i>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</i>	51
5.1.5.	MATRIZ DE COMPETITIVIDAD	52
5.1.6.	<i>FORMULACIÓN Y TABULACIÓN DE ENCUESTA</i>	54
5.1.7.	<i>DEMANDA POTENCIAL</i>	61
5.1.8.	<i>ESTRATEGIAS DE MARKETING</i>	61
5.2.	EVALUACIÓN TÉCNICA.....	64
5.2.1.	OBJETIVOS	65

5.2.2.	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	66
5.2.3.	DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS.....	67
5.2.4.	FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO.....	67
5.2.5.	CAPACIDAD FINANCIERA.....	69
5.2.6.	DOTACIÓN TECNOLÓGICA.....	69
5.2.7.	PROCEDIMIENTOS DE MEJORA CONTINUA.....	69
5.3.	EVALUACIÓN ADMINISTRATIVA	70
5.3.1.	OBJETIVOS DEL ÁREA ORGANIZACIONAL	70
5.3.2.	DECLARACIÓN DE LOS PRINCIPIOS CORPORATIVOS	71
5.3.3.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	73
5.3.4.	CONSTITUCIÓN LEGAL.....	77
5.4.	EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	79
5.4.1.	RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL	80
5.4.2.	IMPACTOS AMBIENTALES	81
5.4.3.	ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD	82
5.5.	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	84
5.5.1.	OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA	84
5.5.2.	INVERSIONES	84
5.5.3.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	87
5.5.4.	NOMINA.....	87

5.5.5.	COSTOS FIJOS	88
5.5.6.	SUPUESTO DE VENTAS.....	88
5.5.7.	SITUACIÓN DE LA EMPRESA A 5 AÑOS.....	89
5.5.8.	FLUJO DE CAJA A 5 AÑOS	90
5.5.9.	VAN + TIR3	91
6.	<u>CONCLUSIONES.....</u>	92
7.	<u>RECOMENDACIONES</u>	94
8.	<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</u>	95
9.	<u>APÉNDICES.....</u>	100

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Componentes del estudio técnico	24
Figura 2. Estructura de un estudio administrativo	26
Figura 3. Etapas del estudio económico y financiero	28
Figura 4. Parámetros de la certificación NTC ISO 9001	29
Figura 5. ¿Alguna vez ha contratado servicios de asesoría para certificarse en normas internacionales?	55
Figura 6. Si no lo ha hecho ¿se debe a falta de recursos?	56
Figura 7. Si lo ha hecho ¿la experiencia ha sido alta con este tipo de experiencias?	56
Figura 8. ¿Considera que la calidad y la gestión ambiental son necesarias en la empresa?	57
Figura 9. ¿Busca por medios como redes sociales información sobre empresas de certificación en normas internacionales?	57
Figura 10. ¿Para contratar este tipo de asesorías y consultorías su empresa se basa en recomendaciones de otras empresas o personas?	58
Figura 11. ¿Su empresa ha buscado asesores independientes para certificarse en las normas internacionales?	58
Figura 12. ¿Piensa usted que si contrata los servicios de consultoría HSEQ la gestión interna de su empresa mejorará y se fortalecerá?	59

Figura 13. ¿Está dispuesto a pagar más de \$ 4'000.000 por adquirir los servicios de consultoría para certificarse en las normas internacionales ISO 9001 e ISO 14001?	60
Figura 14. ¿Sabe usted cuales son los beneficios de recibir una asesoría en consultoría HSEQ?	60
Figura 15. Local de estudio	66
Figura 16. Área de influencia del sector de estudio	67
Figura 17. Procedimiento de prestación del servicio	68
Figura 18. Organigrama estructura organizacional	75
Figura 19. Nombre de la empresa consultados en el RUES	78

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Requisitos del SGA	30
Tabla 2. Listado de Normas	34
Tabla 3. Actividades realizadas en el estudio de mercados.....	41
Tabla 4. Actividades de la evaluación técnica.....	42
Tabla 5. Actividades de la evaluación administrativa	43
Tabla 6. Actividades de la evaluación ambiental	44
Tabla 7. Actividades de la evaluación ambiental	45
Tabla 8. FODA	46
Tabla 9. Estrategias del análisis FODA.....	48
Tabla 10. Segmentación del mercado.....	50
Tabla 11. Características de la segmentación del mercado.....	50
Tabla 12. Matriz de análisis de competencia	53
Tabla 13. Estrategia de plaza	61
Tabla 14. Estrategia de promoción	62
Tabla 15. Estrategia de servicio.....	64
Tabla 16. Presupuesto dotación tecnológica	69
Tabla 17. Valores y principios corporativos.....	72
Tabla 18. Perfiles de los cargos requeridos	73
Tabla 19. Funciones cargo gerente	75

Tabla 20. Funciones cargo contador..... 76

Tabla 21. Funciones cargo asesor comercial..... 76

Tabla 22. Funciones cargo tutores..... 77

Tabla 23. Objetivos de Desarrollo Sostenible 80

Tabla 24. Matriz de impactos ambientales..... 81

Tabla 25. Estrategias de sostenibilidad..... 82

Tabla 26. Activos Fijos 84

Tabla 27. Depreciación 85

Tabla 28. Inversión capital de trabajo 85

Tabla 29. Inversión Total..... 86

Tabla 30. Fuentes de financiamiento 87

Tabla 31. Nomina..... 87

Tabla 32. Gastos y costos fijos 88

Tabla 33. Supuestos de ventas..... 89

Tabla 34. Análisis situacional a 5 años 89

Tabla 35. Flujo de caja a 5 años 90

Tabla 36. VAN - TIR Flujo de caja periódico 91

Tabla 37. VAN - TIR Flujo de caja total..... 91

RESUMEN EJECUTIVO

Ante la globalización y los constantes cambios que tiene el mundo a nivel económico, ambiental, industrial y social los retos para las industrias son mayores puesto que deben generar una competitividad sana, eficaz y acorde con sus objetivos misionales razón por la cual, aquella que más prestigio y reconocimiento tenga su rentabilidad será proporcional, por consiguiente, surgen las normas internacionales formuladas con criterios técnicos y científicos que buscan armonizar su administración de tal forma, la calidad, el medio ambiente, tales como la ISO 9001 e ISO 14001 respectivamente, de tal forma, este estudio tuvo como objeto la determinación de la viabilidad para la creación de una empresa que certificara dichas normas, en consecuencia, como desarrollo metodológico se realizó un estudio de mercados para determinar la demanda potencial, seguidamente se elaboró la evaluación técnica describiendo el proceso operativo, la evaluación administrativa donde se determinó el tipo de empresa junto con su misión y visión y finalmente se hizo la evaluación ambiental y financiera, describiendo los aspectos potenciales y determinando la plaza interna de retorno de la inversión empresarial, así las cosas, se obtuvo como resultado que el mercado de asesorías y consultorías en la ciudad de Bucaramanga tiene una alta demanda ya que son pocas las empresas que se han certificado en este tipo de normas, en cuanto al estudio técnico y administrativo se determinó que el tipo de empresa a crear es de sociedades por acciones simplificadas con cinco inversionistas con financiación propia y el estudio financiero y ambiental determinaron la viabilidad empresarial con una TIR de 49% periódica y 125% total, llegando a la conclusión que la empresa tiene cabida en el mercado de Bucaramanga y su área metropolitana si decide implementar el plan de negocios realizado en este proyecto.

PALABRAS CLAVE. ISO 14001, ISO 9001, consultoría, emprendimiento, asesoría,

INTRODUCCIÓN

Desde comienzo del milenio los sectores empresariales han sufrido diversos cambios a nivel organizacional, buscando que estas realicen mejoras o reestructuren sus procesos industriales, de tal forma, han surgido las normas internacionales donde se involucran diversas temáticas que competen a la gestión interna en temáticas como la calidad, la seguridad y salud en el trabajo, el medio ambiente y los ciclos de vida industriales (Valencia, 2019).

En consecuencia, la consultoría y la prestación de servicios a empresas se ha vinculado fuertemente al mercado nacional e internacional buscando organizar de forma estratégica y universal a fin de obtener una industria más eficiente que contribuya a mejorar la calidad de vida de los seres humanos por este motivo, las empresas desde las Mi Pymes hasta importantes multinacionales hacer más productivos y competitivos en el mercado (Higuera, 2018).

Así las cosas, los sistemas integrados de gestión como el de calidad (ISO 9001) y el ambiental (ISO 14001) son elementos estratégicos para la eficiencia empresarial puesto que de acuerdo con Rojas & Rodríguez, (2017) la causa principal para el cierre de empresas es la ausencia del conocimiento, la falta de preparación, planeación, gestión, control y auditoria en la misma administración razón cual, se estima que 6 de cada 10 empresas no cuenta con ningún tipo de certificación.

Por consiguiente y ante el creciente mercado se formuló como proyecto de emprendimiento un estudio de viabilidad para la creación de una empresa de certificación en normas internaciones ISO 9001 e ISO 14001 para Bucaramanga y su área metropolitana, así las cosas, este documento se dividió en 6 secciones; la primera abarca la descripción de la problemática donde se presenta la necesidad

de crear este tipo de empresas y de la cual surgen los objetivos que facilitan la determinación de la factibilidad de inclusión en el mercado.

Del mismo modo la segunda sección abarca los fundamentos teóricos claves para orientar e iluminar el plan de negocios acorde a las necesidades internas de la empresa y su interacción con el macroentorno a fin de lograr un posicionamiento adecuado en el mercado.

En la tercera y cuarta sección se establecieron los ejes investigativos y metodológicos apoyados en la literatura existente para este tipo de plan de negocios, surgiendo de allí el paso a paso para dar cumplimiento a cada uno de los objetivos planteados y obtener la factibilidad empresarial.

El capítulo cinco contiene los resultados obtenidos donde inicialmente se elaboró un estudio de mercados para evidenciar la aceptación de la empresa en su segmento, asimismo, se elaboró la evolución técnica y administrativa que diera lugar a los aspectos de gestión interna que requiere la empresa de certificación de normas ISO 9001 e ISO 14001 y finalmente una evaluación financiera y ambiental que concluyera con el costo-beneficio del proyecto.

Finalmente, los dos últimos capítulos resumen las conclusiones y dan pie a generar nuevas ideas investigativas y recomendaciones para realizar la misma implementación del plan de negocios de la empresa de certificación en normas internacionales ISO 9001 e ISO 14001 de 2015.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

En la actualidad, la industria y los procesos económicos como tal han traído consigo una serie de impactos o afectaciones a los ecosistemas, preocupando a los entes de regulación internacional, razón cual, se han presentado diversas estrategias para hacer un manejo integral del cambio climático y orientar la producción y calidad de vida hacia el desarrollo sostenible (Murillo et al., 2017).

Ante esta situación, la forma más adecuada de velar por el cumplimiento de la normatividad vigente en los diversos sectores económico es mediante la consultoría, cuyo fin es mejorar los procesos en el interior de las empresas y conformar la gestión empresarial orientada hacia la protección y el cuidado del medio ambiente; de tal forma, esta preste servicios de asesoría en temáticas como; como la gestión integral de residuos sólidos, estudios de vertimientos, creación del SGA (sistema de gestión ambiental) entre otros, los cuales hacen un aporte significativo a la generación del desarrollo sostenible (Amaya et al., 2020).

Bucaramanga, por su ubicación estratégica tiene variedad de industrias y empresas, razón por la cual, incursionar en creación de una empresa de consultoría en las normas ISO 9001 y 14001 sería una opción estratégica para entrar al mercado, dejando en evidencia la necesidad de realizar labores orientadas a la generación de sostenibilidad en otros sectores económicos; sin embargo, existe una competencia considerable, debido a la alta demanda de servicios que se requieren a la cabeza de ingenieros (Higuera, 2018); por consiguiente, surge como pregunta de investigación ¿Es viable la creación de una empresa de consultoría en la aplicación de normas técnicas ISO 9001 y 14001 en la ciudad de Bucaramanga?

1.2. Justificación

Las organizaciones empresariales enfocadas en temáticas de consultoría surgen de la necesidad de apoyar los procesos operativos, productivos, asistenciales entre otros, de grandes, mediano y pequeños negocios a fin de orientar sus actividades hacia la sostenibilidad donde haya una vinculación equitativa de intereses entre lo económico, lo social y lo ambiental, direccionando su gestión a obtener un valor añadido en la actualidad (Carreño, 2018).

Por su parte, se destaca dentro del contexto ambiental de las empresas la importancia de la aplicación de estrategias de economía circular, donde se establecen las pautas para la planificación y accionamiento de cambios en relacionan al uso de materias primas entre otros aspectos, los cuales precisan de la orientación de personal con experiencia en ciertas temáticas, aportando en la renovación de las compañías (Ramírez et al., 2019).

Es de destacar que muchas de las actividades desarrolladas en el mundo empresarial requieren de un análisis detallado de sus procesos, a fin de establecer estrategias para su optimización en cuanto a la productividad y rendimiento, son dejar de un lado el enfoque sostenible que resalte el compromiso con el medio ambiente y su protección, allí donde una empresa de consultoría interviene vinculando su quehacer con lo establecido en la normatividad colombiana como las ISO 9001 Y 14001 de 2015 (Quintero, 2020).

En este sentido, se destaca la importancia de un estudio de factibilidad para conformación de una empresa de consultoría en la ciudad de Bucaramanga con el propósito de mejorar la oferta de servicios que permitan a las empresas acceder a una asesoría personalizada y profesional para el mejoramiento de su gestión de

calidad y ambiental, acercándose más a las tendencias de universo empresarial sostenible.

Finalmente, el presente estudio aporta de manera directa en la culminación académica del Tecnólogo en Producción Industrial de las Unidades Tecnológicas de Santander, pues permite lograr adquirir conocimientos en relación con la transversalidad entre los procesos industriales y la protección del medio ambiente.

En este sentido se hace necesario establecer un análisis acerca de las estrategias de implementación de energías renovables para la adaptación y mitigación al cambio, climático con la finalidad de establecer los impactos ambientales asociados a estas y definir aquellas, que por su relación costo beneficio resultan de mayor utilidad en la solución de la emergencia climática actual.

Este estudio además de aportar directamente a la formación final de profesional de Ingeniería Ambiental de las Unidades Tecnológicas de Santander contribuye como referente investigativo en la línea enfocada al cambio climático y las energías limpias, para futuras investigaciones.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Formular un estudio de factibilidad empresarial que determine la viabilidad de creación de una consultoría en la aplicación de las normas técnicas ISO 9001 Y 14001 de 2015 en la ciudad de Bucaramanga, mediante los análisis de la gestión empresarial pertinentes para su organización e inclusión en el mercado.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Realizar el estudio de mercado para identificar las necesidades y la competencia en la ciudad de Bucaramanga, mediante la aplicación de

encuestas y el análisis DOFA encontrando una perspectiva de viabilidad de la empresa de consultoría en las normas técnicas ISO 9001 y 14001.

- Desarrollar la evaluación técnica - administrativa, que evidencie la gestión externa e interna de la consultoría en las ISO 9001 y 14001, mediante la definición de las funciones operativas, su respectivo diagrama de procesos y los aspectos legales y organizacionales necesarios para su creación y participación en el segmento del mercado.
- Diseñar la evaluación económica-financiera de la empresa de consultoría en las normas ISO 9001 y 14001, para determinar las fuentes de financiación necesarias para lograr la viabilidad y rentabilidad, a través de la utilización de los instrumentos contables y financieros por medio del Balance General, el Estado de utilidades y el flujo de caja.
- Evaluar el contexto de calidad y ambiental de la empresa, determinando los efectos directos e indirectos que se puedan causar a partir de las actividades de la consultoría, mediante la aplicación de métodos de identificación de la sostenibilidad empresarial.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco teórico

En el proceso de emprendimiento para el análisis y la determinación de viabilidad de creación de una empresa se deben tener en cuenta algunos criterios relacionados con la óptima gestión empresarial, de tal forma en los siguientes ítems se abordarán los fundamentos teóricos aplicables.

2.1.1. Estudio de Mercados

El estudio de mercado surge como estrategia de análisis decisivo para lanzar un producto o servicio al mercado; por consiguiente, para la creación de una empresa u organización no se puede prescindir de este, inclusive de acuerdo con (Dos Santos, 2018) este proceso se debe repetir hasta la saciedad, puesto que por la carencia de realización muchos establecimientos cierran al poco tiempo de incursionar en el mercado.

Los estudios de mercado se hacen necesarios para evitar caer en el error de pensar que las ideas de una empresa son similares a las que el público o la demanda exige, por consiguiente, dentro de este surgen métodos y herramientas para efectuar una investigación y obtener resultados fiables (Laza, 2019).

Así las cosas, en la investigación de mercados no basta con pedir una opinión o tener la percepción de un grupo de amigos, familiares o conocidos tampoco con hacer una consulta en la red para hacer aproximación de lo que es la competencia en el segmento del mercado; sino que por el contrario se realice una metodología adecuada y certera que minimice el riesgo en la toma de decisiones para el análisis de viabilidad en el análisis de creación de una empresa (D. Rodríguez et al., 2019).

En consecuencia, para realizar un estudio de mercados se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Definir el objetivo de la investigación: este se hace con el fin de averiguar la utilidad e importancia de una idea estableciendo las ventajas y desventajas de esta a fin de estimar si va a funcionar o no dentro de un segmento del mercado (Ríos, 2018).
- Determinar qué tipo de estudio es: estos suelen ser cualitativos o cuantitativos o en algunos casos mixtos puesto que se atribuyen aspectos de descripción pueden ser del tamaño del mercado y asignar la cantidad específica numéricamente del segmento al que se quiere ingresar (Ríos, 2018).
- Escoger el universo y muestra representativa de la investigación: este último punto es esencial puesto que se determina el mínimo posible para obtener resultados confiables; dependiendo del tipo de negocio u organización a montar se selecciona unas variables sociodemográficas de un público el cual representa el consumidor potencial; por consiguiente, se elabora un instrumento de recolección de información para llegar a él de forma eficiente y confiable. (Ríos, 2018).

2.1.2. Estudio Técnico

El estudio técnico detalla los procesos de elaboración de un producto, bien o servicio con el fin de evidenciar los requerimientos para su óptima funcionalidad; de tal forma el estudio técnico incluye la localización de un proyecto, la ingeniería del proceso la organización de los recursos humanos y materiales, la infraestructura y distribución de áreas y los aspectos legales que se atribuyan (Romero-Guevara, 2017).

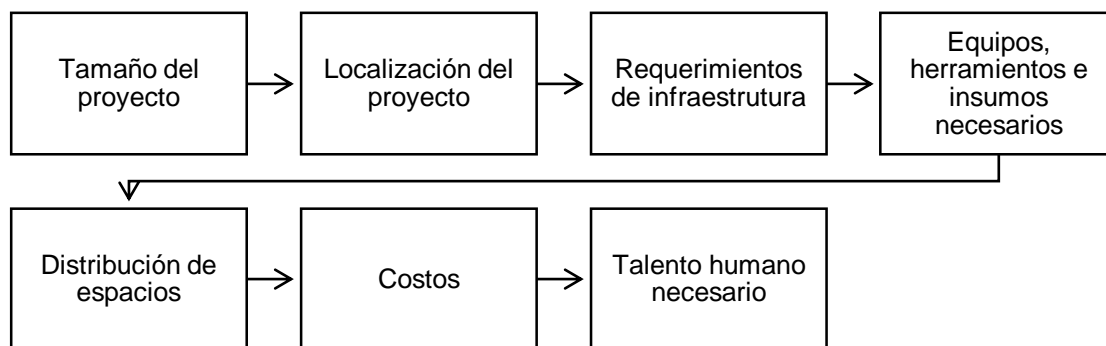
Por consiguiente, para la elaboración de un estudio técnico se requiere inicialmente plantear objetivos relacionados con los fines misionales de la organización; asimismo de este surgen la necesidad de inversión para el proyecto puesto que se describen los insumos y requerimientos para lograr la mayor tasa del éxito (Velosa, 2020).

El estudio técnico de acuerdo con Lazo et al., (2020) da resolución a todos los aspectos relacionados con el proceso de instalación y funcionamiento empresarial definiendo adquisición de equipos, maquinarias y mano de obra necesaria para obtener el producto, bien o servicio deseado.

Así las cosas el estudio técnico muestra la distribución jerárquica empresarial estableciendo funciones y responsabilidades de acuerdo con las áreas de trabajo; siendo este aspecto esencial para determinar la eficiencia y supervivencia de una organización (Duffus et al., 2018).

En efecto formular los aspectos técnicos de una empresa previa a su apertura determinan si la inversión será sostenible y rentable a través del tiempo En un contexto, en la figura 1 se relacionan los componentes en un estudio tecnico de acuerdo con (Romero Hidalgo, Hidalgo Sánchez, & Correa Guaicha, 2018).

Figura 1. Componentes del estudio técnico



Fuente: elaboración propia a partir de (Romero Hidalgo, Hidalgo Sánchez, & Correa Guaicha, 2018).

2.1.3. Estudio Administrativo

El estudio administrativo en la creación u organización de una empresa es una de las herramientas que guían el modelo de gestión empresarial puesto que dentro de él se encuentran los fines misionales a mediano , corto y largo plazo; formulando inicialmente unos macroobjetivos los cuales abarcan las metas generales del mercado en un contexto amplio que permita a la empresa visionarse frente a la competencia así mismo de estos surgen subobjetivos más contextualizados a la realidad del proyecto u organización para finalmente asignar acciones y tareas que permitan su cumplimiento (Rubio Pacheco, 2019).

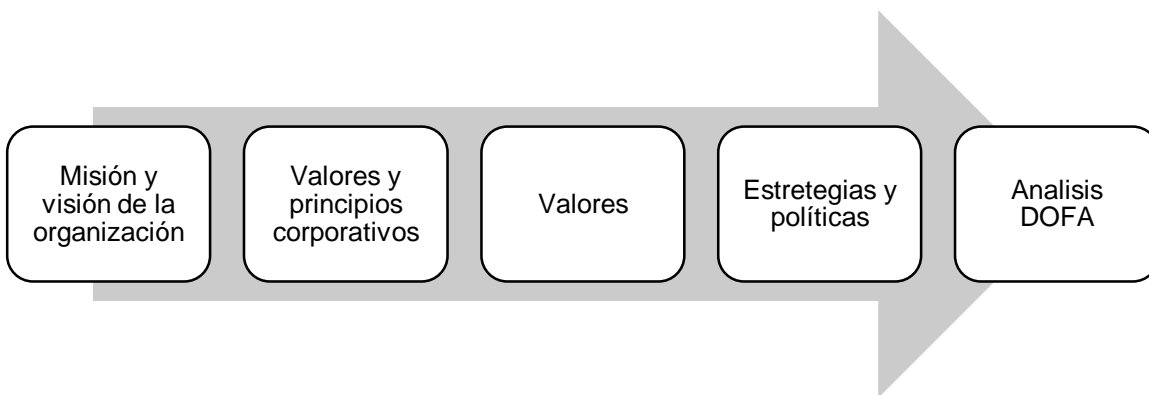
Así las cosas, dentro del estudio administrativo se encuentra como elemento esencial la planificación estratégica esta busca definir o responder a los interrogantes ¿quién lo hará? ¿Cómo se hará? ¿Cuándo se hará? Y ¿Dónde se implementará? Por consiguiente, de la respuesta de esto surgen los siguientes conceptos.

- Misión: su propósito es identificar y dar a conocer el fin de la organización en la dimensión social, sirviendo como fundamento para la toma de decisiones (Serrano Wiesner, 2020).
- Visión: la organización garantizara sus servicios en un determinado tiempo, de tal forma este ítems identifica hacia dónde va la organización y cuáles son los nuevos retos que la esperan (Serrano Wiesner, 2020).
- Objetivos: a partir de la misión y la visión se establecen las guías que orienten al logro de los resultados (Serrano Wiesner, 2020).
- Política: estas establecen las áreas de trabajo para la toma de decisiones sin embargo son solo lineamientos, es decir no otorgan la decisión estas pueden ser internas, externas y jerárquicas (Serrano Wiesner, 2020).

- Valores: representan los fines filosóficos de los fundadores o administradores del proyecto (Serrano Wiesner, 2020).
- Estrategias: son las acciones orientadas hacia el cumplimiento de los objetivos generales y específicos de la investigación (Serrano Wiesner, 2020).
- Análisis DOFA: es la herramienta funcional para predecir las acciones de la empresa mediante un diagnóstico actual de la misma, marcando los pasos al éxito y los riesgos asociados a su fin (Serrano Wiesner, 2020).

El estudio administrativo además de definir los requerimientos de talento humano y sus funciones abarca lo relacionado con el registro legal de la empresa ante los entes reguladores, la determinación de los valores y principios corporativos, la misión, visión y la estimación de los costos para su ejecución (Serrano Wiesner, 2020), ver figura 2.

Figura 2. Estructura de un estudio administrativo



Fuente: elaboración propia, a partir de (Serrano Wiesner, 2020)

2.1.4. Evaluación financiera

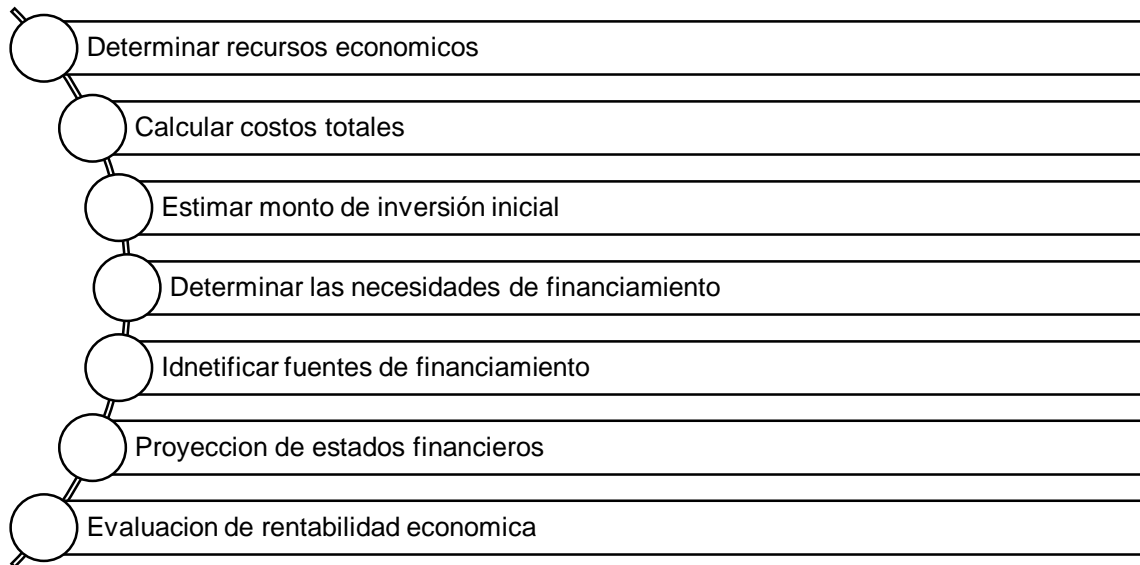
El estudio financiero dentro de un plan de negocios busca analizar la rentabilidad en el tiempo de la empresa, determinando los activos, pasivos, costos y egresos y el periodo de recuperación de la inversión capital; es además la clave para generar el modelo de contabilidad que debe llevar la empresa para garantizar su organización empresarial (González Garagorri, 2019).

Este permite a los inversionistas determinar el periodo de retorno de su inversión, además poder estimar la retribución económica de las cuales se verán beneficiados por su aporte la organización, por otra parte, este análisis facilita a los empresarios a reconocer los precios en que pueden ser ofertados los productos o servicios y la comparación lo ofertado por la competencia.

El estudio financiero es generalmente la fase final de un plan de negocios, pues este integra las estrategias plasmadas en los demás estudios como el de mercado, marketing, técnico y administrativo, hallando la viabilidad en términos económicos, que a fin de cuentas es lo que permite determinar si es factible o no invertir en la idea de negocio y generar proyecciones a corto, mediano y largo plazo (Villarán, 2019).

En su elaboración es importante responder dos preguntas específicas ¿Cuál es la rentabilidad que se espera recibir? ¿Cuánto tiempo tardara en recuperar la inversión?, para ello Villarán (2019), propone las siguientes etapas, ver figura 3.

Figura 3. Etapas del estudio económico y financiero



Fuente: elaboración propia, a partir de (Villarán, 2019).

Los datos plasmados en este estudio se asemejan a la realización de un presupuesto, donde intervienen aspectos de la contabilidad financiera que profundizan en características específicas de las propuestas determinadas en los demás estudios, es preciso resaltar que el plan financiero y económico es diferente para una empresa nueva y el que se realiza para una ya en funcionamiento (Parra & La Madriz, 2017).

2.1.5. Plan de Marketing

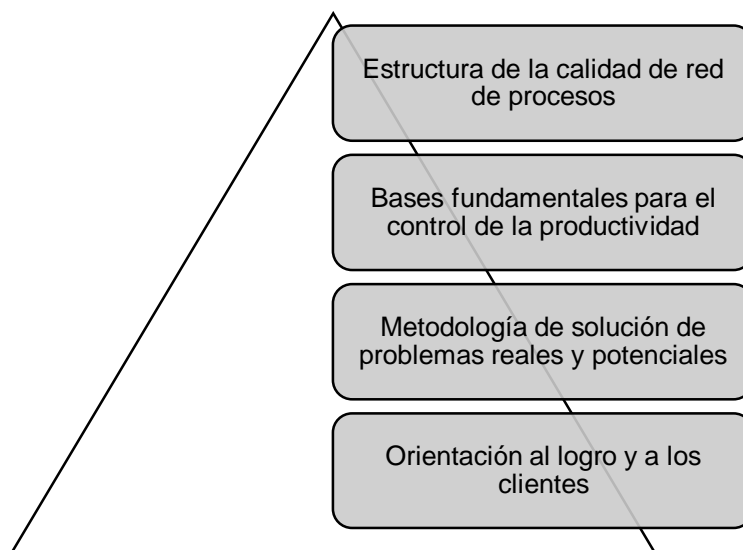
El marketing se encuentra influenciado por los pilares de la gerencia de las organizaciones la cual se enfoca en la gestión humana, las operaciones, logística y parte de las finanzas, sus estrategias se encuentran direccionadas por la planeación estratégica en el estudio de mercado, en este sentido, se puede definir el marketing como el conjunto de acciones encaminadas a hacia la publicidad, la promoción, el mercadeo, las acciones públicas y las ventas, involucra también el servicio

postventa, los canales utilizados en la actualidad se enfocan el marketing digital, donde las tecnologías de la información y las comunicación son el medio de publicidad para llegar al consumidor, no obstante este abarca segmentos más amplios que la sola promoción de productos y servicios (Juárez, 2018).

2.1.6. **Certificación ISO 9001 Y 14001**

La certificación ICONTEC ISO 9001 hace referencia al proceso de implementación del sistema de gestión de la calidad, proporcionando una base sólida para el cumplimiento de factores específicos del sector del mercado, dejando en evidencia la excelencia empresarial por encima de su competencia; dejando orden en la gestión ambiental, seguridad y salud ocupacional y la seguridad alimentaria; esta certificación permite los aspectos mencionados en la siguiente figura:

Figura 4. Parámetros de la certificación NTC ISO 9001



Fuente.(Gómez, 2019)

Debido a la sensibilización social que trajo este nuevo siglo sobre el cuidado y protección del medio ambiente, los procesos de industrialización tuvieron que renovar sus actividades debido a la presión de la sociedad para incluir la dimensión ecológica como conjunto de actividades en la gestión empresarial.

De ahí surgió como estrategia la implementación del sistema de gestión ambiental, el cual se reglamenta en la NTC ISO 14001, el cual cuenta con dos versiones, la primera en el año 2002, y la última sobre el 2015, la cual cuenta con actualizaciones específicas al cambio en el tiempo.

Los sistemas de gestión ambiental deben contar con la estructura para que puedan ser implementados y certificados, esta se presenta en la tabla 5.

Tabla 1.

Requisitos del SGA

Requisito	Descripción
Política Medioambiental	La organización debe comprometerse a realizar sus actividades productivas en pro de minimizar, mitigar y compensar los impactos ambientales que se puedan generar.
Planificación	<ul style="list-style-type: none"> • Se esbozan los aspectos ambientales de la empresa. • Los requisitos legales y administrativos • Los Objetivos y Metas del programa de gestión ambiental.
Implantación y Funcionamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Definir la estructura del SGA y las responsabilidades • Formar, sensibilizar y definir las competencias profesionales requeridas. • Comunicación de las actividades a compromisos a tener en cuenta. • Documentación técnica • Control de las operaciones • Planes de emergencia y capacidad de respuesta
Comprobación y Acción correctora	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento y evaluación de indicadores • Cumplimiento de matriz de requisitos legales. • Acciones de corrección, mitigación y prevención.

Requisito	Descripción
Revisión	– Auditoría Interna y Externa del sistema

Nota: elaboración propia a partir de (ISO, 2015)

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Calidad

Se considera como una capacidad que posee un bien o servicio para satisfacer las necesidades implícitas o explícitas sobre algún ente regulador, otorgando cualidades como requisitos para su funcionamiento; la calidad se relaciona con las percepciones y opiniones individuales de factores diversos como la cultura, el servicio o el producto, garantizando cumplir con las expectativas del usuario (Neira, 2018).

2.2.2. Competitividad

Este concepto esta demarcado como una línea investigativa de la gestión empresarial, siendo esencial para cualquier organización, puesto que, se analizan desde diversos frentes los micro y macroentornos en el segmento del mercado competente; es una de las características que debe tener toda empresa para poder posicionarse en un determinado sector económico, y dentro de la planificación estratégica de la misma, se busca que se planteen metas, políticas, indicadores y procesos de evaluación a diferentes escalas para evidenciar el cumplimiento de la misma. (Carrasco, 2021)

2.2.3. DOFA

Hace referencia al tipo de análisis que alude a las frases que forman la sigla (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) este es aplicado en la gestión empresarial para mejorar las características internas y los riesgos que pueden surgir

en el macroentorno; desarrollar esta metodología permite descubrir o diagnosticar la situación actual de una empresa o proyecto, favoreciendo los procesos de planificación estratégica (Salazar et al., 2019).

2.2.4. Economía circular

Es un concepto que ha surgido a la par con el desarrollo sostenible, de tal forma, busca garantizar la sostenibilidad empresarial, mediante estrategias de ahorro y uso eficiente de productos, materias primas y los recursos naturales (agua, energía, etc), dando vida útil y ganancia a los subproductos o residuos que surgen en los procesos de productividad. (Sánchez, 2020)

2.2.5. Emprendimiento

El emprendedor es aquella persona a la cual se asemeja con la productividad, creación e innovación, que aporta de manera significativa a la sociedad mediante la construcción de ambientes productivos, utilizando los recursos económicos para generar rentabilidad y agrega valor a la actividad que propone intervenir. El emprendedor se encuentra estrechamente relacionado con la administración, quien persigue las oportunidades de negocio para crear valor agregado, además de ello tiene la virtud de asumir riesgos y recibir los beneficios (Quiroz, 2021)

2.2.6. Marketing

El marketing es el método elegido para hacer las negociaciones dentro de un contexto global o sectorizado de un determinado producto o servicio específico, mediante el uso de diferentes herramientas tales como el internet con su constante interacción en redes sociales, o medios publicitarios como prensa, avisos, o la televisión; actualmente se está en el auge del marketing digital puesto que el mundo actual, se ha visto sometido por la tecnología y sus despampanantes anuncios

publicitarios; las estrategias en la actualidad son muchas sin embargo, una organización debe fijarse a una y evaluar el éxito de la misma (Vega, 2021)

2.2.7. Mercado

Tradicionalmente el mercado era entendido como un lugar donde se efectúan los procesos de cambio de bienes y servicios, entre demandantes y oferentes, pero con la aparición de la tecnología, los mercados ya no necesitan un espacio físico. No obstante, por esa razón, hay mercado mientras haya intenciones de comprar y de vender; y los participantes estén de acuerdo en efectuar los intercambios, a un precio acordado. Sin duda, el intercambio se lleva a cabo porque ambos participantes obtienen un beneficio, es decir ambas partes ganan (Muelle, 2019).

2.2.8. Servicio

Dentro del contexto empresarial hace referencia a prestar apoyo, asistencia y asesoría a otra entidad valiéndose de medios materiales y cognoscitivos que dan mérito y criterios sobre situaciones o contextos específicos (Mazuera et al., 2019).

2.2.9. Sistemas de gestión

Son herramientas eficaces de organización empresarial, puesto que se le atribuyen características de control, planificación y automatización de acciones administrativas, facilitando los trabajos específicos de un negocio, reducción de costos y procesos y mejorando los resultados obtenidos.

2.3. Marco legal

En la tabla 1 se mencionan las normas que guardan relación con la ejecución del estudio de viabilidad para la creación de una empresa de consultoría en normas ISO 9001 y 14001.

Tabla 2.

Listado de Normas

Norma	Descripción
Constitución Política de Colombia	<p>Artículo 333 habla sobre de “las disposiciones generales del régimen económico y de la hacienda pública”, el cual trata de los fundamentos a los cuales se tienen que acoger las empresas en Colombia para su funcionamiento y puesta en marcha.</p> <p>Artículo 339, Capítulo 2 “de los planes de Desarrollo” el cual para el registro empresarial se debe acoger teniendo en cuenta los aspectos y normatividades de la administración vigente.</p>
Decreto 410 de 1971	<p>Código de Comercio, dentro de los artículos 10, 13, 14, 19 y 25 habla sobre los conceptos el comercio, las obligaciones para aplicar en el oficio del comerciante.</p>
Ley 115 de 1994	<p>Por la cual se expide la ley general de educación. Art 43 habla sobre la educación informal “Se considera educación informal todo conocimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, entidades, medios de comunicación masiva, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros no estructurados”.</p>
Decreto ley 2150 de 1995	<p>Art 47. Menciona los requisitos especiales para los establecimientos que quieran funcionar legalmente.</p>
Ley 590 de 2000	<p>Los artículos del primero al 47, trata las implicaciones que deben tener presente las micro, pequeñas y medianas empresas en le ejercicio de sus actividades.</p>
Ley 905 de 2004	<p>Modificó a la ley 590, en lo relacionado a las MiPymes del territorio colombiano y en adición dictamina otros parámetros importantes del sector comercio.</p>
Ley 1014 de 2006	<p>“De fomento a la cultura del emprendimiento”. En el Artículo 20 esta Ley trata sobre el emprendimiento, relaciona las medidas de apoyo a la conformación de empresa, la organización de emprendimientos y la sostenibilidad de estos.</p>
Decreto 1879 de 2008	<p>por el cual se reglamentan los requisitos documentales exigibles a los establecimientos de comercio para su apertura y operación.</p>
Decreto 2904 de 2009	<p>Capítulo V “La oferta de educación informal tiene como objetivo brindar oportunidades para complementar, actualizar, perfeccionar, renovar o profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas”. Dicta las medidas que debe seguir los cursos de educación informal.</p>
Ley 1429 de 2010	<p>Trata lo relacionado con la generación de empleo proveniente de las empresas nuevas.</p>
Decreto Nacional 1510 de 2013	<p>Se decretan y reglamentan los sistemas de compra y contratación pública.</p>

Norma	Descripción
Ley 1562 de 2014	Por la cual se modifica el sistema de riesgos laborales y se dictan otras disposiciones en materia de salud ocupacional, norma importante que busca garantizar la protección y promoción de salud de los trabajadores.
Decreto 957 de 2019	Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1, de la Parte 2 del Libro 2, del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo, y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011. Habla de las micro, pequeñas y medianas empresas.
Ley 2069 de 2020	“Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia”

Fuente: elaboración propia

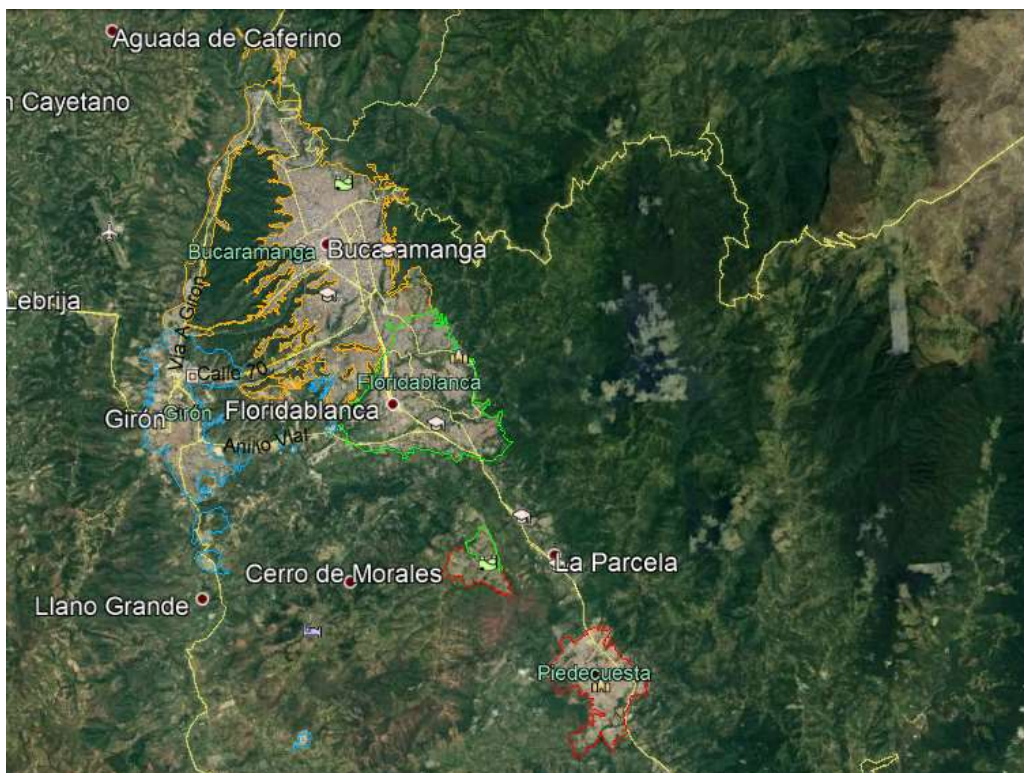
2.1. Marco geográfico

El área de acción donde se proyecta ofertar los servicios de la empresa de certificación de normas NTC ISO 9001 y 14001 s es en el Área Metropolitana de Bucaramanga (AMB), la cual se conforma de cuatro municipios entre ellos la capital de Santander Bucamanga y los demás son Floridablanca, Piedecuesta y Girón, donde hay gran cantidad de sectores económicos, considerada como la quinta ciudad más importante de Colombia (Higuera, 2018).

El Área metropolitana de Bucaramanga tiene límites con los municipios de Lebrija, Tona, Guaca, Cepitá, Aratocha y los Santos, Matanza, Charta, Rionegro, Betulia, Sabana de Torres y Zapatoca, y cuenta con una superficie total es de 1,479 km² con un uso de suelo netamente urbano.

En la figura 4 se representa la ubicación geográfica a nivel nacional y departamental del AMB, así como una el polígono de su extensión.

Figura 1. Polígono Área Metropolitana de Bucaramanga



Fuente: elaboración propia, a partir de (Google Earth, 2022)

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Investigación

El tipo de investigación que más se asemeja a este estudio es la descriptiva, pues busca describir las características de un fenómeno o de una población en específico con la finalidad de representar las implicaciones de su comportamiento (Hernández, 2018). Dada esta aclaración, el presente plan de negocios busca mediante la investigación de descriptiva la aclaración de las preferencias de la demanda es decir de los consumidores del servicio de certificación en las NTC ISO 9001 y 14001.

Por otro lado, se preciosa aplicar este tipo de investigación a los demás procedimientos en el desarrollo del plan de negocios, con la finalidad de obtener resultados que describan las condiciones reales del mercado, las condiciones técnicas y de operatividad, así como los aspectos administrativos y financieros que permitan reconocer la viabilidad del emprendimiento.

3.2. Enfoque

Se seleccionó el enfoque cualitativo pues guarda mayor relación con los rasgos que se quieren analizar en el proyecto, este enfoque se representa en las cualidades y características determinantes que permiten llegar a conclusiones acerca de los hechos y la forma en que estos ocurren (Bernal, 2016). Es preciso recalcar que, aunque existan procesos de recolección de información primaria donde se determinan valores numeritos, la investigación sigue manteniendo el enfoque cualitativo pues el objetivo no es determinar una cantidad y basar las conclusiones en esta, si no resaltar las cualidades de mayor importancia para el estudio.

3.3. Método

El método se determinó teniendo presente que el estudio se direcciona desde premisas particulares hacia la generalidad, en este sentido aplica el método inductivo, donde los procedimientos que son utilizados para obtener datos provienen fuentes de información primaria, en estos la recolección de situaciones particulares en una muestra fiablemente representativa permite establecer postulados generales de comportamiento (Andrade Zamora, et al, 2018).

El método inductivo en el estudio de viabilidad se orienta a determinar desde la particularidad de la muestra en el estudio de mercado, las implicaciones de macroentorno y el microentorno para determinar las oportunidades que tienen la empresa en el segmento del mercado, así mismo, las características del consumidor permiten reconocer de manera general las preferencias en el servicio de certificación, a fin de mejorar la oferta del mismo.

3.4. Fuentes e instrumentos de información

Las fuentes de información se utilizadas serán primarias, pues es necesario la recolección de datos del consumidor que en este caso serán empresas de diversos sectores en el área metropolitana de Bucaramanga, para ello el instrumento de recolección de la información será una encuesta.

Por otra parte, se aplicara la recolección de fuentes de información secundaria, donde se recopile información proyectada por otros autores de las cuales se puede extraer datos valiosos para el presente plan de negocios, en este sentido las fuentes de información secundaria serán aplicadas en la obtención de proveedores, análisis de macro y micro entorno, precios del mercado y procedimientos del servicio, entre otros, donde se utilicen bases de datos de verifacas como de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, ente otros.

3.5. Metodología

Como resultado general se espera tener el documento del estudio de viabilidad con todos los requerimientos que se incluyen dentro del proceso para el análisis de la creación de la empresa que certifique las NTC ISO 9001 y 14001, adaptándose a los nuevos tiempos y las necesidades de oferta y demanda de la segmentación del mercado. Dentro de los resultados específicos que se espera obtener son los siguientes:

3.5.1. Estudio de Mercados

Se definirá el macroentorno y microentorno del sector, para luego establecer las oportunidades, debilidades, amenazas y fortalezas condensadas en la matriz, para diseñar las estrategias del modelo de marketing adecuado, y se espera identificar el segmento del mercado y la aceptación de los servicios ofrecidos por los clientes.

3.5.2. Evaluación Técnica

Tiene como fin determinar el diagrama de procesos del algoritmo empresarial que maneja una entidad, para delegar funciones y mantener la armonía en el contexto de producción, Se espera lograr definir los procesos que se deben llevar a cabo para dar orden a la empresa.

3.5.3. Evaluación Administrativa

Este plan da cumplimiento a los requisitos legales, a definir su estructura organizacional y de procesos de la empresa y se espera obtener Generalidades de la empresa (misión, visión y nombre), aspectos legales de la empresa y su organigrama

3.5.4. Evaluación Económica- Financiera

Busca analizar la rentabilidad en el tiempo de la empresa, determinando los activos, pasivos, costos y egresos y el periodo de recuperación del capital; es además la clave para generar el modelo de contabilidad que debe llevar la empresa para garantizar su organización empresarial, se espera definir la viabilidad financiera de la empresa a futuro.

3.5.5. Evaluación Ambiental

Las actividades comerciales generan impacto en el medio ambiente, dependiendo de la naturaleza de su razón, alguna más que otras, claro, pero ninguna está exenta de ello, por consiguiente, se deben definir las afectaciones que esta genere y sus estrategias para mitigar y prevenirlas; se espera definir los impactos ambientales generados por la empresa y las medidas de prevención necesarias.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

4.1. Estudio de Mercados

El estudio de mercados se hizo con la finalidad, de evidenciar diversos factores empresariales que se deben tener en cuenta para participar en la segmentación del mercado; así las cosas, para realizar se recurrieron a las actividades presentadas en la tabla 3.

Tabla 3.

Actividades realizadas en el estudio de mercados

Actividades	Descripción
Análisis FODA	Se realizó inicialmente un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, mediante la creación de la matriz FODA, logrando tener una visión un poco más amplia de la empresa y a lo que se enfrenta dentro del mercado
Objetivos del mercado	Se plantearon una serie de objetivos a corto, mediano y largo plazo, orientados a ingresar a la competencia del sector de servicios empresariales en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.
Segmentación del mercado	En esta actividad tuvo como fin, definir las características específicas del mercado al cual va dirigido los servicios de la empresa de certificación de Normas ISO 9001 y 14001.
Estudio de competencia	Teniendo el segmento del mercado, se buscaron cuáles son las empresas con fines similares a las de estudio, para evidenciar el grado de competitividad necesaria para entrar adecuadamente a la oferta.
Matriz de análisis de competencia	La matriz de análisis de la competencia se hizo colocándole una ponderación a ciertos atributos que tiene las empresas relacionadas, como precios, formas de pago, trayectoria, logrando establecer cuál de ellas tiene un mayor puntaje frente a otras.
Información del mercado	Finalmente se hizo un análisis de la información del mercado de manera general, como estrategia de conocimiento empresarial en Colombia, y su comportamiento en el aporte económica.
Encuesta de percepción y análisis	Concluido el estudio del macroentorno de la empresa, se hizo una encuesta, de tal, forma se determinó la muestra

Actividades	Descripción
	representativa de la posible oferta y se formularon 10 preguntas relacionadas con los servicios ofrecidos, teniendo una percepción, global de los clientes potenciales.
Demanda potencial	A partir de los resultados obtenidos en las actividades anteriores, se determinó cual es la demanda potencial a corto, mediano y largo plazo para la empresa de certificación de normas ISO 9000 y 14001
Estrategias de marketing	La estrategia de márketing se analizó escogiendo el modelo MIX, de tal forma, se planeó la estrategia de determinación de precio, plaza y promoción.

Nota. Elaboración propia

4.2. Evaluación Técnica

La evaluación técnica, se obtuvo a partir del análisis de mercado, permitiendo conocer la capacidad empresarial que tiene la organización para iniciar sus actividades y ser competencia dentro del sector de estudio, así las cosas, se realizaron las actividades formuladas en la tabla 4.

Tabla 4.

Actividades de la evaluación técnica

Actividades	Descripción
Objetivos	Se planificaron los objetivos del estudio técnico de la empresa, a corto, mediano y largo plazo.
Descripción de servicios	En esta actividad se hizo descripción de los servicios que ofrecerá la empresa, identificando cuales son aquellos valores agregados comparados con los de sus competidores.
Sistema de prestación de servicios	Esta actividad tuvo como fin, establecer la modalidad en la cual se prestarán los servicios.
Ubicación de la empresa	Se determino una dirección de la empresa, se estipuló su ubicación para el caso de correspondencia, o la atención particular de sus clientes.
Procedimientos de mejora continua	Se definieron los aspectos de evaluación continua, para mejorar los procesos a medida que vaya creciendo la empresa en el mercado.

Nota. Elaboración propia

4.3. Evaluación Administrativa

La evaluación administrativa permitió identificar los factores internos de la planificación estratégica relacionada con la identidad de la empresa en la actualidad y la proyección a futuro, así como los compromisos morales de esta con sus clientes y propia, de igual manera, en esta evaluación de logro definir los integrantes otorgando a cada uno un perfil y las funciones necesarias para el funcionamiento de los servicios prestados, por último se establecieron los requerimientos para la constitución legal de la empresa, a continuación se relacionan las actividades desarrolladas.

Tabla 5.

Actividades de la evaluación administrativa

Actividades	Descripción
Objetivos	En este apartado se definieron los objetivos específicos relacionados con las funciones esperadas de la evaluación administrativa.
Declaración de principios corporativos	Se establecieron los principios fundamentales de la empresa como la visión, la misión y los valores corporativos, los cuales se centraron en la identidad que quiere reflejar la empresa ante lo clientes.
Estructura organizacional	Comprendió en describir el perfil del talento humano incluyendo el requerimiento profesional, el grado de experiencia, y las aptitudes para ocupar el cargo. Posterior a ello de definido el organigrama donde se observa jerárquicamente los cargos y se proponen las funciones de cada uno de estos.
Constitución legal	En la constitución legal de la empresa se establecieron los parámetros administrativos necesarios para que la empresa se constituya ante la Cámara de Comercio y demás entidades del estado donde se requiere registro y pago de impuestos.

Nota. Elaboración propia

4.4. Evaluación Financiera

La evaluación económica de la empresa se propuso como una medida para determinar recursos necesarios en la puesta en marcha de la empresa, con la finalidad de determinar su rentabilidad en un lapso de tiempo de cinco años, en este sentido se aplicaron una serie de estimaciones económicas y financieras que permitieran solventar un precio asequible para el consumidor de los servicios ofertados por HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001 de 2015. En esta fase se realizaron las actividades de la siguiente tabla.

Tabla 6.

Actividades de la evaluación ambiental

Actividades	Descripción
Objetivos	Se planificaron los objetivos de la evaluación financiera y económica de la empresa, teniendo presente estimaciones cuantitativas de recursos.
Estimación de ventas	Se aplicó un crecimiento conservador de las horas de tutorías anuales y el valor de ganancias de acuerdo con el precio establecido por hora de tutoría. También se incluyeron los sueldos del personal, las ganancias de los tutores por hora de tutoría y el promedio del IPC.
Estructura de costos	Se definieron los costos variables y fijos de la operación y además se estimaron los activos fijos tangibles e intangibles requeridos por la empresa.
Utilidad operacional	En este se compiló los costos de operación y se definió la utilidad de cada asesoría llegando a obtener un precio de venta en \$90.000 por hora.
Estructura de inversión y modelo financiero	Se compiló los activos tangibles, intangibles y los costos fijos y variables de operación, obteniendo el valor total de la inversión, de la cual los socios aportaron un porcentaje y otro porcentaje financiado por bancos, con ello se procedió a establecer el precio de los intereses y la modalidad de financiamiento.
Depreciaciones y amortizaciones	A los activos de la empresa se les aplicaron porcentajes de amortización y depreciación en cinco años.
Estado de ganancias y pérdidas y punto de equilibrio.	Se estimó la utilidad bruta, la utilidad de operación, la utilidad antes de impuestos y finalmente la utilidad neta, posteriormente se calculó el punto de equilibrio anual.

Actividades	Descripción
Flujo de caja	Se analizaron dos flujos de caja el económico y por otro lado el financiero donde se incluye el prestado del banco, luego de analizan el Valor Actual neto para cada uno de ellos y el periodo de retorno de la inversión en años.

Nota. Elaboración propia

4.5. Evaluación Ambiental

La evaluación ambiental, surge como estrategia empresarial, en estos tiempos donde la adaptación y mitigación ante los efectos del cambio climático es esencial, de tal forma, toda actividad económica debe ir de acuerdo a los objetivos del desarrollo sostenible; así las cosas, en esta fase se realizaron las actividades de la siguiente tabla.

Tabla 7.

Actividades de la evaluación ambiental

Actividades	Descripción
Objetivos	Se definieron los objetivos a corto, mediano y largo plazo en lo que respecta a la gestión ambiental que tendrá la empresa.
Responsabilidad Empresarial	Se designo la responsabilidad que tiene la empresa incluyendo todo el personal y clientes potenciales, en cuanto al manejo de la gestión ambiental, económica y productiva.
Estrategias de Sostenibilidad	Se definieron las estrategias de sostenibilidad, en busca de generar ahorro y usos eficiente de los recursos naturales y la gestión de los residuos sólidos.
Impactos Ambientales	Se definieron cuales son los impactos ambientales que puede llegar a ocasionar las actividades realizadas por la empresa.

Nota. Elaboración propia

5. RESULTADOS

5.1. Estudio de Mercados

El estudio de mercado permitió identificar el potencial que tendrá la empresa de certificación de normas ISO 9001 Y 14001 de 2015 dentro su segmentación en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, de tal forma, este tiene como fin presentar los objetivos, el análisis de la competencia, y la matriz FODA, en los siguientes ítems.

5.1.1. Análisis FODA

El análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas es esencial para cualquiera empresa, así las cosas, la empresa de certificación de normas, determino dichos parámetros mediante la elaboración de la respectiva matriz en la Tabla 8.

Tabla 8.

FODA

Fortalezas	Debilidades
Cuenta con profesionales expertos en normatividad internacional	La empresa no tiene aún posicionamiento en el mercado
Su campo de aplicación abarca la gran mayoría de los sectores económicos	La empresa aun no cuenta con auditores certificados para ofrecer los servicios
El trabajo o asesoramiento es personalizado, permitiendo llegar a las necesidades específicas del cliente	No hay una estructura organizacional y legal definida
Existe poca oferta en el mercado colombiano	La empresa aun no cuenta con un cuerpo de profesionales significativo para abarcar la demanda de la ciudad ni estructura de marketing para su plan de negocios
Oportunidades	Amenazas
En la actualidad no hay muchas empresas que cuentan con la certificación ISO 9001 y 14001	Legalizar la empresa implica cumplir con los impuestos relacionados como el IVA al 19 %,

ya que cada cinco años requieren de actualización	y otros posibles ajustes que se hagan en las reformas tributarias del país
Dentro de las metas del desarrollo sostenible el ODS 9 busca la innovación de la industria dentro de sus estrategias se encuentra la calidad y la adecuada gestión ambiental	No todas la empresas se quieren certificar en las normas pese al prestigio que esta les otorga
La inclusión de la empresa en el mercado hace un aporte al PIB de la región.	Las empresas desisten de continuar con los sistemas de gestión debido a la complejidad de estos
Las empresas requerirán de, asesorías constantes lo cual hace rentable la organización.	Los servicios no son tan conocidos dentro de la industria en Santander

Nota. Elaboración propia

A partir de los resultados obtenidos en la matriz FODA, se elaboraron las estrategias uniendo una oportunidad y amenaza, con las debilidades y fortalezas, teniendo así una visión integral de lo que debe tener en cuenta la empresa de certificaciones ISO 9001 Y 14001 para posicionarse en el mercado.

En consecuencia, en la Tabla 9 se presenta la matriz de estrategias del análisis FODA previamente realizado.

Tabla 9.
Estrategias del análisis FODA

	Fortalezas	Debilidades
	F1: Cuenta con profesionales expertos en normatividad internacional	D1: La empresa no tiene aún posicionamiento en el mercado
	F2: Su campo de aplicación abarca la gran mayoría de los sectores económicos	D2: La empresa aun no cuenta con auditores certificados para ofrecer los servicios
	F3: El trabajo o asesoramiento es personalizado, permitiendo llegar a las necesidades específicas del cliente	D3: No hay una estructura organizacional y legal definida
	F4: Existe poca oferta en el mercado colombiano	D4: La empresa aun no cuenta con un cuerpo de profesionales significativo para abarcar la demanda de la ciudad ni estructura de marketing para su plan de negocios
Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
A1: Legalizar la empresa implica cumplir con los impuestos relacionados como el IVA al 19 %, y otros posibles ajustes que se hagan en las reformas tributarias del país	A1F4: la creación de la empresa implica un reconocimiento en el mercado. A2F2: Un plan de marketing ofreciendo asesorías puede hacer que se impliquen más las empresas A4F4: Se requiere ofrecer los servicios mediante redes sociales para tener mayor oferta en el mercado	D1A4: al posicionar la empresa se puede obtener mayor demanda en el mercado. D3A4: Legalización de la empresa para participar en el mercado de la ciudad de Bucaramanga.
A2: No todas la empresas se quieren certificar en las normas pese al prestigio que esta les otorga		
A3: Las empresas desisten de continuar con los sistemas de gestión debido a la complejidad de estos		
A4: Los servicios no son tan conocidos dentro de la industria en Santander		
Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO
O1: En la actualidad no hay muchas empresas que cuentan con la certificación ISO 9001 y 14001 ya que cada cinco años requieren de actualización	F2O1: Dado que el campo es amplio con un plan de marketing adecuado se puede lograr obtener una demanda significativa F4O2: Pese a que hay poca oferta los lineamientos del Estado se encaminan hacia el desarrollo sostenible haciendo que las empresas se certifiquen en estas normas	D1O2: con un plan de marketing fomentando el desarrollo sostenible se pueden vincular más empresas a obtener la certificaciones. D3O3: al legalizar la empresa se participa en la economía de la región obteniendo prestigio.
O2: Dentro de las metas del desarrollo sostenible el ODS 9 busca la innovación de la industria dentro de sus estrategias se encuentra la calidad y la adecuada gestión ambiental		
O3: La inclusión de la empresa en el mercado hace un aporte al PIB de la región.		
O4: Las empresas requerirán de, asesorías constantes lo cual hace rentable la organización.		

Nota. Elaboración propia.

5.1.2. Objetivos del mercado

Los objetivos se formularon, desde la perspectiva del mercado, y con el fin de generar el emprendimiento en este tipo de proyectos, se establecen los siguientes a corto, mediano y largo plazo.

5.1.2.1 Corto plazo

Participar en el mercado del sector de la educación, mediante el asesoramiento y guía a las empresas de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana que requieran obtener, las certificaciones ISO 9001 e ISO 14001 cobijando entre un 0.5 al 1 % de empresas total a un año.

5.1.2.2 Mediano plazo

Posicionar a la empresa de certificación de normas ISO 9001 e ISO 14001 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, siendo una de las empresas más reconocidas en lo que respecta en el asesoramiento de cuestiones de control de calidad y ambiental

5.1.2.3 Largo plazo

Alcanzar el reconocimiento empresarial entre el 2 al 10 % de las empresas de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, siendo esta organización pionera en las asesorías que respectan a estas normas internacionales.

5.1.3. Segmento del mercado

La segmentación del mercado es esencial para identificar la competencia directa que tiene la empresa certificadora de normas ISO 9001 e ISO 14001 y a partir de ellas generar las estrategias que más se adaptan dentro de los procesos de marketing para llegar a los clientes potenciales.

En consecuencia, teniendo en cuenta la información de la Cámara de Comercio de Bucaramanga y las cifras del Registro Único Empresarial y Social (RUES) la proyección de la población para el año 2022 se estima alrededor de 1´122.945 habitantes, por consiguiente, los datos reportados dentro del sector empresarial se distribuyen de acuerdo con la información presentada en la Tabla 10.

Tabla 10.
Segmentación del mercado

Tipo de Empresa	Cantidad de Empresas
Microempresa	62.050
Pequeña Empresa	2.798
Mediana Empresa	683
Grandes Empresas	102

Nota. Tomado de Cámara Directa (2022)

De acuerdo con la información registrada en la Tabla 10, el público objetivo y misional de la empresa de certificación de normas ISO 9001 e ISO 14001 es de aproximadamente 65000 empresas; no obstante, se recalca que, dentro del portafolio de los servicios, no solo busca implementar los sistemas de gestión, sino brindar la asesoría para el manejo de estos; por consiguiente, en la Tabla 11 se presentan las características del mercado objetivo.

Tabla 11.
Características de la segmentación del mercado

Segmentación	Subsegmento	Características
Demografía	Sector empresarial	Empresarios de cualquier sector empresarial
Geografía	Región	Santander
	Ciudad	Bucaramanga (Área Metropolitana)
Rasgos socioculturales	Tipo de empresas	Cualquier tipo
	Ocupación	MiPyme Grandes empresas

		Instituciones privadas
		Instituciones públicas
Estrato socioeconómico		0, 1 y 2 Clase baja
		3, 4 clase media
		5, 6 clase alta
Factores psicoanalíticos	Factores	Falencias en la gestión ambiental
		Calidad empresarial
		Cumplimiento de estándares internacionales
		Relación precio vs tiempo
Uso del servicio	Frecuencia	entre 1 a 3 veces por semestre
	Objetivo	Personales de acuerdo a la empresa que requiera el servicio
	Localización	Virtual o presencial de acuerdo con las necesidades
	Beneficio	Mayor calidad empresarial
Organización y prestigio empresarial		

Nota. Elaboración propia a partir de la revisión documental.

5.1.4. Análisis de la competencia

Para el caso de estudio del análisis de competencia se referenciarán las empresas con mayor incidencia en Bucaramanga y su área metropolitana, en consecuencia, se escriben las siguientes.

5.1.4.1 M&M INGENIERÍA - CONSULTORÍA S.A.S

Esta empresa se ubica en el barrio Asturias II presta sus servicios para el diseño, documentación, implementación y auditoría interna para certificar los sistemas de gestión de acuerdo con las normas de calidad ISO 9001, Medio Ambiente ISO 14001, Seguridad Vial ISO 3001, Seguridad y Salud en el Trabajo OSHAS 18001, y el registro de uniforme de evolución de los sistemas de gestión para contratistas RUC y NORSOK – S-006; dentro de sus productos ofrecen adaptabilidad y versatilidad a las necesidades empresariales (M&M Ingeniería, 2022)

5.1.4.2 S&H CONSULTORES HSEQ S.A.S

Esta empresa se ubica en el barrio san alonso está constituida por sociedad de acciones simplificadas ofrece servicios principalmente de auditoría, asesoría e implementación de los sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo y la NTC ISO 9001 de gestión de calidad esta más encaminada a ofrecer su portafolio hacia las entidades o empresas pertenecientes al sector de la salud. (El Economista, 2022b)

5.1.4.3 GESTIÓN INTEGRAL EN HSEQ LTDA.

Se ubica en el centro de la ciudad, ofrecen los servicios de certificación en normas internacionales ISO 9001,14001 y las OHSAS 18001, está constituida como sociedad limitada y presta sus servicios principalmente al sector de la salud, no cuenta con presencia en el mercado digital sin embargo lleva más de 10 años de experiencia (Directorio-Empresas, 2022)

5.1.4.4 HSEQ CONSULTORES LTDA

Es una empresa que se ubica en el sector de cabecera y presta los servicios de asesoría, certificación y documentación para las normas NTC ISO 14001,9001 OSHAS 18001 en lo que compete en la gestión ambiental de seguridad y salud en el trabajo y de calidad; de igual forma que las anteriores no cuenta con una presencia significativa de promoción en el mercado virtual (El Economista, 2022a).

5.1.5. Matriz de competitividad

En la tabla 12, se destaca el análisis de perfil de competitividad teniendo en cuenta ciertos factores claves como el posicionamiento en el mercado, los precios manejados, la antigüedad empresarial, las modalidades de pago, el portafolio de servicios y su ubicación, de tal forma, cada uno de estos factores cuentan con unos

porcentajes otorgados por los autores, para identificar cuál de las empresas cuenta con mayor competencia para la organización de estudio.

Tabla 12.

Matriz de análisis de competencia

Factores de competencia	(%)	(A)		(B)		(C)		(D)		(E)	
		C	P	C	P	C	P	C	P	C	P
Portafolio de servicios	20%	5	1	4	0.8	4	0.8	5	1	4	0.8
Precios	25%	4	1	5	1.25	4	1	3	0.75	4	1
Modalidad de pago	10%	5	0.5	3	0.3	5	0.5	3	0.3	5	0.5
Antigüedad en el mercado	15%	1	0.15	5	0.75	5	0.75	5	0.75	4	0.6
Posicionamiento de la marca	20%	1	0.2	5	1	5	1	5	1	4	0.8
Ubicación	10%	2	0.2	1	0.1	5	0.5	4	0.4	1	0.1
Total	100%		3.05		4.2		4.55		4.2		3.8
Promedio											

Nota. Donde (A): Empresa de estudio; (B) M&M Ingeniería (C) S&H consultores (D) Gestión Integral HSEQ; (E) HSEQ Consultores; las siglas C y P, corresponden a calificación y ponderación respectivamente. Elaborado por los autores.

De acuerdo con los resultados obtenidos anteriormente, la empresa S&H consultores tiene el porcentaje más alto de competitividad superando por 1.5 puntos a la de estudio y además de esta a 0.8 puntos adicionales a la media de competencia del mercado evaluado; la empresa que menor porcentaje obtuvo fue HSEQ consultores puesto que no cuenta con mucho reconocimiento en la ciudad de Bucaramanga, y su trabajo se limita a solo un sector del mercado que es el de la salud.

Así las cosas, la empresa de estudio se encuentra 0.5 puntos por debajo del promedio, lo que requiere implementar acciones y estrategias que garanticen una mayor participación en el segmento del mercado de tal forma se proponen las siguientes:

- Vincular mayor cuerpo de profesionales que abarquen las metodologías de las empresas, para contextualizar a las necesidades específicas.

- Realizar estrategias de marketing significativas mediante la publicidad en redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter, dándose a conocer al segmento objetivo del mercado, y al público orgánico que manejan estas plataformas.
- Dar a conocer el portafolio de servicios de consultoría y certificación de las Normas ISO 9001 y 14001 y la percepción del cliente frente a estos, ajustándose constantemente a los procesos de mejora continua.

5.1.6. Formulación y tabulación de encuesta

Se elaboro la encuesta con 10 preguntas, principalmente de selección múltiple con diversas respuestas, y algunas abiertas de párrafo corto, para tal se utilizó como medio de publicación, la aplicación de formularios de Google, así las cosas, el enlace de verificación fue (<https://forms.gle/XsV2TchR4XYZUUEd7>) y cuyo formato se encuentra en el Apéndice A.

De acuerdo con la Cámara de Comercio, el área metropolitana de Bucaramanga cuenta con más de un 60 mil empresas (Cámara Directa, 2022); razón cual, para determinar la muestra representativa se ha de usar la expresión matemática para poblaciones infinitas, puesto que estas se usan cuando el valor de global de la población supera los 1000 usuarios (A. Rodríguez & Rodríguez, 2019).

Así las cosas, la encuesta fue diseñada como instrumento de recolección de información aplicado a los empresarios, como población total de estudio (N), del área metropolitana de Bucaramanga, estableciendo un margen de error en la muestra (e) de $\pm 7\%$, un nivel de confianza (Z) del 95 %, y una probabilidad a favor (p) 0.5 y en contra de 0.5 (q), haciendo uso de la siguiente expresión matemática para determinar la muestra representativa.

Ecuación 1. *Muestra representativa para poblaciones infinitas*

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2}$$

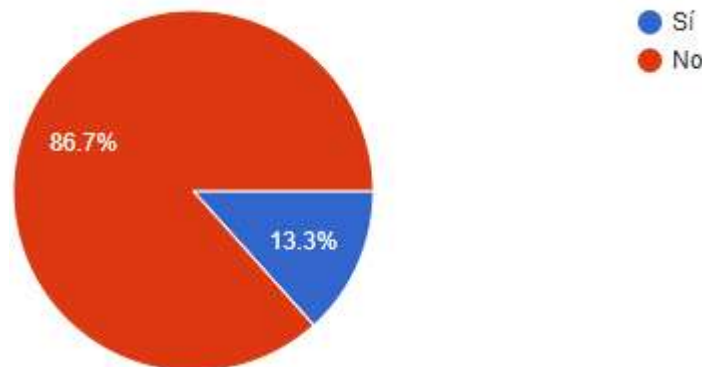
Aplicando la fórmula se obtendría

$$n = \frac{(0.95)_{\alpha}^2 * 0.5 * 0.5}{7\%^2} = 134 \text{ empresas encuestadas.}$$

De acuerdo con el dato obtenido, se distribuyó la encuesta dentro de la comunidad mediante grupos de difusión, haciendo uso de redes sociales, grupos empresariales, con el fin de registrar las 134 encuestas, por consiguiente, al obtener estos datos se hizo la tabulación y análisis de la información mediante herramientas gráficas como Microsoft Excel.

En cuanto a la primera figura del cuestionario en la figura 5 se evidencia que el 86.7 % de los encuestados nunca ha contratado un servicio de asesoría para certificarse en normas internacionales.

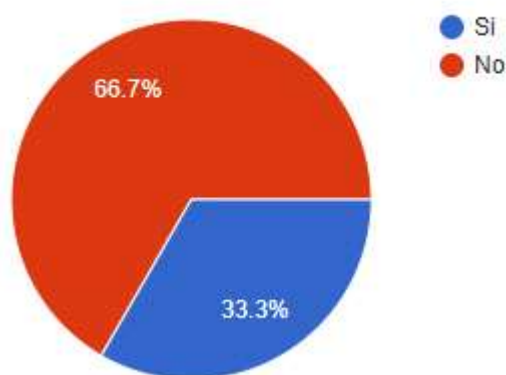
Figura 5. ¿Alguna vez ha contratado servicios de asesoría para certificarse en normas internacionales?



Fuente. El autor

Asimismo, en la figura 6 se cuestiona sobre si no lo ha hecho por falta de recursos donde el 66.7 % manifestaron que no es así, demostrando que existe una falta de interés por parte de algunas empresas para lograr certificarse.

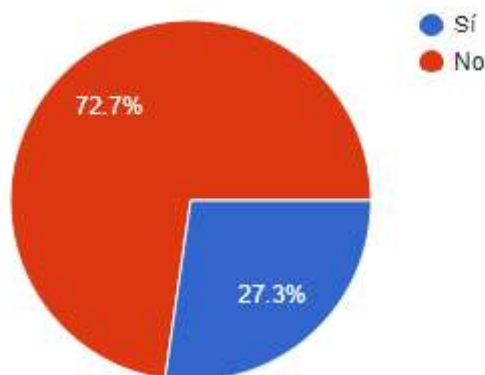
Figura 6. Si no lo ha hecho ¿se debe a falta de recursos?



Fuente. El autor

Aquellas empresas que contestaron que, si han tenido asesoría, posteriormente manifestaron que la experiencia no fue la mejor, teniendo así un campo para evidenciar a futuro las falencias de otras empresas frente al servicio ofrecido.

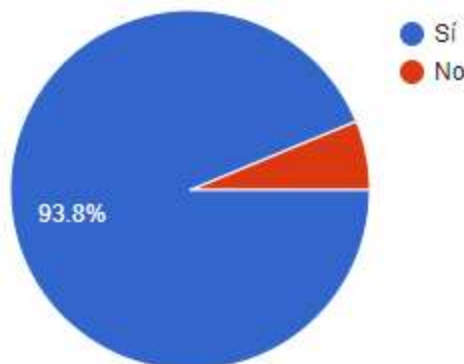
Figura 7. Si lo ha hecho ¿la experiencia ha sido alta con este tipo de experiencias?



Fuente. El autor

Así mismo se indagó sobre la importancia de estas certificación donde el 93.58% de la población manifestó que la calidad y la gestión ambiental son aspectos fundamentales para el crecimiento empresarial (ver figura 8).

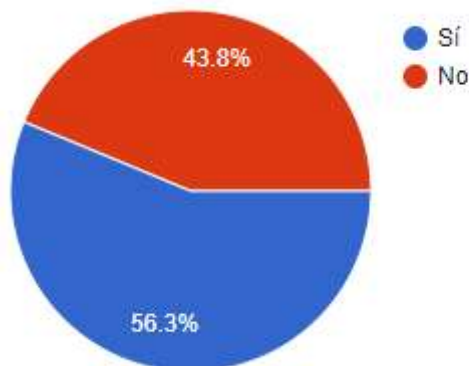
Figura 8. ¿Considera que la calidad y la gestión ambiental son necesarias en la empresa?



Fuente. El autor

En la figura 9 se preguntó si las redes sociales son el medio por donde contactan a las empresas de certificación en normatividad internacional, hallando que el 56.3% manifiesta que sí.

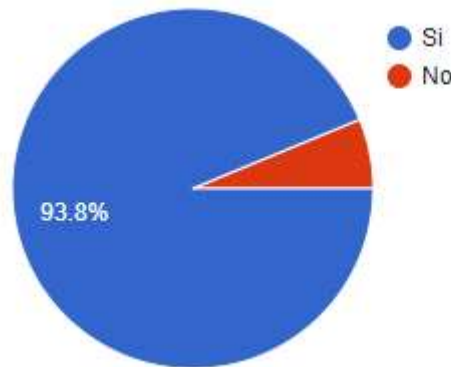
Figura 9. ¿Busca por medios como redes sociales información sobre empresas de certificación en normas internacionales?



Fuente. El autor

En la figura 10 se interrogó sobre las recomendaciones de estas empresas para el sector donde el 93.8 % dijo que efectivamente, el contacto con estas asesorías se basa en recomendaciones de otras organizaciones o de personas.

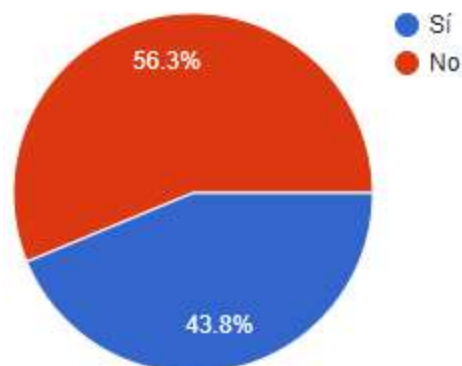
Figura 10. ¿Para contratar este tipo de asesorías y consultorías su empresa se basa en recomendaciones de otras empresas o personas?



Fuente. El autor

Se indagó sobre si la empresa consulta asesores independientes para certificarse en las normas internacionales, hallándose que el 56.3 % manifestó que no, lo que indica que prefieren recurrir a empresas (ver figura 11).

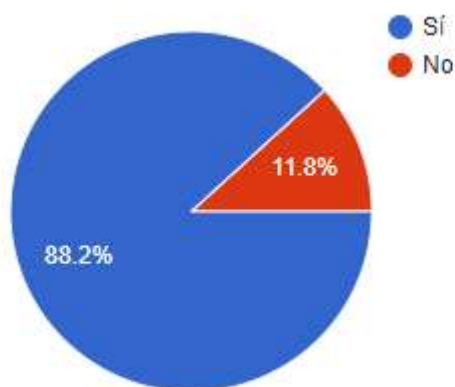
Figura 11. ¿Su empresa ha buscado asesores independientes para certificarse en las normas internacionales?



Fuente. El autor

Asimismo, el 88.2% de los encuestados manifestaron que con la asesoría y certificación en este tipo de normas internacionales su empresa mejoraría su gestión interna y su calidad, tal como se evidencia en la figura 12.

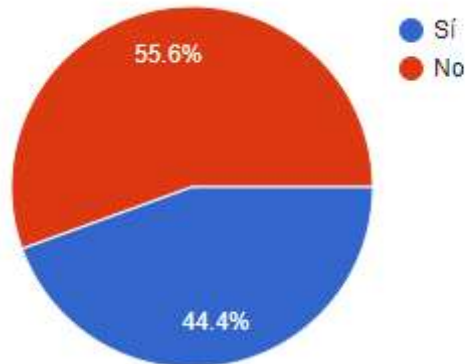
Figura 12. ¿Piensa usted que si contrata los servicios de consultoría HSEQ la gestión interna de su empresa mejorará y se fortalecerá?



Fuente. El autor

En cuanto al valor de los servicios de consultoría, las empresas manifestaron que el 55.6 % no estaría dispuesto a pagar más de \$4.000.000 para adquirir los servicios de consultoría.

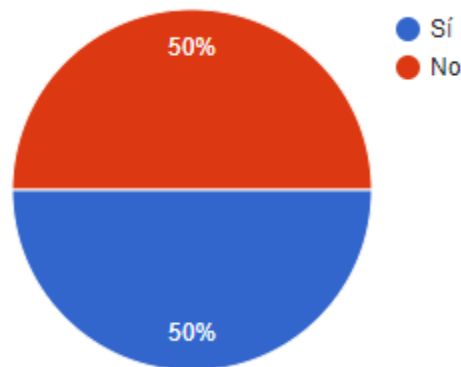
Figura 13. ¿Está dispuesto a pagar más de \$ 4'000.000 por adquirir los servicios de consultoría para certificarse en las normas internacionales ISO 9001 e ISO 14001?



Fuente. El autor

Finalmente, se indagó sobre los beneficios de recibir las asesorías orientadas a los sistemas integrados de gestión HSEQ, hallándose un resultado imparcial donde el 50 % manifestó que si los conoce, y el restante no.

Figura 14. ¿Sabe usted cuales son los beneficios de recibir una asesoría en consultoría HSEQ?



Fuente. El autor

5.1.7. *Demanda potencial*

A partir de los resultados arrojados por el instrumento de recolección de información, aplicado a los empresarios de la ciudad de Bucaramanga, pertenecientes a diferentes sectores económicos, se puede deducir, que a corto plazo la empresa de certificación en normas ISO 9001 y 14001 de 2015, puede llegar a alcanzar un 1 % de participación dentro del mercado de servicios, para que a mediano plazo, se logró posesionar adecuadamente en el segmento y obtener un mayor reconocimiento y rentabilidad, para que en el largo plazo se logra obtener por lo menos un 5 % de las empresas en Bucaramanga y su área metropolitana.

5.1.8. *Estrategias de Marketing*

De acuerdo con la naturaleza de las actividades de la empresa certificación, se tomará de referencia el marketing mixto, donde interactúa la plaza, promoción, servicio y precio, generando una estrategia que pueda posicionar la empresa dentro del mercado de servicios; así las cosas, se establece las siguientes estrategias.

5.1.8.1 Plaza.

El sistema de distribución de la empresa es la venta directa con el consumidor final, que son las diversas empresas que se quieran certificar en las normas o asesorarse en ellas pudiendo orientar los procesos de acuerdo con sus necesidades, en consecuencia, en la **Tabla 13** se presenta la estrategia de plaza.

Tabla 13.

Estrategia de plaza

Estrategia	Crear perfiles empresariales dentro de las redes sociales, con el fin de ofrecer el servicio de consultoría en ISO 9001 y 14001, y las asesorías que se requieran.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> – Publicar diariamente información pertinente del portafolio de servicios de la empresa. – publicar contenido de interés para los empresarios, que son los mayores interesados de acuerdo con el estudio de mercados.

– Pagar gestores de publicidad, dentro de las redes sociales, para posicionar y dar a conocer la marca en el entorno empresarial

Prestador del servicio	HSEQ asesoría Interna ISO 9001 e ISO 14001
Consumidor final	Empresarios de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana
Responsables	Gerencia de HSEQ Asesoría Interna ISO 9001 e ISO 14001

Fuente: elaboración propia

5.1.8.2 Estrategia de Promoción

La estrategia de promoción de la empresa HSEQ asesoría Interna ISO 9001 e ISO 14001, hace referencia a campañas de reconocimiento de los servicios que ofrece, de tal forma, en la siguiente tabla, se plantean las acciones necesarias para posicionar la marca.

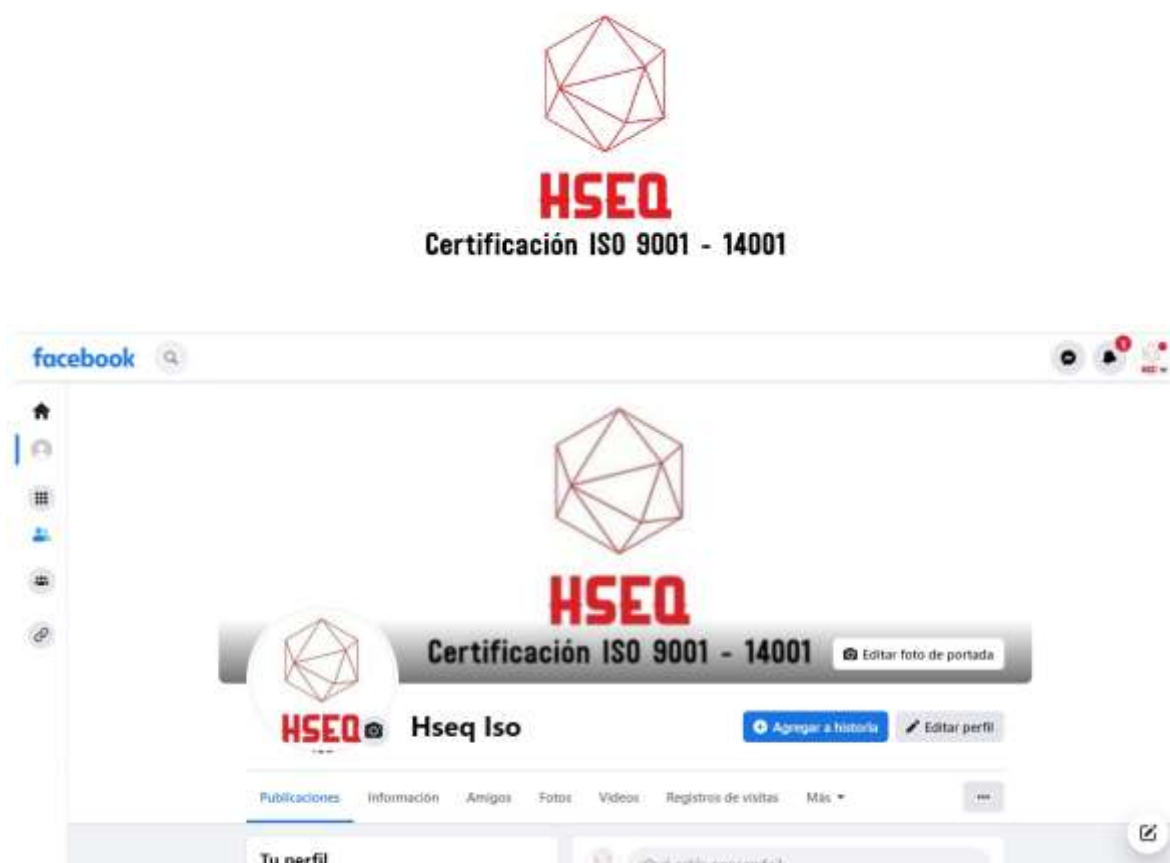
Tabla 14.
Estrategia de promoción

Objetivos	Distribuir publicidad y visitar las empresas de las ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, con el fin de ofertar los servicios de asesoría e ISO 9001 y 14001
	Participar en las ferias y concursos de emprendimiento de la ciudad, con el fin de dar a conocer de una manera más amplia los servicios ofertados.
Estrategia	<ul style="list-style-type: none"> – Mandar a estampar camisetas y gorras con el logotipo de la empresa – Realizar tarjetas y folletos de presentación – Hacer poster y calcomanías – Crear los perfiles de Twitter, Facebook e Instagram
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> – Definir el diseño de las camisetas y la cantidad – Imprimir los folletos y calcomanías para distribuir en las instituciones educativas. – Establecer un stand y poster, para ir a las ferias de emprendimiento de la ciudad.
Prestador del servicio	HSEQ asesoría Interna ISO 9001 e ISO 14001
Consumidor final	Empresas de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana
Responsables	HSEQ asesoría Interna ISO 9001 e ISO 14001

Fuente: elaboración propia

A continuación, se presenta el logotipo de la empresa el cual se utilizará, para el diseño de las estrategias de promoción, además de la creación de sus perfiles en redes sociales

Figura 2. Logotipo y perfil de Facebook



Fuente. El autor

5.1.8.3 Estrategia de servicio.

La estrategia de servicio es fundamental e indispensable para HSEQ Certificación ISO 9001 - 14001, esta pertenece a la dimensión logística, y es

esencial para garantizar el reconocimiento de la marca y el portafolio que ofrece la empresa, de tal forma, en la tabla 15 se presenta la estrategia.

Tabla 15.
Estrategia de servicio

Estrategia	Definir los propósitos de la asesoría junto con el cliente, con el fin de garantizar los objetivos propuestos para resolver la necesidad de implementar el servicio, o el refuerzo de la misma, logrando que el cliente quede satisfecho con el servicio y genere una voz a voz de recomendación.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> - Definir el porqué de la asesoría - Establecer las falencias empresariales con respecto a los sistemas integrados de gestión de la ISO 9001 y 14001 - Definir el contenido programático de la asesoría y evaluarlo finalizando con el fin de obtener la certeza de entendimiento del cliente.
Prestador del servicio	HSEQ asesoría Interna ISO 9001 e ISO 14001
Consumidor final	Empresas de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana
Responsables	HSEQ asesoría Interna ISO 9001 e ISO 14001

Fuente: elaboración propia

5.1.8.4 Estrategia de precio

De acuerdo con el análisis de la competencia, los valores de asesoría se encuentran entre \$90.000 a \$150.000 COP/ hora, en promedio, así, las cosas con el fin de tener en cuenta la encuesta realizada a los empresarios se deja como precio fijo de hora por asesoría en el valor de \$90.000 pesos colombianos por hora.

5.2. Evaluación Técnica

A partir del estudio de mercados realizado por la empresa HSEQ Certificación ISO 9001 - 14001, así las cosas, se establecieron los objetivos a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo con la capacidad empresarial, la descripción de los servicios y el sistema de prestación de estos, finalizando con los procesos de mejora continua de la empresa.

5.2.1. Objetivos

5.2.1.1 Corto plazo.

- Vincular a profesionales, de acuerdo con la demanda de consultoría por sectores empresariales, para cubrir la totalidad de servicios ofrecidos HSEQ Certificación ISO 9001 - 14001
- Determinar los procesos de prestación de servicios, vinculación de asesores y el procedimiento postventa.
- Divulgar los servicios ofrecidos, a los clientes potenciales, mediante el manejo de las redes sociales.

5.2.1.2 Mediano plazo.

- Definir el manual de funciones de los trabajadores de HSEQ Certificación ISO 9001 - 14001, con el fin de tener claridad de los procesos y servicios que se llevan a cabo en la empresa.
- Establecer lineamientos para las incorporaciones de asesores externos especializados en otras partes del país.
- Definir los indicadores de calidad del servicio ofrecido por la empresa y su respectiva evaluación

5.2.1.3 Largo plazo.

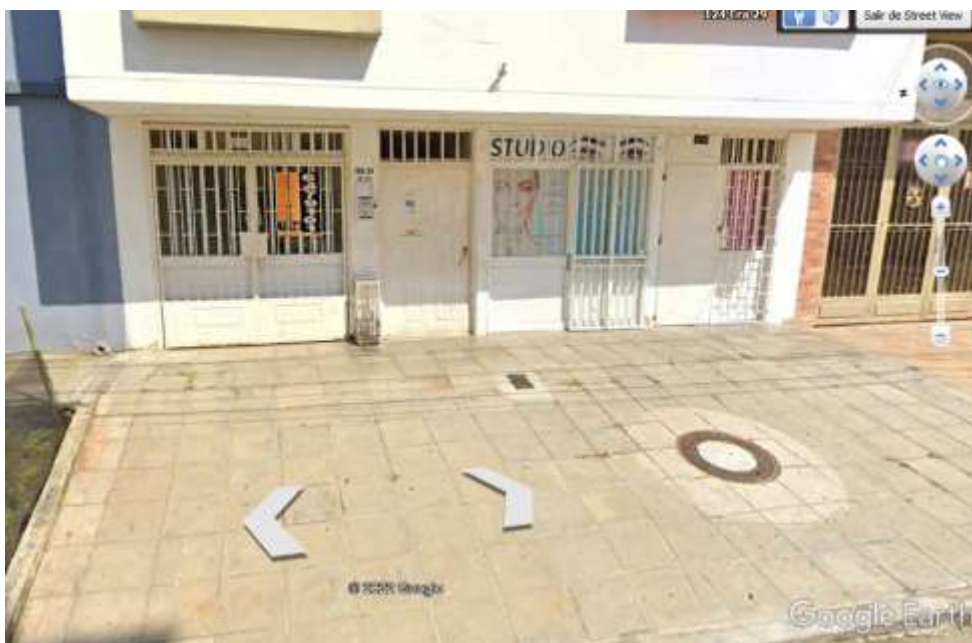
- Aumentar en un 60 % los asesores especializados, teniendo un mejor rendimiento y gestión empresarial.
- Definir convenios y alianzas estratégicas con otras empresas relacionadas con la pedagogía y las instituciones de educación superior.

5.2.2. Localización de la empresa

La empresa se ubicará en el barrio San Alonso perteneciente a la comuna 13 de la ciudad de Bucaramanga, allí tendrá un local cuya dirección es la carrera 29 # 12-25 Local 1 Edificio María Helena; el sector tiene alta influencia por la presencia diversos escenarios deportivos y educativos como el Estadio de futbol, la Universidad Industrial de Santander y la carrera 27 una de las vías primarias más importantes del territorio.

Asimismo, en la figura 15, se presenta el local para arrendar e iniciar labores con una sede presencial, y en la figura 16 se evidencia el área de influencia que rodea el sector.

Figura 15. Local de estudio



Fuente. Google Earth (2022)

Figura 16. Área de influencia del sector de estudio



Fuente. Google Earth (2022)

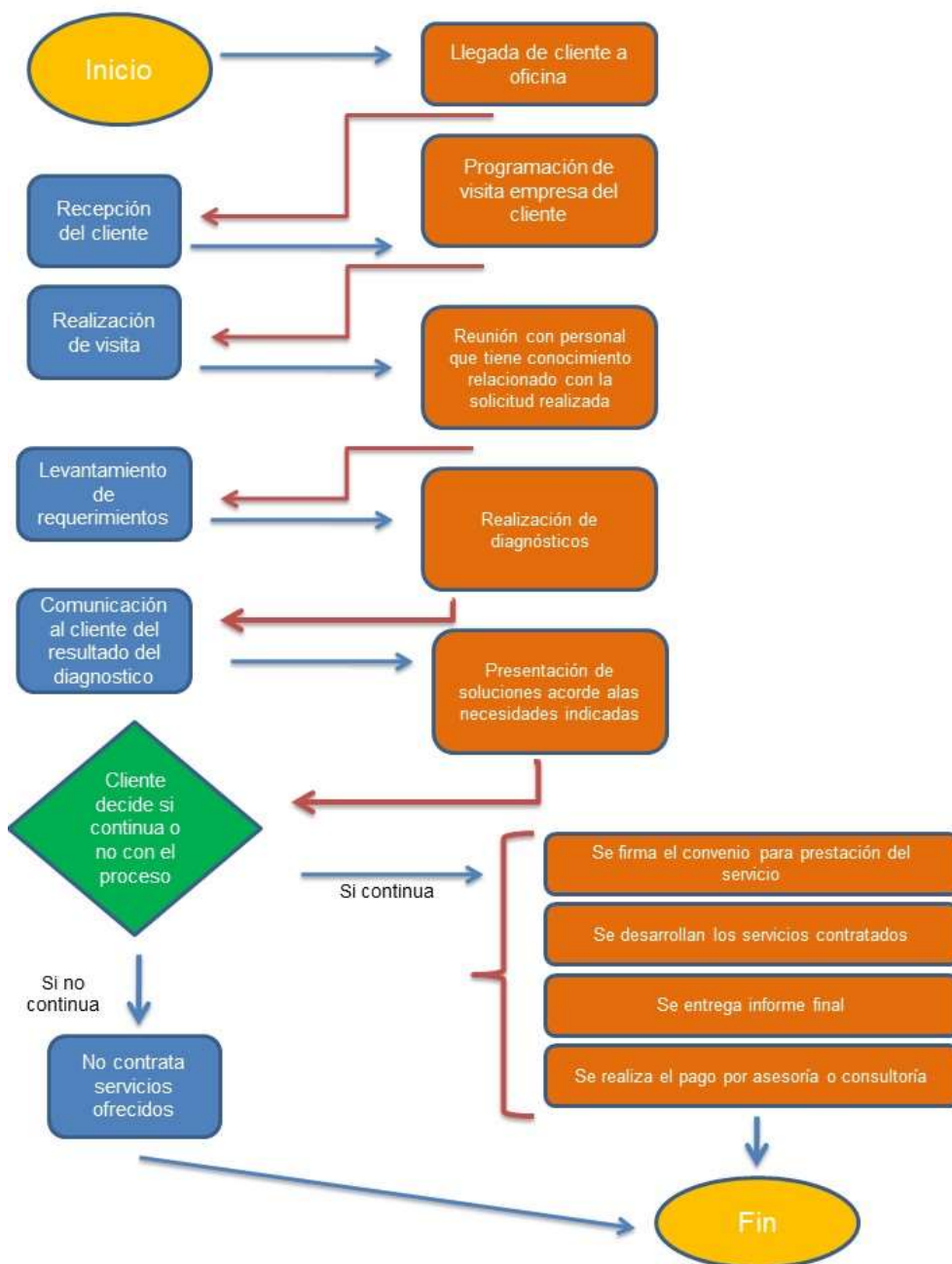
5.2.3. Descripción de servicios

El servicio de manera general que ofrece la empresa HSEQ Certificación ISO 9001 - 14001, son las asesorías, consultoría, sin embargo, estas se dividen en dos, las primeras se asocian a las áreas del conocimiento, y las segundas a la gestión y formulación de proyectos, de tal forma, para ambas se cuenta con el mismo precio designado por hora de servicio, y se busca que el cliente tenga un proceso armónico junto con el asesor, siendo este una guía para lograr sus objetivos educacionales.

5.2.4. Funcionamiento del servicio

Los procesos se llevan a cabo para brindar los servicios ofrecidos por HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001, se presentan en la figura 17, donde el primer paso es definir el tipo de asesoría o consultoría que requiere el cliente hasta la entrega de la misma.

Figura 17. Procedimiento de prestación del servicio



Fuente. El Autor

5.2.5. Capacidad financiera

La capacidad financiera en lo referente al proyecto se realizará con la inversión de cinco socios, teniendo cada uno como base \$20.000.000 para tener un total de \$100.000.000 equivalente al 100 % de la financiación propia, razón cual, para la evaluación financiera no se requerirás de agentes externos de financiamiento.

5.2.6. Dotación tecnológica

Como toda empresa requiere de materiales e insumos óptimos para garantizar la prestación de servicios, por consiguiente, en la tabla 16, se presenta la relación de materiales a utilizar

Tabla 16.

Presupuesto dotación tecnológica

Material	Valor	Cantidad	Total
Equipo de computo	\$ 4,600,000	\$ 6	\$ 28,000,000
Laptop	\$ 3,000,000	\$ 7	\$ 21,000,000
Impresoras	\$ 660,000	\$ 3	\$ 2,000,000
teléfonos	\$ 100,000	\$ 4	\$ 400,000
Smartphones	\$ 1,000,000	\$ 4	\$ 4,000,000

Nota. Elaboración propia

5.2.7. Procedimientos de mejora continua

La mejora continua forma parte de la gestión empresarial de HSEQ ISO 9001 y 14001, de tal forma, los siguientes son aspectos que periódicamente se realizaran:

- Capacitación de los asesores en actualización de las normas internacionales y la incorporación de otras aplicables

- Realización de encuesta de satisfacción a los clientes de la empresa, y refuerzo del estudio del mercado para actualizar las necesidades de segmento empresarial.
- Evaluar los indicadores de calidad, y tomar las decisiones necesarias en pro de la mejora continua de la empresa.

5.3. Evaluación Administrativa

La estructura administrativa consolida la organización en términos de los requerimientos de talento humano, lo cual tiene una relevancia significativa en la empresa de certificación en normas ISO 9001 y 14001, pues los servicios ofertados se fundamentan en el potencial de los profesionales a cargo. Así mismo en esta fase se evalúa la estructura organizacional, las funciones de cada cargo y los mecanismos de constitución legal de la empresa.

5.3.1. Objetivos del área organizacional

- Definir claramente los principios corporativos de HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001, buscando la consolidación del direccionamiento misional y visionar, enfocando correctamente su desarrollo y los valores acogidos.
- Establecer la estructura organizacional de los integrantes de la empresa proyectando el orden jerárquico y aplicación de funciones respectivas a los cargos requeridos para la puesta en marcha de los servicios ofertados.
- Determinar los requerimientos legales para la constitución de la empresa acorde a los parámetros normativos nacionales, a fin de cumplir con las obligaciones que permitan su inclusión en el mercado.

5.3.2. Declaración de los Principios corporativos

5.3.2.1 Misión

HSEQ ISO 9001 y 14001 es una empresa dedicada a la consultoría y asesoría en lo que respecta a las normas internacionales ISO 9001 y 14001, nuestros servicios incluyen la asesoría, la consultoría, el diseño y la formulación de la documentación técnica para lograr las certificaciones en la normatividad internacional.

5.3.2.2 Visión

La empresa HSEQ certificación ISO 9001 e ISO 14001 tiene como propósito para el año 2026, ser un referente de calidad y excelencia en los servicios de asesorías y consultoría de normas internacionales en Bucaramanga y su Área Metropolitana así mismo se plantea la inclusión como la NTC ISO 1440, las OHSAS 18000 dentro de la oferta el asesoramiento y realización de sistemas de gestión integrados en los diversos segmentos del mercado.

5.3.2.3 Valores y principios corporativos

Los servicios ofertados por HSEQ certificación ISO 9001 e ISO 14001 tienen un estrecho vínculo con clientes de diferentes sectores económicos, para la ejecución de actividades se requiere de relacionarse interpersonalmente con las empresas en entornos presenciales o virtuales, por ello los valores y principios corporativos se orientan en el servicio al cliente, ver Tabla 18

Tabla 17.

Valores y principios corporativos.

Valores	Descripción
Respeto	Es compromiso del personal que realiza la atención con los clientes, así como el trabajo en equipo en la empresa, el trato con respeto, tolerando, reconociendo y aceptando las cualidades e ideología de los demás.
Tolerancia	En el campo de la asesoría y consultoría es fundamental tolerar que son diferentes los sectores económicos y diversas ideas empresariales, por ello la empresa tiene como valor la tolerancia desde los asesores para con los empresarios
Amabilidad	El buen trato en la organización desde las formas de comunicación cuando se comunican entre los asesores y los empresarios, así como entre compañeros de trabajo siempre debe estar presente.
Responsabilidad	La responsabilidad se caracteriza en HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001, pues el cumplimiento en las asesorías y consultorías y/o acompañamiento de las empresas es nuestra prioridad, así como resolver las inquietudes en todo el procedimiento.
Transparencia	La legalidad y ética en los procesos de enseñanza se reflejan en la idoneidad de talento humano destinado al asesoramiento de los empresarios, donde se busca resolver los interrogantes y en caso de lo contrario informar las limitaciones encontradas.
Principios	Descripción
Buena comunicación	Es fundamental la comunicación entre el asesor tanto de marketing como del profesional, a finde comprender las necesidades de las empresas y resolver estas.
Actitud positiva	HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001 procura que sus colaboradores cuenten con actitud positiva en sus labores desarrolladas donde las empresas se sientan en un ambiente agradable y personalizado.
Disposición de ayudar	La empresa tiene como principio la disposición de ayudar a sus clientes desde los parámetros de las normas internacionales, es decir, durante el asesoramiento no solo limitarse a fortalecer aquellos puntos específicos, sino, además, procurar en resolver aquellas que pueden aumentar la eficiencia empresarial.
Calidad	La calidad de los servicios ofertados en HSEQ es el principio más relevante, con el que marca la diferencia respecto a su competencia. La empresa procura indicar minuciosamente las temáticas requeridas para fortalecer y con ello que el cliente quede satisfecho.
Excelencia	Los servicios ofertados por la empresa y sus colaboradores tienen garantía de excelencia sobre todo en las consultorías de los sistemas integrados de gestión, pues el acompañamiento es más detenido y personalizado.

Valores	Descripción
Control de procesos	En el control de los procesos, la empresa hace el seguimiento a sus clientes, indagando sobre efectividad del proceso asistido.

Fuente: los autores.

5.3.3. Estructura organizacional

Se establece la estructura de la organización de manera clara y se definen los cargos pertinentes para la puesta en marcha de los servicios ofertados y a búsqueda del perfil de talento humano requerido.

A continuación, en la siguiente tabla se describen los cargos y el perfil del talento humano para ejercer el mismo.

Tabla 18.

Perfiles de los cargos requeridos

Cargo	Área	Cantidad	Perfil
Gerente	Administrativa	1	<p>Conocimientos básicos en herramientas ofimáticas (Excel, Word).</p> <p>Profesional en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial o a fines.</p> <p>Experiencia como profesional en certificaciones HSEQ por más de 2 años.</p> <p>Tener buen nivel de autonomía para la toma de decisiones a favor de la empresa, liderazgo, alto nivel de relaciones interpersonales y capacidad de negociación.</p>
Asesor de contabilidad	Contable Financiera	1	<p>Conocimientos básicos en herramientas ofimáticas (Excel, Word), programas contables y financieros, normas internacionales de información financiera NIIF.</p> <p>Profesional en Contabilidad, Contaduría Pública y afines.</p> <p>Experiencia como profesional 2 años.</p> <p>Tener buen nivel de manejo de documentos contables y financieros, manejar caculos numéricos y análisis de los datos contables.</p>

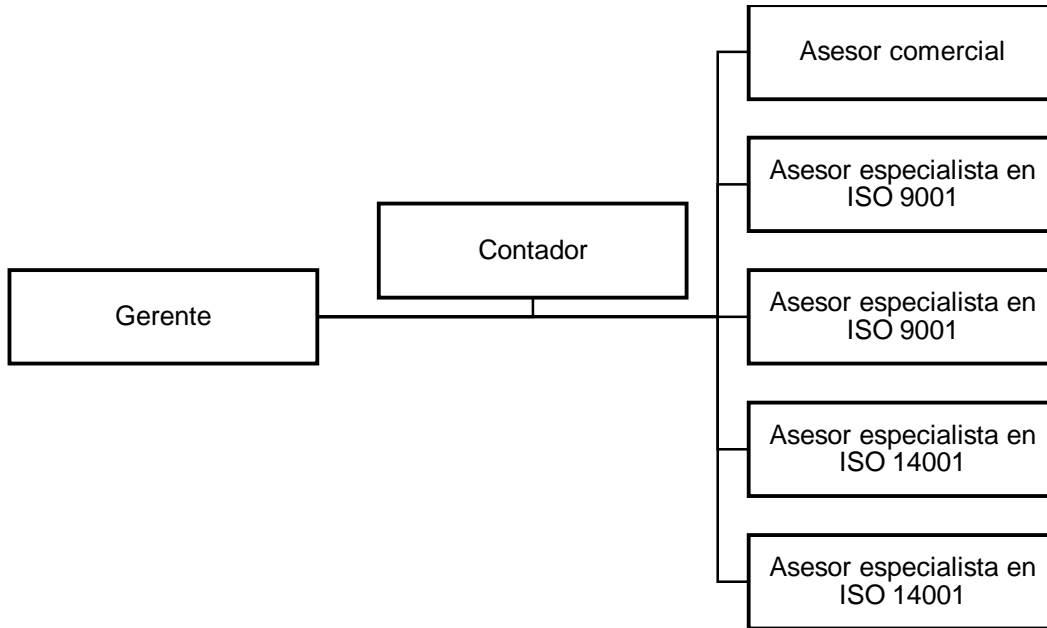
Cargo	Área	Cantidad	Perfil
Asesor de comercial	Mercadeo y ventas	1	<p>Conocimiento y manejo de las redes sociales como medio publicitario. Conocimientos básicos en herramientas ofimáticas (Excel, Word), manejo de programas de diseño y estrategias de promoción.</p> <p>Profesional en Publicidad, Comunicación Social, mercadeo y a fines.</p> <p>Experiencia profesional de 6 meses.</p> <p>Tener alto nivel de relaciones interpersonales, creatividad para generar alto impacto en las campañas publicitarias, capacidad de trabajo en equipo, capacidad de adaptarse al cambio.</p>
Asesores	Operativa	4	<p>Conocimientos básicos en herramientas ofimáticas (Excel, Word), manejo de plataformas tecnológicas para reuniones virtuales como Teams, Zoom, Google Meet, entre otras.</p> <p>Profesionales especialistas en HSEQ, con énfasis en las normas ISO 9001 e ISO 14001 de 2015.</p> <p>Sin experiencia, ya que la van adquiriendo en el desarrollo y crecimiento empresarial</p> <p>Se requiere de personal con ingenio, capacidad de trabajo en equipo, manejo del lenguaje asertivo, habilidades cognitivas que lleven a replantearse las situaciones y lograr objetivos definidos.</p>

Fuente: autores

5.3.3.1 Organigrama de la empresa

De acuerdo con los cargos y los perfiles de los cargos señalados previamente, continuación en la figura 21 se establece el organigrama jerárquico de la empresa.

Figura 18. Organigrama estructura organizacional



Fuente: los autores

5.3.3.2 Funciones específicas por cargo

Los cargos de la empresa requieren de funciones específicas para su correcto desarrollo, por ello, se especifican en las siguientes tablas.

Tabla 19.

Funciones cargo gerente

Cargo	Funciones
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> – Definir aquellas metas y objetivos a corto, mediano y largo plazo, buscando el crecimiento empresarial. – Proponer las estrategias para el cumplimiento de las metas y objetivos. – Velar por la confidencialidad de la información manejada por la empresa. – Realizar un manejo adecuado de los recursos económicos, tecnológicos y humanos de la empresa. – Efectuar el proceso de inducción al personal nuevo relacionado con las áreas financiera y operativa de la empresa

Cargo	Funciones
	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer los canales de comunicación entre los clientes y los servicios ofertados por la empresa. - Aprobar estrategias publicitarias provenientes del área de ventas y mercadeo. - Realizar estudios de mercado, buscando conocer la satisfacción del cliente y nuevas oportunidades de negocio relacionadas con la actividad de consultoría.

Nota. Elaboración propia

Tabla 20.

Funciones cargo contador

Cargo	Funciones
Contador	<ul style="list-style-type: none"> - Efectuar el análisis financiero de la empresa teniendo en cuenta los aspectos fiscales y contables. - Velar que los aspectos financieros de la empresa se lleven acorde a normatividad legal vigente. - Realizar y socializar informes periódicos sobre el estado financiero y contable de la empresa. - Informar sobre los movimientos financieros extraordinarios. - Efectuar el registro de los movimientos financieros en el libro de contabilidad de la empresa. - Mantener control sobre los movimientos ingresos y egresos.

Nota. Elaboración propia

Tabla 21.

Funciones cargo asesor comercial

Cargo	Funciones
Asesor comercial	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer manejo eficiente de las redes sociales de la empresa - Gestionar la realización de piezas publicitarias y socializar estas para su aprobación. - Definir estrategias de marketing digital y presencial con el fin de atraer a clientes potenciales. - Realiza informes acerca del impacto de las estrategias publicitarias en las redes sociales.

Cargo	Funciones
	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajar como intermediario entre el asesor y el cliente. - Gestionar quejas, reclamos y solicitudes por parte de los clientes. - Efectuar seguimiento a la competencia.

Nota. Elaboración propia

Tabla 22.

Funciones cargo tutores

Cargo	Funciones
Asesores	<ul style="list-style-type: none"> - Dar a conocer el portafolio de servicios de la empresa HSEQ, en cuanto al proceso de certificación ISO 9001 e ISO 14001 de 2015. - Poner en marcha metodologías dadas por la normatividad para la formulación e implementación de los sistemas de gestión. - Contar con disponibilidad para cumplir con los horarios solicitados por los clientes. - Preparar con anterioridad los materiales a tener en cuenta en la consultoría - Identificar falencias que puedan ser resueltas con la implementación de los sistemas de gestión. - Hacer control, vigilancia y asesoría sobre la temática.

Nota. Elaboración propia

5.3.4. Constitución legal

Uno de los aspectos fundamentales para dar un soporte jurídico a las empresas, es su constitución legal ante la cámara de comercio y el pago de los respectivos impuestos, en este sentido se establecen los pasos a seguir para lograrlo.

5.3.4.1 Tipo de empresa

HSEQ, será registrada como tipo de empresa con persona jurídica sociedad por acciones simplificadas, establecida a través de escritura pública con una cantidad mínimo de cinco socios y llegando hasta un máximo de 25 socios, con ello se tiene la oportunidad de inversión de terceros por un tiempo limitado, así como la designación de un representante legal.

Los formularios para el registro de la empresa como persona jurídica de acuerdo con la Cámara de Comercio de Bucaramanga son;

- Diligenciamiento del formulario de Registro Único Empresarial y Social (RUES).
- Formato PRE-RUT.
- Realizar el diligenciamiento de la guía para el registro de las responsabilidades de los socios.
- Copia del documento de constitución en medio digital.
- Copia de la identificación del que aparece como representante legal y de los nombramientos, finalmente realizar el pago del impuesto de registro.
- Factura o certificado de pago del impuesto por el registro.

5.3.4.2 Nombre de la empresa:

El nombre de la empresa HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001 no se encuentra registrado en el RUES ver figura 19. En este sentido de acuerdo con el tipo de la empresa esta queda con el nombre HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001 S.A.S

Figura 19. Nombre de la empresa consultados en el RUES



Fuente: (RUES, 2022).

- **Código de la actividad económica:** El código corresponde a la actividad 7020 “Actividades de consultoría de gestión”.
- **Consulta uso del suelo:** el uso del suelo pertinente a la Cra 29 12-25 en el local 1, permite realizar las actividades de consultoría al contar con uso comercial.
- **Trámite ante la DIAN:** Hacer entrega del PRE-RUT de manera virtual o presencial ante la DIAN.
- **Registro como nuevo empresario:** realizar registro y diligenciamiento de formularios de inscripción ante la cámara de comercio.
- **Impuesto:** realizar el pago del impuesto equivalente al 3% del valor del capital de la empresa.
- **Radicación y pago:** Radicar los formularios ante la cámara de comercio del municipio escogido y realizar el respectivo pago la inscripción en los libros.
- **Consulta de ficha:** al finalizar el proceso, el empresario debe realizar la consultar la ficha de establecimiento comercial en la página de la alcaldía donde se hizo el registro.

5.4. Evaluación Ambiental

Ante el cumplimiento de la Agenda 2030, por parte de la Naciones Unidas, las empresas se deben a coger a generar producción limpia en pro del cumplimiento de los objetivos del desarrollo sostenible; en consecuencia, HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001, se plantea una serie de obligaciones que garanticen la sostenibilidad de sus procesos.

5.4.1. Responsabilidad empresarial

La responsabilidad empresarial va guiada a dar cumplimiento a los objetivos del desarrollo sostenible; principalmente al ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico; ODS 9: Industria, innovación e infraestructura; ODS 12 Producción y consumo responsable y el ODS 13: Acción por el clima, de tal forma en la tabla 23, se presenta las estrategias de responsabilidad empresarial, de acuerdo a cada uno de los objetivos.

Tabla 23.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Objetivo de Desarrollo Sostenible	Responsabilidad empresarial
ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico	HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001 se incluye en la meta de promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, desde sus prácticas cotidianidad, teniendo mayor acogida para profesionales que complementen la misión empresarial.
ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructura	La empresa se compromete a generar desarrollo de tecnologías de innovación, para garantizar una mayor cobertura de sus servicios, pudiendo llegar a varios referentes geográficos, sin limitarse a su infraestructura física.
ODS 12: Producción y Consumo Responsable	HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001 se compromete a realizar un uso racional de la energía, y si existe dentro de sus posibilidades, participar dentro de los procesos de energías limpias y renovables; así mismo, como el reportar informes de sostenibilidad empresarial, para garantizar que se contribuye con el desarrollo sostenible.
ODS 13: Acción por el Clima	Ante los eventos del cambio climático, la empresa se compromete, a hacer una gestión integral de los residuos sólidos que se generen de sus prácticas, y de igual forma, a hacer uso y ahorro eficiente de los recursos naturales, por consiguiente, se mantendrán actualizadas las plataformas de correos electrónicos, y el mantenimiento preventivo a los dispositivos de cómputo.

Nota. Elaboración propia a partir de la revisión de los ODS, publicados por la UN (2016).

5.4.2. Impactos ambientales

Los impactos ambientales, son inherentes ante cualquier tipo de actividad, por más sencillo que parezcan, traen consigo unos aspectos y efectos que pueden ser nocivos para el medio ambiente; de tal forma, se elaboró la matriz de efectos ambientales, teniendo en cuenta las actividades que realiza HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001, los aspectos y el efecto que puede llegar a afectar la ecología si no se usa de manera sustentable.

Tabla 24.

Matriz de impactos ambientales

Actividad	Aspecto Ambiental	Impacto Ambiental	Nivel de afectación
Procesos de contratación	Generación de residuos sólidos (papel, cartón, toners)	Contaminación de los recursos naturales	Bajo
Uso de las Tecnologías de la información y la comunicación	Generación de residuos electrónicos Demanda de energía Adquisición de equipos de computo Consumo de datos de la red	Calentamiento global Emisiones de CO2, por usos de excesivos de la red Contaminación de los recursos naturales por inadecuada gestión de residuos.	Bajo
Realización de consultoría presenciales	Generación de emisiones por transporte Aumento de riesgo de contagio por COVID-19	Deterioro de la calidad del aire. Afectación a la salud pública.	Bajo
Procesos administrativos de la empresa	Generación de residuos sólidos Uso de las TIC	Contaminación de los recursos naturales al Contribución calentamiento global.	Medio

Nota. Elaboración propia a partir de la revisión documental de (León & Cárdenas, 2020)

5.4.3. Estrategias de sostenibilidad

De acuerdo con los impactos ambientales identificados con el desarrollo de las actividades productivas de HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001, se proponen las siguientes estrategias para mitigar los efectos asociados y contribuir al desarrollo sostenible y el cumplimiento y sus objetivos.

Tabla 25.

Estrategias de sostenibilidad

Objetivo:

Consolidar actividades de ahorro energético, mediante prácticas que incentiven al uso racional de los dispositivos eléctricos y electrónicos utilizados en la empresa HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001.

Generar conciencia sobre el impacto ambiental asociado al uso no adecuado de los recursos naturales y la disposición de los residuos sólidos en la empresa HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001.

Impacto Ambiental

Contaminación de los recursos naturales por residuos sólidos

Agotamiento del recurso hídrico

Contribución al calentamiento global

Meta:

Reducir en un 10 % el consumo anual de energía.

Capacitar al 80 % de la población del conjunto sobre la importancia de cuidar los recursos naturales.

Reciclar 40 % de los residuos sólidos generados por las actividades administrativas, como papeles, cartones, y los RAEE (residuos aparatos eléctricos y electrónicos)

Acciones:

Realizar inspección y vigilancia de las acometidas, contadores, de la sede física de la empresa, incluyendo los dispositivos de cómputo que se utilizan en sus prácticas cotidianas

Capacitación a los trabajadores, donde se les informe acerca de las técnicas de uso eficiente de la energía y los impactos ambientales que estas traen consigo si se malgasta el preciado recurso y la separación de los residuos sólidos, para que estos puedan ser aprovechados

Organización de campañas de publicación y señalización de mensaje y anuncios relacionados con el cuidado del medio ambiente y el uso racional de la energía.

Definir los tiempos prudentes de realización de mantenimientos preventivos a los equipos de cómputo que se utilizan en HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001.

Proyectar las estrategias de ahorro mensual de acuerdo a los resultados obtenidos y la cantidad de residuos reciclados.

Eliminar los correos no deseados, y los ya reportados, con el fin de no generar sobrecupo en los servidores de los correos electrónicos.

Indicadores:

$$\% \text{personas capacitadas} = \frac{\text{Total capacitados}}{\text{Total por capacitar}} * 100$$

$$\% \text{Ahorro de energía} = \frac{\text{KW año actual}}{\text{KW año anterior}} * 100$$

$$\text{Gestión de residuos sólidos} = \text{Kg de residuos reciclados}$$

Responsables:

Asesor Ambiental de la empresa HSEQ Certificación ISO 9001 y 14001

Nota. Elaboración propia

5.5. Evaluación Económica y Financiera

La evaluación financiera y económica es uno de los pasos más importantes en el plan de negocios, pues es en este dónde se definen aquellos recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, por tal es preciso detallar detenidamente aquellos requerimientos en términos de recursos humanos y activos a fin de establecer el monto de inversión inicial y la tasa de recuperación de la mismas, así como las ganancias obtenidas y el punto de equilibrio.

5.5.1. Objetivos del área financiera

- Definir los recursos de los socios o los recursos financieros necesarios para la inversión inicial y puesta en marcha de las actividades de la empresa.
- Determinar el flujo efectivo de los costos fijos y variables derivados de los aspectos definidos en los estudios operativos, de mercado, administrativo y marketing.

5.5.2. Inversiones

Estas se constituyen por los aportes que realizan los socios para lograr adquirir los bienes muebles e inmuebles que requiere la empresa, estas son fija e inversiones de trabajo, por consiguiente, en la tabla 26, se presenta la inversión fija.

Tabla 26.

Activos Fijos

Activos Fijos	Valor	Cantidad	Total
Equipos de computo	\$4,600,000	N/A	\$28,000,000
Laptop	\$3,000,000	7	\$21,000,000
Impresoras	\$660,000	3	\$2,000,000
Teléfonos	\$100,000	4	\$400,000
Smartphones	\$1,000,000	4	\$4,000,000

Muebles y enseres	\$5,000,000	1	\$5,000,000
Equipo de oficina	\$7,000,000	1	\$7,000,000
Inversión total Activos fijos			\$68,000,000

Nota. Elaboración propia

5.5.2.1 Depreciación

Asimismo, en la tabla 27 se presenta el valor de depreciación anual y mensual, donde se tomó el valor de cada activo, otorgándole un salvamento del 25% sobre el valor real, haciendo uso del modelo de predicción de línea recta, donde los activos se consumen de forma uniforme de acuerdo con su vida útil.

Tabla 27.

Depreciación

ítem	Valor del activo	V. Salvamento	Activo - Salvamento	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Equipos de computo	\$ 24,000,000	25%	\$ 18,000,000	10	\$ 1,800,000	\$ 150,000
Muebles y enseres	\$ 5,000,000	25%	\$ 3,750,000	10	\$ 375,000	\$ 31,250
Equipo de oficina	\$ 7,000,000	25%	\$ 5,250,000	10	\$ 525,000	\$ 43,750

Nota. Elaboración propia

5.5.2.2 Inversión en capital de trabajo

En la tabla 28 se presenta la relación del capital de trabajo el cual hace referencia a los recursos que aporta cada socio para dar inicio en la ejecución del plan de negocios y constitución de la empresa.

Tabla 28.

Inversión capital de trabajo

Capital de trabajo	Valor/mes	Cantidad/mes	Indicador	Valor Total
Insumos	\$ 133,000			
Memorias USB	\$ 15,000	14	Unidad	\$ 210,000

Capital de trabajo	Valor/mes	Cantidad/mes	Indicador	Valor Total
Kit escritorio	\$ 48,000	10	Unidad	\$ 480,000
Resma de papel	\$ 20,000	20	Unidad	\$ 400,000
Tinta impresoras	\$ 50,000	10	Unidad	\$ 500,000
Transporte asesores	\$ 200,000	2	Mes	\$ 400,000
Servicios públicos	\$ 800,000	2	Mes	\$ 1,600,000
Talento Humano				
Gerente	\$ 2,000,000	2	Mes	\$ 4,000,000
Contador	\$ 1,600,000	2	Mes	\$ 3,200,000
Asesor 1	\$ 1,600,000	2	Mes	\$ 3,200,000
Asesor 2	\$ 1,600,000	2	Mes	\$ 3,200,000
Asesor 3	\$ 1,600,000	2	Mes	\$ 3,200,000
Asesor 4	\$ 1,600,000	2	Mes	\$ 3,200,000
Secretaria	\$ 1,200,000	2	Mes	\$ 2,400,000
Aux oficios	\$ 1,100,000	2	Mes	\$ 2,200,000
Costos Indirectos				
Mantenimientos	\$ 200,000	2	Mes	\$ 400,000
Elementos de aseo	\$ 205,000	2	Mes	\$ 410,000
Inversión de capital de trabajo (2 meses)				\$ 29,000,000

Nota. Elaboración propia

5.5.2.3 Inversión total

Finalmente, en la tabla 29, se presenta la inversión total tanto la fija como el capital de trabajo proyectado para dos meses aproximadamente.

Tabla 29.

Inversión Total

Inv. Fija	\$ 68,000,000.00
Inv. Cap Trabajo	\$ 29,000,000.00
Total	\$ 97,000,000.00

Nota. Elaboración propia

5.5.3. Fuentes de financiamiento

La fuente de financiamiento será propia, puesto como se menciona anteriormente cada socio cuenta con un monto de \$20.000.000 COP para invertir en el proyecto, razón cual en la tabla 30 se presenta el total.

Tabla 30.

Fuentes de financiamiento

Fuente	Inversión
Socio 1	\$ 20,000,000
Socio 2	\$ 20,000,000
Socio 3	\$ 20,000,000
Socio 4	\$ 20,000,000
Socio 5	\$ 20,000,000
Total	\$ 100,000,000

Nota. Elaboración propia

5.5.4. Nomina

En la tabla 31 se presentan los costos o gastos de nómina, de acuerdo a la cantidad de asesores y empleados a cargo de la empresa, así mismo, sus cargas prestacionales equivalente al 8.3% prima de servicios, 8.3 cesantías, 12 % intereses y vacaciones 4.17 %. De igual forma, los gastos parafiscales y de seguridad social, destinándose 12% pensión, 8.5% ARL y 3% ICBF SENA 2% y 4% caja de compensación.

Tabla 31.

Nomina

Talento Humano	Salario	Prestaciones	Total
Gerente	\$ 2,000,000	\$ 600,000	\$ 2,600,000
Contador	\$ 1,600,000	\$ 480,000	\$ 2,080,000
Secretaria	\$ 1,200,000	\$ 360,000	\$ 1,560,000

Asesor 1	\$	1,600,000	\$	480,000	\$	2,080,000
Asesor 2	\$	1,600,000	\$	480,000	\$	2,080,000
Asesor 3	\$	1,600,000	\$	480,000	\$	2,080,000
Asesor 4	\$	1,600,000	\$	480,000	\$	2,080,000
Aux de oficios	\$	1,100,000	\$	330,000	\$	1,430,000
Total	\$	12,300,000	\$	3,690,000	\$	15,990,000

Nota. Elaboración propia

5.5.5. Costos fijos

Hacen referencia a las inversiones que la empresa realiza para ofrecer su producto o servicio, y se relaciona con los salarios y la carga prestacional previamente hallada, de tal forma, en la tabla 32 se presenta la relación obtenida

Tabla 32.

Gastos y costos fijos

Ítem	Mensual	Anual
Costos y Gastos Fijos	\$ 17,915,000	\$ 214,980,000
Administración	\$ 17,915,000	\$ 214,980,000
Depreciación Activos	\$ 225,000	\$ 2,700,000
Salarios	\$ 12,300,000	\$ 147,600,000
Carga prestacional	\$ 3,690,000	\$ 44,280,000
Gastos oficios varios	\$ 300,000	\$ 3,600,000
Servicios públicos	\$ 800,000	\$ 9,600,000
Papelería	\$ 600,000	\$ 7,200,000

Nota. Elaboración propia

5.5.6. Supuesto de ventas

Para las ventas se supuso 10 empresas asesoradas por mes, la cual requerirá 50 horas al mes, aproximadamente 12.5 horas semanales, calculando así una rentabilidad aproximada del 80 % tal como se evidencia en la tabla 33 con \$45.000.000 al mes.

Tabla 33.

Supuestos de ventas

Empresa	Valor/Hora	Cantidad/mes	Ventas/mes	Ventas/año
A	\$ 90,000	50	\$ 4,500,000	\$ 54,000,000
B	\$ 90,000	50	\$ 4,500,000	\$ 54,000,000
C	\$ 90,000	50	\$ 4,500,000	\$ 54,000,000
D	\$ 90,000	50	\$ 4,500,000	\$ 54,000,000
E	\$ 90,000	50	\$ 4,500,000	\$ 54,000,000
F	\$ 90,000	50	\$ 4,500,000	\$ 54,000,000
G	\$ 90,000	50	\$ 4,500,000	\$ 54,000,000
H	\$ 90,000	50	\$ 4,500,000	\$ 54,000,000
I	\$ 90,000	50	\$ 4,500,000	\$ 54,000,000
J	\$ 90,000	50	\$ 4,500,000	\$ 54,000,000
Total	\$ 900,000	500	\$ 45,000,000	\$ 540,000,000

Nota. Elaboración propia

5.5.7. Situación de la empresa a 5 años

Asimismo, para el análisis de la proyección de estados financieros se tuvo en cuenta las ventas anuales previamente proyectadas, los gastos administración con provisión de impuestos del 32 % hasta 5 años y un concepto de crecimiento basado en las proyecciones del IPC que oscila entre el 7 al 10 % de acuerdo con el DANE (2022). Por consiguiente, en la tabla 34 se hallan los resultados.

Tabla 34.

Análisis situacional a 5 años

Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 540,000,000	\$ 583,200,000	\$ 629,856,000	\$ 680,244,480	\$ 734,664,038
Costos de servicio	\$ 191,880,000	\$ 207,230,400	\$ 223,808,832	\$ 241,713,539	\$ 261,050,622
Utilidad Bruta	\$ 348,120,000	\$ 375,969,600	\$ 406,047,168	\$ 438,530,941	\$ 473,613,417
Gastos de Administración	\$ 214,980,000	\$ 232,178,400	\$ 250,752,672	\$ 270,812,886	\$ 292,477,917

Gastos de ventas	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-
Depreciación	\$	\$	\$	\$
	2,700,000	2,916,000	3,149,280	3,401,222
Amortización	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-
Utilidad Operacional	\$	\$	\$	\$
	130,440,000	140,875,200	152,145,216	164,316,833
Gastos financieros	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos	\$	\$	\$	\$
	130,440,000	140,875,200	152,145,216	164,316,833
Provisión Impuestos (32%)	\$	\$	\$	\$
	41,740,800	45,080,064	48,686,469	52,581,387
Utilidad Neta	\$	\$	\$	\$
	88,699,200	95,795,136	103,458,747	111,735,447

Nota. Elaboración propia

5.5.8. Flujo de caja a 5 años

A partir de los estados financieros, se formula el flujo de caja a 5 años, por consiguiente, en la tabla 35, se presentan los valores encontrados, siendo estos claves para determinar el valor presente neto y la tasa de retorno.

Tabla 35.

Flujo de caja a 5 años

ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 3	Año 4
Ventas	\$ 540,000,000	\$ 583,200,000	\$ 629,856,000	\$ 680,244,480	\$ 734,664,038
Costos de servicio	\$ 191,880,000	\$ 207,230,400	\$ 223,808,832	\$ 241,713,539	\$ 261,050,622
Gastos de administración	\$ 214,980,000	\$ 232,178,400	\$ 250,752,672	\$ 270,812,886	\$ 292,477,917
Impuestos	\$ 41,740,800	\$ 45,080,064	\$ 48,686,469	\$ 52,581,387	\$ 56,787,898
Flujo de caja	\$ 91,399,200	\$ 98,711,136	\$ 106,608,027	\$ 115,136,669	\$ 124,347,603
Flujo de caja periodo	\$ 91,399,200	\$ 98,711,136	\$ 106,608,027	\$ 115,136,669	\$ 124,347,603
Flujo de caja inicial	\$ 32,000,000	\$ 123,399,200	\$ 222,110,336	\$ 328,718,363	\$ 443,855,032
Flujo de caja final	\$ 123,399,200	\$ 222,110,336	\$ 328,718,363	\$ 443,855,032	\$ 568,202,634

Nota. Elaboración propia

5.5.9. VAN + TIR3

Finalmente se hizo el calculo del valor presente neto teniendo un flujo de caja periódico de valor negativo correspondiente a la inversión, y una tasa de costo de capital del 15 %, obteniendo una VAN de \$108.012.065 y una TIR para el flujo de caja periódico de 49 % (ver tabla 36).

Tabla 36.

VAN - TIR Flujo de caja periódico

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Flujo de caja periodo		-\$100,000,000	\$91,399,200	\$ 98,711,136	\$106,608,027	\$115,136,669	\$124,347,603
Costo de capital	15%						
VAN		\$108,012,064.15					
TIR		49%					

Nota. Elaboración propia

Asimismo, en la tabla 36 se presentan los mismos cálculos con los flujos de cajas totales obtenidos en cada año obteniendo una VAN de \$ 806.662.018 y una TIR de 125%

Tabla 37.

VAN - TIR Flujo de caja total

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Flujo de caja final		-\$100,000,000,00	\$123,399,200	\$222,110,336	\$328,718,363	\$443,855,032	\$568,202,634
Costo capital	15%						
VAN		\$806,662,018.72					
TIR		125%					

Nota. Elaboración propia

6. CONCLUSIONES

En el estudio de mercados se definió, realizando el análisis de la competencia, la segmentación del mercado y una encuesta para determinar las necesidades de la demanda potencial, logrando obtener como resultado, que en el sector existe mucha informalidad, y las empresas en su mayoría no se han vinculado al mercado virtual, y existen muchas empresas en Bucaramanga y su área metropolitana la cual no ha definido, ni realizado sus procesos de gestión ambiental y de calidad de acuerdo con la ISO 9001 y 14001.

Por otro lado, se elaboró el estudio técnico definiendo los procesos que se llevan a cabo en la empresa de certificación, encontrándose que la esta tiene dos grandes fines, la primera es brindar asesoría sobre las normas internacionales y la otra es prestar el servicio de consultoría para auditar e implementar los sistemas integrados de gestión en cualquier contexto empresarial, ya que estas aplican en cualquier segmento del mercado, permitiendo evaluar la calidad del servicio brindado frente a diversos campos.

La evaluación de administrativa permitió reconocer de manera simplificada la identidad de la empresa, pues la definición de la misión, la visión y los valores corporativos suponen una declaración única de lo que esta representa en el mercado, en este aspecto fue de gran importancia la determinación precisa del perfil de los profesionales y las funciones específicas de cada cargo, debido a que son estos quienes realizan las asesorías y consultoría y representan los servicios de la organización empresarial.

La evaluación económica y financiera logro dar viabilidad a un precio competitivo de asesoría y consultaría que se presta por hora a la empresa, suponiendo un margen de 10 empresas anuales y un aumento progresivo de las ganancias, no obstante, ello requiere de un análisis periódico para determinan los requerimientos

de tutores. Por otra parte, las utilidades de la empresa no superan el umbral del 20%, sin embargo, la capacidad de recuperación de los costos se da en menos de un año, lo cual supone un horizonte positivo de inversión con una TIR superior a cero, determinando la viabilidad empresarial.

Se elaboro la evaluación ambiental, identificando los impactos ambientales asociados a las actividades realizadas en la cotidianidad empresarial, para luego definir su responsabilidad y estrategias de manejo, encontrándose que es indispensable hacer un uso racional de la energía y de las tecnologías de la información y la comunicación, ya que de acuerdo con la literatura, esta ocasiona o contribuye con el calentamiento global; de tal forma la empresa, se vincula al cumplimiento de los objetivos del desarrollo sostenible, contenidos en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

7. RECOMENDACIONES

La empresa debe poner la marcha el plan de negocios formulado teniendo en cuenta las proyecciones el estudio de mercados junto con sus estrategias de marketing en cuanto a la plaza, promoción, servicio y precio; así mismo el plan administrativo, técnico y financiero; a fin de iniciar sus labores en coherencia con lo establecido, evitando así, la inadecuada toma de decisiones

Es indispensable actualizar el plan de negocios si se nota que existe alguna variación en los procesos que no sean coherentes, de tal forma, estas se deben consignar para que influyan en la mejora de la gestión empresarial una vez se dé cumplimiento de las metas propuestas, dando paso a nuevas metas y estragadas de intervención.

Dentro de la gestión empresarial el plan de negocios se debe actualizar de forma anual a fin de identificar el impacto de los servicios y la competitividad en el mercado, conociendo la percepción del cliente y la aceptación por parte de los empresarios, esta acción también puede ayudar a la empresa a encontrar inversores que contribuyan al crecimiento de la empresa de certificación ISO 9001 - 14001.

El plan de marketing se debe fortalecer a medida que se vayan incorporando las estrategias, garantizando un mejor posicionamiento de la empresa dentro del mercado, y se concreten mayor cantidad de empresas que deseen adquirir el servicio de asesoría como mejora a su productividad.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaya, C. C. A., Tavera, C. N., Hernández, C. C., & Bohorquez, T. N. (2020). Adaptación y mitigación al cambio climático. Estudio de caso: Ciudadela Real de Minas, Bucaramanga, Colombia. *Revista Iberoamericana Ambiente & Sustentabilidad*, 3(2), 82-97. <https://doi.org/10.46380/rias.v3i2.82>
- Carrasco Vega, Y. L., Mendoza Virhuez, N. E., López Cuadra, Y. M., Mori Zavaleta, R., & Alvarado Ibáñez, J. C. (2021). La competitividad empresarial en las pymes: retos y alcances. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 557-564.
- Carreño, G. M. E. (2018). Perfil de sostenibilidad empresarial de micros pequeñas y medianas empresas manufactureras de Santander. Una metodología a través del análisis multivariable. *Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD*.
- DANE. (2018). *Censo Nacional de Población y Vivienda: Información general Bucaramanga*.
- Directorio-Empresas. (2022). *Gestión Integral En H S E Q Ltda en BUCARAMANGA - Datos de contacto e información comercial*. Empresas Informa. <https://directorio-empresas.einforma.co/informacion-empresa/gestion-integral-hseq-ltda>
- Dos Santos, M. A. (2018). *Investigación de mercados: manual universitario*. Ediciones D{\'i}az de Santos.
- Duffus, D., Cuellar, A., & Escobar, Z. (2018). Estudio técnico para la evaluación de proyectos en la fase de pre inversión en Cuba. *OBSERVATORIO DE LA ECONOMÍA LATINOAMERICANA*, diciembre.
- El Economista. (2022a). *Hseq Consultores Ltda - Teléfono y dirección | Empresite*. Actividades de seguridad privada en Bucaramanga.

<https://empresite.eleconomistaamerica.co/HSEQ-CONSULTORES-LTDA.html>

El Economista. (2022b). *S&h Consultores Hseq S A S - Teléfono y dirección | Empresite*. Actividades de atención a la salud humana en Bucaramanga.

<https://empresite.eleconomistaamerica.co/SYH-CONSULTORES-HSEQ-SAS.html>

Gómez, D. A. (2019). *Propuesta documental de la NTC ISO 9001 en la empresa Sabortec Interaccional S.A.S.*

Higuera, V. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría ambiental en el departamento de Santander* [Universidad Santo Tomás]. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/9593>

ISO. (2015). Norma Técnica Ntc-Iso Colombiana 14001. 2015-09-23, 571, 55.

Laza, C. A. (2019). *Investigación y recogida de información de mercados. UF1780*. Tutor Formacion.

Lazo, A. E. M., Abad, D. M. A., & Astudillo, B. E. V. (2020). Producción y comercialización de champiñones en la provincia del Azuay-Ecuador. Estudio de factibilidad. *TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 22(1), 144-161.

León, D. C., & Cárdenas, J. C. (2020). *Lecciones del COVID-19 para una agenda de sostenibilidad en América Latina & Caribe*. 14, 35.

M&M Ingeniería. (2022). *M&M Ingeniería y Consultoría Bucaramanga – SST, SG-SST en Bucaramanga*. Quienes somos. <https://mm-ingenieria.com/>

Mazuera, R., Neida, -Arias, Joscelynzarinesuperlanojaimes, A.-A., Ángel, M., & Peraza, M. (2019). *Perfiles sociodemográficos de la migración venezolana, principales características según país receptor[8 de abril al 5 de mayo de 2019]*.

Servicio Jesuita a Refugiados Venezuela. www.flaticon.com

Muente, G. (2019). Matriz EFI: ¿qué es y para qué sirve? - Rock Content. *Rockcontente - Blog*, 1-5.

Murillo, L. G., Buitrago, M., Pabon, G., Perez, P., Rojas, M., & Suarez, R. (2017). *Política Nacional de Cambio Climático* (Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible (ed.)).

Neira, M. (2018). OMS | La salud debe ser la máxima prioridad de los urbanistas. *WHO*. <http://www.who.int/mediacentre/commentaries/2018/health-urban-planning/es/>

Quintero, D. V. D. (2020). *Formulación del sistema de gestión ambiental basado en la norma ISO 14001:2015 para la empresa INDUNILO S.A.S de Bucaramanga, Santander*. Universidad Francisco de Paula Santander.

Quiroz Rosero, L. A., Montoya Ospina, M., & others. (2021). *Caracterización del emprendedor en palmira con miras a negocios de exportación, a la luz de la figura ángel inversionista*.

Ramírez, M. I. R., Gómez, C. C. D., Buritica, L. V. L., Ramírez, L. J. H., & Ruiz, D. (2019). La economía circular en Colombia: Un paralelo con la experiencia Europea. *Memorias del III Congreso internacional en administración de negocios internacionales (CIANI): Retos y oportunidades del desarrollo sostenible en los negocios internacionales*, 691-706.

Ríos, V. R. (2018). *Investigación de mercados: Aplicación al marketing estratégico empresarial*. ESIC editorial.

Rodríguez, A., & Rodríguez, A. (2019). Estrategias gerenciales para promover la gestión empresarial en PyMEs de confección del Departamento del Atlántico

(Colombia). *Revista Espacios*, N° 6(07981015), 26.

Rodríguez, D., Erazo, J., & Narváez, C. (2019). Técnicas cuantitativas de investigación de mercados aplicadas al consumo de carne en la generación millennial de la ciudad de Cuenca (Ecuador). *Revista Espacios*, 40(32), 20.

Rojas, N. A., & Rodríguez, N. N. P. (2017). Guía para la implementación de NTC ISO 9001; 2008, NTC ISO 14001: 2004 y NTC OHSAS 18001: 2007, basada en los hallazgos de las auditorías de certificación realizadas por el ICONTEC entre junio de 2012 y junio de 2015. *Signos: Investigación en sistemas de gestión*, 9(2), 149-158.

Romero-Guevara, A. P. (2017). Estudio técnico, socio económico y financiero para la creación de una Maestría en Seguridad y Salud en el Trabajo en la Universidad Santo Tomás, Seccional Bucaramanga. *Universidad Santo Tomás*.

Rubio Pacheco, W. A. (2019). *Plan de mantenimiento preventivo para la flota de maquinaria pesada y vehículos administrativos del municipio de Motavita*. https://repository.usta.edu.co/handle/11634/19188#.Ysn_lq9h-So.mendeley

Salazar, L., Uribe, L., Gómez, L., & Zafra, C. (2019). Analysis of the efficiency of UASB reactors in a municipal wastewater treatment plant. *Dyna*, 86(209), 319-326.

Sánchez Cotte, E., Pacheco Bustos, C. A., & Páez, C. (2020). Una visión de Ciudad sostenible desde el modelo de gestión de los residuos de construcción y demolición (Rcd) caso De estudio: Barranquilla. *Tecnura*, 24(63), 68-83. <https://doi.org/10.14483/22487638.15359>

Serrano Wiesner, V. A. (2020). *Modelo de Negocio Catchup: Gerencia de estudio administrativo y de responsabilidad social empresarial*. Universidad Casa Grande: Facultad de Comunicación Mónica Herrera.

Valencia-Rodríguez, M. (2019). Relación entre la innovación de productos y capacidades organizacionales. *I-I Ingeniería Industrial*.
<http://www.rii.cujae.edu.cu>

Vega, V. (2021). Consultoría de estrategia empresarial en ruta gastronómica turística del territorio mexicano. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(2), 31-41.


Velosa Ballesteros, G. L. (2020). *Plan de negocios Neurogyn*.

9. APÉNDICES

Estudio de Mercados Asesoría e Implementación de Sistemas Integrados de Gestión en la ISO 9001 y 14001 de 2015

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el posible segmento del mercado de la organización, el cual busca ofrecer el servicio de Certificación en los Sistemas de Gestión basados en la ISO 9001 y 14001: 2015

La encuesta no le llevará más de 5 minutos.
Muchas gracias por su colaboración.

 ingcamilo28@gmail.com (no se comparten) [Cambiar cuenta](#)



¿Alguna vez ha contratado servicios de asesoría para certificarse en normas internacionales?

- Sí
- No

Si no lo ha hecho ¿ se debe a falta de recursos ?

- Si
- No



Si lo ha hecho ¿la experiencia ha sido alta con este tipo de experiencias?

- Sí
 No

¿ Considera que la calidad y la gestión ambiental son necesarias en la empresa?

- Sí
 No

¿Busca por medios como redes sociales información sobre empresas de certificación en normas internacionales?

- Sí
 No

¿Para contratar este tipo de asesorías y consultorías su empresa se basa en recomendaciones de otras empresas o personas ?

- Si
 No

¿ Su empresa ha buscado asesores independientes para certificarse en las normas internacionales?

- Sí
 No



¿Piensa usted que si contrata los servicios de consultoría HSEQ la gestión interna de su empresa mejorara y se fortalecerá?

Sí

No

¿Esta dispuesto a pagar mas de \$ 4'000.000 por adquirir los servicios de consultoría para certificarse en las normas internacionales ISO 9001 e ISO 14001?

Sí

No

¿Sabe usted cuales son los beneficios de recibir una asesoría en consultoría HSEQ?

Sí

No

Enviar [Borrar formulario](#)

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

