

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS				   		
	CARTA DE AUTORIZACIÓN						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 1

Neiva, 23 de septiembre de 2021

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

VICTORIA ENITH MUÑOZ PEÑA, con C.C. No. 1.110.496.855, Autora del trabajo de grado titulado VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA EN CALIDAD ALIMENTARIA PARA ASOCIACIONES Y MIPYMES PROCESADORAS DE ALIMENTOS LOCALIZADAS EN EL SUR DEL HUILA, presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar al título de ESPECIALISTA EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO; Autorizo al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

EL AUTOR/ESTUDIANTE

Firma: Victoria Muñoz Peña

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS					   	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 3

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: Viabilidad comercial para la creación de una empresa de servicios de consultoría en calidad alimentaria para Asociaciones y MiPymes procesadoras de alimentos localizadas en el sur del Huila.

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Muñoz Peña	Victoria Enith

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Gil Tovar	Hernando

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Especialista en Gerencia de Mercadeo Estratégico

FACULTAD: Facultad de Economía y Administración

PROGRAMA O POSGRADO: Posgrado Especialización Gerencia de Mercadeo Estratégico

CIUDAD: Neiva

AÑO DE PRESENTACIÓN: 2021

NÚMERO DE PÁGINAS: 62

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas___ Fotografías___ Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general_X___ Grabados___
Láminas___ Litografías___ Mapas___ Música impresa___ Planos___ Retratos___ Sin ilustraciones___ Tablas
o Cuadros_X___

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento: NO

MATERIAL ANEXO: NO

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria): NO

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. <u>Consultoría.</u>	<u>Consulting.</u>	6. <u>Cumplimiento</u>	<u>compliance</u>
2. <u>asesorías</u>	<u>Advisory</u>	7. _____	_____
3. <u>Calidad</u>	<u>Quality</u>	8. _____	_____
4. <u>Alimentos</u>	<u>Food</u>	9. _____	_____
5. <u>Manufactura</u>	<u>Manufacturing</u>	10. _____	_____

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

El presente documento presenta la viabilidad comercial de la creación de una empresa de servicios de consultoría para Asociaciones y MiPymes procesadoras de alimentos del sur del Huila, todo con un acompañamiento 100% personalizado y que garantiza resultados óptimos. Se desarrolla una investigación que determinó entre otros aspectos, la ubicación de la empresa en el municipio de Pitalito con una participación empresarial del 66%; los temas de mayor interés para el servicio relacionados al cumplimiento de la normatividad sanitaria INVIMA son: implementación y documentación de Buenas Prácticas de Manufactura (28%), tramites de autorización sanitaria (21%), Orientación en diseño de infraestructura y aspectos locativos de plantas de procesamiento de alimentos (18%), Diagnóstico del estado sanitario y necesidades de las empresas (16%) y Cursos de Manipulación de los alimentos (13%). La investigación arrojó un punto muy favorable es la aceptación de una nueva empresa con los servicios de consultorías con un porcentaje del 56 % de muy probable, seguido de probable con el 33%.

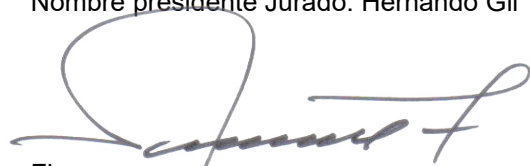
	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS					   	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	3 de 3

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

This document presents the commercial viability of the creation of a consulting services company for food processing associations and MSMEs in southern Huila, all with a hundred percent personalized support and guaranteeing optimal results. An investigation is carried out that determined, among other aspects, the location of the company in the municipality of Pitalito with a business participation of 66%; The topics of greatest interest for the service related to compliance with the INVIMA sanitary regulations are: implementation and documentation of Good Manufacturing Practices (28%), procedures for sanitary authorization (21%), Orientation in infrastructure design and locative aspects of plants processing (18%), Diagnosis of the health status and needs of companies (16%) and Food Handling Courses (13%). The research showed a very favorable point is the acceptance of a new company with consulting services with a 56% percentage of very probable, followed by probable with 33%.

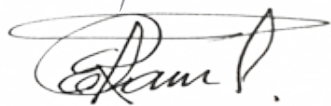
APROBACION DE LA TESIS

Nombre presidente Jurado: Hernando Gil Tovar



Firma:

Nombre Jurado: **Elías Ramírez Plazas**



Firma:

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

Viabilidad comercial para la creación de una empresa de servicios de consultoría en calidad alimentaria para Asociaciones y MiPymes procesadoras de alimentos localizadas en el sur del Huila.

Victoria Enith Muñoz Peña

Trabajo Para optar el Título de Especialistas en Gerencia de Mercadeo Estratégico

Facultad de Economía y Administración, Universidad Surcolombiana

Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico

2021

Dedicatoria

Este logro es dedicado a mi familia y a cada una de las personas que siempre creen en mí, son incondicionales y me ha enseñado que con disciplina y responsabilidad todo se puede lograr.

Victoria Muñoz Peña

Agradecimientos

Agradezco a Dios, ser maravilloso que me regala el don de la vida, salud y bienestar para culminar con éxito este nuevo logro de especialización en gerencia de mercadeo estratégico.

A mi familia, por acompañarme, por brindarme su apoyo y por motivarme a seguir creciendo, como profesional y como persona.

A los compañeros que conocí en esta especialización, por todas las experiencias, el aprendizaje y los momentos compartidos a pesar de la distancia y la pandemia.

A mi tutor de trabajo de grado, el Dr. Hernando Gil Tovar por su tiempo, sus recomendaciones y comentarios durante el desarrollo de este trabajo.

A la Universidad Sur colombiana, a todos los profesores que con su paciencia y profesionalismo nos orientaron para cursar esta especialización y para la realización de este proyecto final.

Tabla de Contenido

Resumen	8
Introducción.....	9
1. Planteamiento del Problema.....	11
2. Justificación	16
3. Marco Teórico	18
3.1 Viabilidad comercial y creación de empresas.	18
3.1.1 <i>Teorías sobre la creación de empresas</i>	18
3.2 Estructuración del modelo de negocio	20
3.2.1 <i>Modelo CANVAS</i>	20
3.3 El servicio de consultoría	23
3.3.1 <i>Proceso de Consultoría</i>	24
3.3.2 <i>La consultoría en áreas funcionales de la empresa.</i>	25
3.4 Calidad en la industria de alimentos	27
4. Marco Referencial	31
5. Marco conceptual.....	34
6. Marco legal	37
7. Objetivos del Proyecto.....	38
7.1 Objetivo General	38
7.2 Objetivos Específicos	38
9. Diseño Metodológico.....	39

9.1	Tipo de Investigación.....	39
9.2	Fuentes y Técnicas para la Recolección de Información	40
9.2.1	<i>Fuentes Primarias</i>	40
9.2.2	<i>Fuentes Secundarias</i>	40
9.3	Diseño de Instrumento.	40
9.4	Población	41
9.5	Muestra	41
10.	Resultados.....	42
10.1	Interpretación de los datos	42
10.1	Conclusión general de la investigación de mercados por medio de la encuesta.	52
12.	Conclusiones.....	57
13.	Referencias Bibliográficas	58
	Anexos.....	60

Lista de Tablas

Tabla 1. Número de Empresas en Colombia por Sectores y Tamaño 2018.....	11
Tabla 2. Censo de establecimiento vigilados por el INVIMA–corte septiembre 30 de 2020.....	13
Tabla 3. Cumplimiento de Estándares Sanitarios en empresas de alimentos – Colombia. (2020).....	13
Tabla 4. Número de Empresas Dedicadas al Procesamiento de Alimentos de los municipios de Pitalito, Timana, San Agustín, Isnos, Acevedo, Oporapa y Salado blanco.....	38
Tabla 5. Respuestas de las MiPymes empresas a la pregunta 2 de la encuesta.....	38
Tabla 6. Respuestas de las MiPymes empresas a la pregunta 3 de la encuesta.....	39
Tabla 7. Respuestas de las MiPymes empresas a la pregunta 4 de la encuesta.....	40
Tabla 8. Respuestas de las MiPymes empresas a la pregunta 5 de la encuesta.....	41

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Distribución porcentual acerca de la aplicación de normatividad INVIMA en los establecimientos de alimentos.....	45
Ilustración 2. Distribución porcentual existencia de profesional de alimentos en la empresa	45
Ilustración 3. Distribución porcentual razón principal de no contar con profesional en alimentos.	46
Ilustración 4. Servicios de consultoría utilizados por los empresarios	47
Ilustración 5. Distribución porcentual acerca de la principal fuente de asesoría	47
Ilustración 6. Distribución porcentual frecuencia asesorías.	48
Ilustración 7. Distribución porcentual posibilidad de acceder al servicio.	48
Ilustración 8. Distribución porcentual valor hora de la asesoría.....	49
Ilustración 9. Distribución porcentual existencia empresas de consultoría alimentaria.....	49
Ilustración 10. Aspecto relevante para decisión del servicio de consultoría.....	50
Ilustración 11. Aspecto relevante para decisión del servicio de consultoría.....	51

Resumen

El presente documento presenta la viabilidad comercial de la creación de una empresa de servicios de consultoría para Asociaciones y MiPymes procesadoras de alimentos del sur del Huila, todo con un acompañamiento cien por ciento personalizado y que garantiza resultados óptimos. Se desarrolla una investigación que determinó entre otros aspectos, la ubicación de la empresa en el municipio de Pitalito con una participación empresarial del 66%; los temas de mayor interés para el servicio relacionados al cumplimiento de la normatividad sanitaria INVIMA son: implementación y documentación de Buenas Prácticas de Manufactura (28%), tramites de autorización sanitaria (21%), Orientación en diseño de infraestructura y aspectos locativos de plantas de procesamiento de alimentos (18%), Diagnóstico del estado sanitario y necesidades de las empresas (16%) y Cursos de Manipulación de los alimentos (13%). La investigación arrojó un punto muy favorable es la aceptación de una nueva empresa con los servicios de consultorías con un porcentaje del 56 % de muy probable, seguido de probable con el 33%.

Palabras clave: Consultoría, asesorías, calidad, alimentos, manufactura, cumplimiento, INVIMA.

Abstract

This document presents the commercial viability of the creation of a consulting services company for food processing associations and MSMEs in southern Huila, all with a hundred percent personalized support and guaranteeing optimal results. An investigation is carried out that determined, among other aspects, the location of the company in the municipality of Pitalito with a business participation of 66%; The topics of greatest interest for the service related to compliance with the INVIMA sanitary regulations are: implementation and documentation of Good Manufacturing Practices (28%), procedures for sanitary authorization (21%), Orientation in infrastructure design and locative aspects of plants processing (18%), Diagnosis of the health status and needs of companies (16%) and Food Handling Courses (13%). The research showed a very favorable point is the acceptance of a new company with consulting services with a 56% percentage of very probable, followed by probable with 33%.

Keywords: Consulting, consulting, quality, food, manufacturing, compliance, INVIMA.

Introducción

En Colombia, el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas llamadas también MiPymes, según cifras del año 2019 del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2019), representan el 80 % del empleo del país, el 90 % del sector productivo, producen el 30% del PIB y emplean más del 65% de la fuerza laboral nacional. En el último año y con la llegada de la pandemia esta cifra se vio afectada y algunos emprendimientos tuvieron que cerrar, mientras que otros asumieron cambios significativos en su operación para fortalecerse y poder continuar en el mercado.

Por su parte, las MiPymes del sector alimentos día a día trata de desarrollar alternativas para mejorar los procesos y seguir brindando calidad y seguridad alimentaria; sin embargo, se encuentran con algunas limitaciones de no tener conocimientos de algunos temas técnicos del sector o no cuentan con profesionales directos que apoyen el cumplimiento de la normatividad sanitaria, y es por ello que esta tendencia ha causado un aumento en la creación de empresas de servicios de asesoría y consultoría que proporcionen soluciones asertivas a las necesidades.

Con el propósito de aplicar los conocimientos adquiridos durante la Especialización en Gerencia de Mercadeo estratégico realizada en la universidad Surcolombiana, el presente documento muestra una investigación de mercados y un primer acercamiento para establecer la viabilidad comercial de la creación de una empresa de consultoría enfocada en buenas prácticas de manufactura (BPM) y calidad alimentaria para asociaciones, micro, pequeñas y medianas empresas productoras de alimentos en los municipios del sur de Huila, específicamente Pitalito, San Agustín, Isnos, Palestina, Saladoblanco, Timaná, Oporapa y Acevedo.

El documento inicia con la definición del problema y los objetivos tanto generales como específicos; a continuación, el marco teórico, referencia, conceptual y legal, los cuales constituyen la fundamentación para la creación de la empresa de consultoría, posteriormente se plantea la metodología implementada para la realización de la investigación de mercados en la región de tal manera que se logra evidencia la demanda potencial del servicio, adicionalmente se determina la viabilidad comercial

teniendo en cuenta el lienzo CANVAS.

Finalmente, resulta relevante destacar la importancia de realizar el seguimiento del avance del proyecto,

1. Planteamiento del Problema

1.1 Descripción

En Colombia existen alrededor de 1.620.000 empresas, 6.793 grandes, 109 mil pymes y 1.5 millones de microempresas. Las empresas del sector manufacturero donde se encuentra las procesadoras de alimentos representan un 8,3% de la cantidad total de empresas existentes, siendo el segundo después del sector comercio; es decir, representa un importante indicador productivo del país. (Confecamaras, 2018, p. 1)

Tabla 1

Número de Empresas en Colombia por Sectores y Tamaño 2018

	Gran Empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	PYME (Pequeña + Mediana)	Microempresa	TOTAL
A : Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	343	1.341	3.261	4.602	21.038	25.983
B : Explotación de minas y canteras	249	393	953	1.346	10.011	11.606
C : Industrias manufactureras	1.072	2.499	9.926	12.425	122.111	135.607
D : Suministro de electricidad, gas, vapor y aire	119	71	177	248	2.690	3.057
E : Distribución de agua, saneamiento ambiental	70	159	490	648	6.490	7.208
F : Construcción	772	2.585	8.170	10.755	82.418	93.945
G : Comercio al por mayor y al por menor;vehículos	1.146	4.476	18.824	23.300	261.295	285.741
H : Transporte y almacenamiento	313	1.030	4.363	5.393	38.408	44.113
I : Alojamiento y servicios de comida	105	341	1.829	2.170	24.301	26.576
J : Información y comunicaciones	165	482	2.410	2.892	44.119	47.176
K : Actividades financieras y de seguros	621	861	2.068	2.930	29.463	33.013
L : Actividades inmobiliarias	541	2.261	6.828	9.088	48.468	58.098
M : Actividades profesionales, científicas y técnicas	333	1.491	8.380	9.871	141.863	152.067
N : Actividades de servicios administrativos y de apoyo	247	1.042	4.124	5.166	63.478	68.891
O : Administración pública y defensa;seguridad social	18	11	37	48	1.590	1.656
P : Educación	16	98	675	773	13.239	14.028
Q : Actividades de salud humana y asistencia social	169	565	2.432	2.997	29.830	32.997
R : Actividades artísticas, de entretenimiento	33	121	690	811	11.315	12.160
S : Otras actividades de servicios	130	82	507	589	13.779	14.497
T : Actividades hogares en calidad de empleadores	-	-	1	1	153	154
Z : Actividad no Homologada a CIIU V4	332	1.550	11.617	13.167	538.271	551.769
Total	6.793	21.459	87.761	109.220	1.504.329	1.620.342

Nota. Tomado de estimación base en cifras (Confecamaras, 2018)

La estructura del número de empresas por sectores varia mostrando que va en continuo crecimiento, pues para el año 2020, de acuerdo con el informe de dinámica de creación de empresas de Confecámaras, las actividades económicas que explican la mayor cantidad de nuevas empresas creadas

se encuentran el sector de comercio con una variación en relación al año 2019 del 27,2%, seguido del sector manufacturero que tuvo una variación de 17,9% , las nuevas empresas concentradas en el sector resto aumentaron en 12,2% y por último, el sector servicios tuvo una variación negativa del 7,3%.

Las empresas que fabrican procesan, envasan, almacenan, transportan, distribuyen y comercializan cualquier tipo de alimento deben conocer la importancia del papel que cumplen en el desarrollo económico del país, deben asegurar la calidad de los productos siguiendo la cadena alimentaria desde la producción primaria hasta el consumo final. Todo esto basado en la implementación de Buenas Prácticas de Manufactura y en el cumplimiento de normas vigentes que permitan que el producto cumpla con los requerimientos tanto de la empresa como del consumidor.

El código sanitario nacional, Ley 9 de 1979, incluye en su capítulo V la producción y fabricación de alimentos reglamentada por el decreto 3075 de 1997 y ahora con algunas actualizaciones en la Resolución 2674 de 2013, establece los requisitos sanitarios que deben cumplir toda persona natural o jurídica que se dedique a procesar, distribuir y vender alimentos de tal manera que logre asegurar la calidad de los productos ofrecidos. El Invima (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos) por su parte, es la entidad encargada de inspeccionar, vigilar y controlar los establecimientos dedicados a la producción de alimentos en Colombia, está facultado para imponer sanciones de hasta 10.000 salarios mínimos diarios legales vigentes y anualmente o según se requiera realiza visitas que mediante una lista de verificación se Inspecciona, vigila y controla el grado de cumplimiento que cada una de las empresas procesadoras tiene en relación a la norma sanitaria.

A corte de septiembre 30 de 2020, en la Tabla 2, se presenta el censo de establecimientos vigilados 16.570, la mayor proporción de vigilados corresponde a la industria de alimentos con 48.9%; le sigue dispositivos médicos con 21.8%, cosméticos con 20.3%, medicamentos con 5.5%, plantas de beneficio con 3.1% y bancos de sangre con 0.5%.

Tabla 2.

Censo de establecimiento vigilados por el INVIMA – corte septiembre 30 de 2020.

Tipo de producto	No.	%
1. Alimentos	8.095	48,9%
2. Plantas de Beneficio	512	3,1%
3. Medicamentos	916	5,5%
4. Bancos de Sangre	83	0,5%
6. Dispositivos Médicos	3.608	21,8%
8. Cosméticos	3.356	20,3%
Total	16.570	100%

Nota: Fuente de información (INVIMA, 2020)

En la siguiente Tabla 3, se observa que del total de establecimientos del sector alimentos vigilados el 10.6% No Cumple con los estándares sanitarios exigidos por el INVIMA; el 29.5% cumplen los estándares de manera Parcial y el 59,9% Cumplen a cabalidad.

Tabla 3

Cumplimiento de Estándares Sanitarios en empresas de alimentos – Colombia. (2020)

Tipo de establecimiento	Favorable / Cumple		Cumple con requerimientos / Favorable con observaciones / por reconocimiento / % de implementación entre 89,9 a 60		Desfavorable / No cumple / % de implementación menor a 40		Total
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Alimentos	4.850	59,9%	2.385	29,5%	860	10,6%	8.095

Nota: Fuente de información unidad de Riesgo (INVIMA, 2020)

Estos indicadores cada año, son los causantes de que se impongan sanciones por parte del Invima y para el 2017 llegó a la suma de \$16.900 millones a establecimientos del sector de alimentos por infracciones asociadas a incumplimiento de las buenas prácticas de manufactura o de elaboración, fallas en condiciones y controles de calidad y aseguramiento de insumos o productos, resultados de

análisis de laboratorio rechazados, productos fraudulentos, falsificados o adulterados y publicidad de productos sin cumplir con los requisitos legales de índole sanitario.

Según Invima en cifras, para el año 2020 se reportaron solo 58 procesos sancionatorios distribuidos en 19 departamentos a nivel nacional, con multas por valor de \$1.920 millones de pesos en alimentos y bebidas.

El Departamento del Huila también se encuentra en niveles de riesgo alto en relación con el cumplimiento y al estatus sanitario, pues según datos de establecimientos vigilados aproximadamente el 16 % cumplen de manera parcial. (INVIMA, 2020, p. 2)

La norma que debe cumplir los establecimientos es la Resolución 2674 de 2013 y dentro de sus requisitos en el Artículo 24, establece obligatoriedad de contar con servicios de tiempo completo de personal técnico idóneo en las áreas de producción y control de calidad de alimentos, quien debe tener a cargo el programa de capacitación del personal manipulador, llevar actualizado, controlado, verificado y registrado cada uno de los aspectos para cumplir con las buenas prácticas de manufactura (BPM). Sin embargo; este requerimiento para las MiPymes del sector alimentos constituye ser una limitante por dos factores, el primero es el desconocimiento por parte de los empresarios que en su mayoría son empresas familiares o parten de una experiencia empírica y no cuentan con la formación profesional o específica en el tema, y la segunda es el factor económico que no permite vincular a la empresa de forma permanente un profesional que acompañe sus procesos, e independientemente de su tamaño y de la clasificación del riesgo de los alimentos que elabora, requieren no solo contar con conocimientos acerca de producción, sino también de aseguramiento de calidad de sus procesos que garanticen la inocuidad de todos sus productos y se minimice el riesgo de influir de manera negativa en la salud pública de la población.

Es así, como los incumplimientos a la norma por parte de estas empresas son más comunes en este aspecto, lo que se puede llevar a suspensión, cierres, multas, inhabilidades etc. Esto se convierte en el cuello de botella para la producción y comercialización de los productos y es un retroceso en el crecimiento de la empresa, inversiones inadecuadas en infraestructura, equipos, procesos, entre otros. Es

por esto por lo que la primera opción es contratar un profesional asesor que documente los planes y programas requeridos y los acompañe de manera transitoria.

Por otra parte, una de las opciones laborales más comunes de los profesionales en Ingeniería de alimentos y afines principalmente los recién egresados, es dedicarse a la asesoría de empresas que en ocasiones son asesorías rápidas, momentáneas, puntuales e informales, lo que las convierte en poco asertivas al no representar un mejoramiento continuo para las empresas.

Las asesorías en las empresas de alimentos se convierten en una actividad informal que realizan en su mayoría profesionales independientes, que buscan ingresos adicionales y ven esta labor como una oportunidad temporal de negocio y el mercado no se encuentran empresas bien constituidas, consolidadas y reconocidas que brinden un servicio integral con idoneidad a todas las actividades productivas referentes a alimentos.

1.2 Formulación del problema

¿Es factible comercialmente la creación y puesta en marcha de una empresa dedicada a la consultoría enfocada en buenas prácticas de manufactura (BPM) y calidad alimentaria para las asociaciones y MiPymes procesadoras de alimentos y bebidas localizadas en el sur de Huila?

2. Justificación

El ministerio de Salud y Protección Social, de acuerdo con la Ley 1122 de 2007 menciona que la salud pública está constituida por un conjunto de políticas que buscan garantizar de manera integrada la salud de la población, por medio de acciones dirigidas tanto de manera individual como colectiva, ya que sus resultados se constituyen en indicadores de las condiciones de vida, bienestar y desarrollo. Dichas acciones se realizarán bajo supervisión del estado y deberán promover la participación responsable de todos los sectores de la comunidad. Según esta definición, se puede resaltar que brindar alimentos seguros y de calidad a los seres humanos juega un papel primordial dentro de la salud pública, puesto que influye directamente en su bienestar.

Desde hace algunos años la calidad alimentaria ha tenido un auge importante, ya que es una parte esencial para las empresas; sin ella simplemente la empresa no puede brindar productos seguros a los consumidores. La calidad comprende una serie de actividades como lo son: la documentación e implementación de planes de saneamiento, buenas prácticas de manufactura, determinación de puntos críticos de control, entre otros aspectos que permiten generar un alto nivel de reconocimiento y rentabilidad que crea un engranaje fundamental para las empresas.

Teniendo en cuenta las necesidades planteadas en la descripción del problema cobra importancia la creación de una empresa de servicios de consultoría que oriente, implemente, documente y se haga cargo del monitoreo de los procesos de las empresas, es decir que contribuya a los empresarios u organizaciones, en aquello en lo que presentan dificultades o en lo que siempre ha constituido para ellos un problema.

Es por esto, que se considera que mediante la consultoría se garantiza alimentos inocuos que cumplan los parámetros de calidad y son aptos para el consumo humano, garantizando la integridad de las personas y por otro lado el crecimiento de estas empresas del sector.

Con el cumplimiento de los requisitos sanitarios por parte de las empresas productoras de alimentos se fortalece el país, se aumenta el estatus sanitario, hay un crecimiento de la industria nacional

y crecen las oportunidades de abrir mercados en el exterior cumpliendo con las expectativas de los países desarrollados. Además de generar calidad de vida en los consumidores disminuyendo el riesgo de intoxicaciones y de Enfermedades transmitidas por alimentos (ETA).

En cuanto al aspecto social se contribuye al progreso de las personas involucradas directa o indirectamente en el desarrollo de la empresa, es decir, buscar de qué manera se podrían beneficiar los clientes de la empresa de manera que estas sigan generando empleo y ofreciendo una mejor calidad de vida a los consumidores finales por medio de la calidad del producto.

Por otra parte, se puede convertir en una posibilidad de experiencia laboral para los profesionales recién graduados que mediante la orientación de un profesional con trayectoria en el sector y conocimiento normativo puedan llevar a cabo la asesoría y acompañamiento a estas empresas productoras de alimentos por medio de una organización bien constituida que sea garantía ante el empresario.

La implementación de la idea de negocio de Asesorar en BPM y manipulación de alimentos, nace gracias a los contactos comerciales existentes y los conocimientos adquiridos por los socios de la empresa, los cuales facilitan el desarrollo del negocio, buscando ofrecer un valor agregado y diferenciador que busca satisfacer las necesidades de un nicho de mercado.

3. Marco Teórico

3.1 Viabilidad comercial y creación de empresas.

Según Vega J. (2006), director del centro económico del recinto universitario de Mayagüez, en su artículo “Los estudios de viabilidad para negocios” plantea que “El estudio de viabilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa sin que conlleve riesgos económicos” (p. 1). Un estudio de viabilidad comercial debe hacer un diagnóstico detallado de la relación oferta y demanda, en donde deben medirse las variables económicas más importantes, como población, tasa de crecimiento, mercado, empleo y sobre todo la necesidad que para el mercado puede representar la nueva empresa en proyecto; es así como el resultado del estudio del mercado “permite estimar el tamaño del proyecto y también identificar las estrategias adecuadas para llegar al consumidor final. Además sirve también para evaluar los planes de expansión de negocios ya existentes; contestan a la interrogante de si es pertinente establecer o ampliar una organización basándose en los beneficios que traería la ejecución de sus actividades” (Salazar, 2014, p. 30).

Resulta ser un trabajo interdisciplinario en áreas de mercado, técnicas, administrativas y financieras. En síntesis, antecede a invertir una cantidad de dinero en la idea y puesta en marcha de este. Sin embargo, no es una garantía de éxito y debe conducirse de manera objetiva para que cumpla su propósito.

3.1.1 *Teorías sobre la creación de empresas*

Con respecto a la creación de nuevas empresas, éstas han sido tomadas como parte fundamental para la solución de problemas dentro del desarrollo económico del país, con la generación de empleos, innovación empresarial y el crecimiento económico mediante una ventaja competitiva.

Tomando como referencia el artículo “Estrategias para la creación de nuevas empresas, un enfoque sociocultural o institucional, se puede citar la teoría de la marginación, la cual considera la importancia de los factores externos, principalmente los negativos, a los cuales se podría enfrentar el

empresario; Se encontró que los individuos más propensos a crear su propia empresa, a partir de esos factores negativos, son marginados o inadaptados, como consecuencia de un cambio en su estilo de vida anterior. Según Brunet y Alarcón, (como se citó en Vargas y Chavez, 2012), esta teoría para convertirse en empresario son necesarias dos condiciones:

1. Un periodo de incubación, de maduración de la idea desde hace algún tiempo.
2. Un suceso disparador que desencadene el proceso de creación de una empresa, un factor considerado negativo.

Este tipo de eventos podría ser el desempleo de larga duración, el despido, falta de seguridad en el empleo, situaciones de rechazo de ideas, etc. (Tervo, 2006, p. 1055)

Por su parte, la teoría del rol, la explica el autor Nueno (como se citó en Vargas y Chavez, 2012) los factores en una zona geográfica determinada que fomentan la actividad empresarial; el entorno en el que predomina la abundancia de un sector industrial o bien la existencia de modelos emprendedores a seguir produce un efecto de arrastre que estimula la aparición de más empresas.

La teoría de redes, por su parte, plantea que el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos o actores proporciona múltiples interconexiones y reacciones en cadena, cuyo resultado es hacer circular la información y las ideas, y facilitar al emprendedor la creación de la empresa.; pero además, la “teoría de la incubadora” que auspicia el gobierno nacional y el SENA, la cual enfatiza la relevancia de las organizaciones incubadoras como el gobierno, universidades y hasta empresas no gubernamentales en el estímulo empresarial, permitiendo la creación de nuevas empresas.

Considerando el objetivo principal del presente trabajo investigativo, que gira en torno a conocer la viabilidad comercial de crear una empresa de consultorías, se debe tener en cuenta las teorías de la creación de empresa como un fenómeno multidimensional en donde lo que debe primar no es solo el comportamiento, las características y el deseo del empresario en forma individual, sino que por el contrario, deben tenerse en cuenta varios aspectos o dimensiones como son los factores social, económico y estructural así como al empresario, la empresa y el entorno.

La teoría para tener en cuenta en el presente proyecto es la de marginación que se mencionó en

párrafos anteriores, y que se fundamenta como parte las teorías socio culturales para la creación de empresa, las cuales manifiestan que para crear una organización se deben tener en cuenta los factores externos del entorno. La base de obtener provecho de un aspecto negativo o caótico en otras empresas donde se pretende incursionar, lo cual es bastante aplicado para la creación de una empresa de asesoría y consultorías en calidad alimentaria que pueda ofrecer ayudas para la solución de esos aspectos negativos que pueden rodear a las microempresas procesadoras del sur del Huila.

3.2 Estructuración del modelo de negocio

Según Alexander Osterwalder y Pigneur (2010), en su libro Generación de modelos de negocio, mencionan “Hoy en día nacen con frecuencia innovadores modelos de negocios e industrias totalmente nuevas que sustituyen a otras que se van desmoronando. Las empresas emergentes (startups) desafían a la vieja guardia, que se esfuerzan febrilmente por reinventarse” (p.1). Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. El punto de partida para cualquier debate, reunión o taller provechoso sobre innovación en un plan de negocio debería ser una visión compartida del concepto de modelo de negocio. La clave es conseguir un concepto simple, relevante y fácilmente comprensible que, al mismo tiempo, no simplifique en exceso el complejo funcionamiento de una empresa. La mejor forma de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

3.2.1 Modelo CANVAS

El llamado Modelo Canvas o método canvas fue desarrollado en (2010) por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur en el libro Generación de Modelos de Negocio, donde analizan los diferentes tipos de modelos y cuál es mejor utilizar en cada caso. Cabe destacar que el libro hace referencia a una nueva economía donde el sistema productivo ha cambiado, y por lo tanto es necesario cambiar también la mentalidad: lo más importante ahora es crear valor para los clientes.

El Modelo Canvas es una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores que

simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones.

- **Principales elementos del Modelo Canvas**

En la siguiente ilustración se puede ver el lienzo CANVAS, que no es otra cosa que una plantilla donde muestra en una sola página, modelos de negocio nuevos o futuros. Esta forma de representar un modelo de negocio es una herramienta visual práctica que tiene la virtud de fomentar la comprensión, el debate en grupo, la creatividad y el análisis.

Ilustración 1.

Lienzo CANVAS

ACTIVIDADES CLAVE		ASOCIACIONES CLAVE	PROPUESTAS DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE MERCADO
					
		RECURSOS CLAVE		CANALES	
					
 ESTRUCTURA DE COSTES			FUENTES DE INGRESOS 		

Empresa: Diseñado por: Fecha:

Nota: Imagen tomada de leader Summaries (A., 2010. p. 1)

1. **Segmentos de mercado:** ¿Quiénes son los clientes? En este apartado se definen los distintos grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa. Los clientes son el centro de

cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes (rentables), y es posible aumentar la satisfacción de estos agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes.

2. **Propuestas de valor:** La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se incline por una u otra empresa; su finalidad es solucionar un problema o satisfacer una necesidad del cliente. Las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado. En este sentido, la propuesta de valor constituye una serie de ventajas que una empresa ofrece a los clientes.

3. **Canales:** Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta.

4. **Relaciones con los clientes:** Las relaciones con los clientes se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos del mercado. Las empresas deben definir el tipo de relación que desean establecer con cada segmento de mercado. La relación puede ser personal o automatizada

5. **Fuentes de ingresos:** Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas. Si los clientes constituyen el centro de un modelo de negocio, las fuentes de ingresos son sus arterias. Las empresas deben preguntarse por lo siguiente: ¿por qué valor está dispuesto a pagar cada segmento de mercado? Si responde correctamente a esta pregunta, la empresa podrá crear una o varias fuentes de ingresos en cada segmento de mercado.

6. **Recursos clave:** Aquellos recursos clave que permitan a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos.

7. **Actividades clave:** Son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione.

8. **Asociaciones clave:** Las empresas se asocian por múltiples motivos y estas asociaciones son cada vez más importantes para muchos modelos de negocio. Las empresas crean alianzas para

optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos. Podemos hablar de cuatro tipos de asociaciones:

- Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
- Competición: asociaciones estratégicas entre empresas competidoras.
- Joint Ventures: empresas conjuntas para crear nuevos negocios.
- Relaciones cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros

9. **Estructura de costes:** los diferentes elementos del modelo de negocio conforman la estructura de costes.

3.3 El servicio de consultoría

La consultoría de empresas es por sí misma, un proceso dinámico, derivado precisamente del dinamismo que priva en el medio ambiente externo, en el que juegan y compiten las organizaciones de todo tipo. (Greiner y Metzger, 1983 p.6) definen los servicios de consultoría de gestión como “un servicio de asesoría contratado y proporcionado a organizaciones por personas especialmente capacitadas y calificadas que ayudan, de manera objetiva e independiente, a la organización del cliente a identificar problemas de gestión, analizar dichos problemas y ayudar, cuando se solicite, en la implementación de soluciones”

Gran parte de las investigaciones más recientes instan a los académicos interesados en las teorías de la empresa a explorar cómo interactúan el nivel de la empresa y el nivel individual para formar capacidades, la opinión generalizada de que gran parte de la consultoría técnica y de ingeniería la llevan a cabo equipos que se asemejan a "colectividades de conocimiento" tiene implicaciones de gran alcance para el análisis de los recursos humanos, el conocimiento de ingeniería y la interacción empresa-trabajador durante desarrollo de las capacidades.

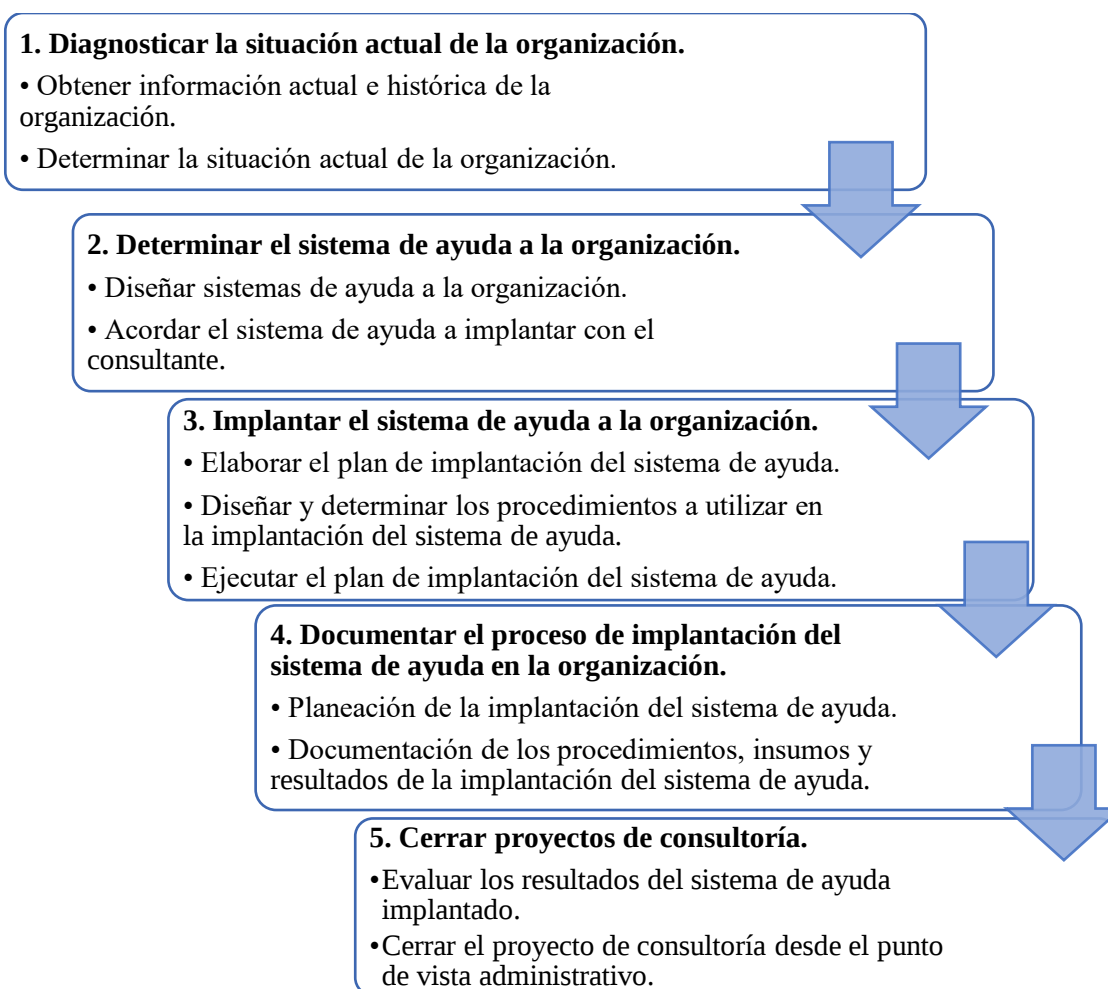
Rosenberg (como citó Srinivasan, 2014, p. 4), los ingenieros transfieren habilidades entre contextos mediante el empleo de métodos "de un área de la industria y los transfieren a otras áreas que

no están relacionadas en términos de productos finales". Por tanto, la movilidad de la mano de obra innovadora ocupa un lugar destacado en el rendimiento de la innovación y la acumulación de conocimientos; aquí, la "polinización del conocimiento" es un elemento crítico (Bessant y Rush, 1995).

Salvato (como citó Srinivasan, 2014, p. 5) enfatiza la importancia de investigar la relación organización-individuo para rastrear la evolución de las capacidades; también señala que las investigaciones anteriores han tendido a pasar por alto el papel de las personas en la creación y el mantenimiento de una ventaja competitiva. Estas circunstancias son especialmente desafortunadas cuando se considera la naturaleza centrada en el ser humano de las capacidades y el desarrollo de capacidades en las empresas de consultoría. (Srinivasan, CienceDirect, 2014)

3.3.1 Proceso de Consultoría.

El proceso de consultoría es "una actividad conjunta del consultor y la cliente destinada a resolver un problema concreto y a aplicar los cambios deseados en las organizaciones. Este proceso se conforma por fases o etapas que constituyen un trabajo de consultoría".



3.3.2 La consultoría en áreas funcionales de la empresa.

A continuación se presenta las normas generales de orientación para la consultoría en cada una de las áreas funcionales específicas de la empresa.

- 1. Consultoría en dirección financiera:** Dentro de la consultoría financiera se puede emprender una tarea relacionada con todos los aspectos financieros como la panificación de estructuras financieras, la obtención de fondos y la elaboración de sistemas de contabilidad.

A fin de examinar el carácter de las consultas financieras, se conviene considerar cuatro categorías:

- Desarrollo de la empresa.
- Administración del capital.

- Alternativas operacionales de costo mínimo.
- Sistemas de contabilidad.

2. Consultoría en dirección comercial: En la consultoría relativa a las actividades de comercialización, la empresa se encuentra en contacto con entidades externas (competidores y clientes) que tienen existencia independiente.

La misma supervivencia de la empresa depende de que sepa adaptarse a las condiciones del mercado, sometidas a la influencia de las actividades externas.

Las funciones de la comercialización se manifiestan en dos formas:

- La formulación de estrategias
- La organización y dirección de las diversas actividades mercantiles de ventas, publicidad, investigación sobre productos y mercados, distribución física, etc.

3. Consultoría en dirección de producción: La producción es esencialmente un proceso en el cual ciertos factores se transforman en productos o servicios determinados. Existe, pues, una función de producción no solo en el caso de las actividades manufactureras, sino también en otras actividades como la construcción, el transporte, la asistencia médica e incluso los oficios de oficina.

Este proceso de transformación requiere que el director de producción tome decisiones con miras a lograr que un producto de la calidad deseada sea entregado en la fecha establecida, en la cantidad estipulada y a un costo mínimo. La tarea del consultor consiste en asesorar a la dirección, en todos los casos que sea necesario, acerca del mejor medio de alcanzar tal objetivo.

El consultor en dirección de producción puede enfocar su tarea en forma sistemática examinando los aspectos relativos:

- Al producto o a los productos.
- A los métodos y organización del trabajo.
- Al personal.

- 4. Consultoría en dirección de personal:** El consultor en dirección de personal se ocupa de los aspectos de la organización relacionados con las personas que trabajan en ella. Tradicionalmente las consultas en esta esfera solían concentrarse en la administración del personal, la evaluación de tareas y las escalas de salarios, pero en los últimos años se han extendido al desarrollo de los recursos humanos y a la aplicación de una amplia gama de instrumentos y técnicas de las ciencias del comportamiento para analizar organizaciones, formar equipos as eficaces y armonizar los objetivos de individuos, grupos y organizaciones.

3.4 Calidad en la industria de alimentos

Según estudios presentados por la universidad de Cordoba, hasta finales de siglo XIX, la inspección y control sanitario de los alimentos tenía por objeto fundamental garantizar la ausencia de fraudes y microorganismos patógenos responsables de enfermedades. La toxicidad de los alimentos era difícilmente evaluada y las técnicas de inspección y control de la calidad se basaban en el clásico “ver, oler y palpar”, con ayuda de métodos analíticos microbiológicos y fisicoquímicos escasos. En el siglo XX, con la llegada de la 2ª revolución industrial, se van transformando las sociedades rurales en urbanas, con las consiguientes concentraciones de población. Este hecho provocó cambios importantes respecto a las prácticas de obtención, procesado y preparación de los alimentos. Por otra parte, la revolución de la Química Orgánica, con la aparición de numerosos compuestos químicos comerciales, supuso grandes beneficios económicos y sanitarios para la agricultura y producción animal, por la aplicación de plaguicidas y fármacos en la terapéutica veterinaria. No obstante, el empleo de estos compuestos supone un riesgo para la salud pública, ya que pueden quedar residuos de estos en los alimentos, incorporarse a la cadena alimentaria y dar lugar a alteraciones patológicas tras su ingestión, como consecuencia de su carácter tóxico, comprometiéndose las garantías de inocuidad de los alimentos.

Hoy en día, el gran auge de la industria agroalimentaria los avances de la tecnología alimentaria, la evolución de los métodos de análisis, la aparición de productos nuevos (alimento o

ingrediente) y la modernización de los canales de comercialización exigen una mayor intervención gubernamental que asegure la salubridad de los alimentos. De hecho, durante el inicio del siglo actual se asiste a la creación de instituciones que tienen por objetivo velar por la seguridad de los consumidores y por las condiciones sanitarias de la población, regulando y coordinando la disciplina de Higiene, Inspección y Control Alimentario mediante orientaciones o códigos de prácticas.

Remitiéndonos a lo expresado por el Codex Alimentarius (1997), indica “que las enfermedades de transmisión alimentaria y los daños provocados por los alimentos son, en el mejor de los casos desagradables, y en el peor pueden ser fatales”. El deterioro de los alimentos ocasiona pérdidas, es costoso y puede influir negativamente en el comercio y la confianza de los consumidores. De esta manera, es imprescindible un control eficaz de la higiene, a fin de evitar los daños ocasionados por los alimentos y por el deterioro de estos, para la salud y la economía.

Todos, fabricantes, elaboradores, manipuladores y consumidores de alimentos, tienen la responsabilidad de asegurarse de que los alimentos sean inocuos y aptos para el consumo. La responsabilidad del control de los riesgos microbiológicos recae sobre los individuos que intervienen en todas las fases de la cadena alimentaria, desde la explotación agrícola o ganadera hasta el consumidor final. Visto desde esta óptica el análisis de riesgos debería aplicarse dentro de un contexto estratégico, organizativo y operacional reconocido.

Los peligros biológicos pueden presentarse en cualquier etapa de la cadena alimentaria como consecuencia de errores en los procedimientos de manipulación o de procesado. La detección de dichos errores, su rápida corrección y su prevención en el futuro son el principal objetivo de cualquier sistema de aseguramiento de la calidad.

3.4.1 Buenas Prácticas de Manufactura

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y forma de manipulación de los productos. Las BPM comprenden actividades a instrumentar y vigilar sobre las instalaciones,

equipo, utensilios, servicios, el proceso en todas y cada una de sus fases, control de plagas, manejo de residuos, higiene personal, etc.

La FDA¹ reconoce que las BPM dan mucha importancia al control de calidad final del producto.

Además de esto se trata de incorporar a las BPM las herramientas que se han demostrado útiles, las mejoras que se hagan no sean solamente para la satisfacción del cliente sino también que ayuden en la reducción de los costos de producción, desperdicio, a fin de hacer más productiva y competitiva la empresa.

3.4.1.1 Ventajas de las BPM

Las BPM forman parte de un sistema de aseguramiento de la calidad, son especialmente monitoreadas para que su aplicación permita el alcance de los resultados esperados por el procesador, comercializador y consumidor, con base a las especificaciones plasmadas en las normas que les apliquen.

Las empresas que implementan y certifican un Sistema de Buenas Prácticas de Manufactura obtienen, entre otros, los siguientes beneficios:

- Generan confianza en el consumidor porque la implementación del Sistema de Buenas Prácticas de Manufactura tiende a minimizar la probabilidad de ocurrencia de una enfermedad transmitida por alimentos (ETA). El nivel de exigencia del consumidor es elevado y además de los atributos tradicionales requiere garantía de inocuidad para asegurar su mejor calidad de vida.
- Logran el reconocimiento nacional e internacional, con beneficios directos sobre el crecimiento de las ganancias, ya que las exigencias de estándares de calidad son cada vez más importantes en la industria de los alimentos y pueden llegar a transformarse en barreras arancelarias para el comercio.
- Bajan sustancialmente los Costos de la No Calidad (reprocesos, devoluciones, pérdida de reputación, desmotivación, responsabilidades legales, reducción de rentabilidad, etc.).

¹ Food and Drug Administration, en español la Federeación de Medicamentos y Alimentos.

- Verifican la obtención de alimentos inocuos mediante la optimización de los procesos de producción, la mejora de las prácticas higiénico-sanitarias y el adecuado control del estado de los equipos, instalaciones y edificios.
- Se encuentran en condiciones de implementar Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), ISO 22000, etc., porque las Buenas Prácticas de Manufactura proveen la base estructural de otros Sistemas de Gestión de la Calidad

4. Marco Referencial

- Carlos Enrique Arango Vélez, Jairo Jose Martinez Monterrosa y Paula Andrea Arias Garcia de la Universidad Uniminuto año 2016 en su proyecto denominado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de asesorías y consultoría enfocada en buenas prácticas de manufactura (BPM) para micro y pequeñas empresas productoras de alimentos y bebidas en Medellín y el Valle de Aburra”, utilizaron una investigación exploratoria y cuantitativa determinando así una cantidad considerable de clientes potenciales que permiten lograr el número de asesorías anuales planteadas por la empresa. En la evaluación financiera establecieron un VPN positivo, que el proyecto es viable en todos los aspectos analizados. La Tasa Interna de Retorno (TIR) de 129 % siendo esta la tasa máxima que podría esperarse del proyecto. De acuerdo con los resultados del análisis financiero, se puede concluir que según el estudio de factibilidad la empresa dispone de factores favorables para garantizar su solidez y crecimiento económico, teniendo en cuenta un balance positivo e indicadores viables para el desarrollo del proyecto. (ARANGO, 2016)

- En el año 2018, Luis Alejandro Muñoz y Robinson Roa de la Universidad del Valle, realizaron un Estudio de factibilidad de una empresa de asesorías en B.P.M. y manipulación de alimentos “la instalación Segura”, en el determinaron que viable tanto técnica, legal, administrativa y financieramente pues el sector gastronómico tiene un crecimiento importante actualmente en el país, esto genera una posibilidad muy grande de crecimiento en el mercado objetivo a futuro. La viabilidad de la empresa denominada La Instalación Segura S.A.S. cumple con las condiciones técnicas requeridas para poner en marcha el proyecto, de manera que se convierta en un nuevo generador de empleo en la ciudad, apoyando las actividades del sector gastronómico de la ciudad de Santiago de Cali, dedicándose a la asesoría en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y Manipulación de alimentos. Mediante una investigación deductiva y cualitativa en el marco del proyecto se realiza entrevista a profesional experto, quien manifiesta la importancia y necesidad de la región del valle en tener este tipo de empresas de

servicios, debido al auge de restaurantes y requerimientos de mejora en aspectos de calidad que cada uno tiene. (MUÑOZ, 2018)

- Flores Mejía Andrés F. y Valencia Hernández Carlos A., de la Universidad Católica de Pereira en el año 2018, realizan el estudio acerca de la viabilidad para la creación de una empresa de consultoría enfocada en implementar la metodología de calidad six sigma en las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la ciudad Pereira. La metodología de calidad Six Sigma es una herramienta estadística que permite la disminución de la variabilidad de defectos en los procesos, haciéndolos perfectos y cumpliendo con las expectativas de los clientes. Es así como las organizaciones de la región pueden implementar esta metodología de calidad para ser productivas, competentes y rentables, forjando más valor agregado a sus productos o servicios y generando mayor desarrollo de la región, gracias al incremento de empleo y del PIB de la ciudad. Durante la investigación utilizan un enfoque descriptivo y exploratorio y a partir de la encuesta aplicada pudo determinarse que el 88,2% de las pequeñas y medianas empresas de Pereira, no se encuentran certificadas en metodologías o normas de calidad, lo que representa una gran ventaja para la prestación del servicio en este mercado. Por otro lado, el 87,4% de las empresas pequeñas y medianas de Pereira estarían dispuestas a implementar la metodología de calidad Six Sigma, resultado que demuestra la viabilidad del proyecto desde el estudio de mercados. Desde el estudio técnico se fijó los procesos y procedimientos necesarios para la prestación del servicio, se definió la localización óptima de la empresa, ubicación que genera la mayor rentabilidad para la organización, y se desarrolló la distribución en planta, teniendo en cuenta los requerimientos físicos necesarios para una efectiva operación. (FLORES, 2018)

Al evaluar el proyecto se puede concluir que es rentable, pues el VPN es positivo, indicando que las ganancias son mayores que los egresos, por otra parte, la relación costo beneficio es mayor a 1, demostrando la viabilidad desde esta evaluación y la TIR comprobamos que este valor es mayor a la tasa de oportunidad, lo que significa que el proyecto es aceptable desde el punto de vista financiero.

- William Medina Piedrahita y Luis A. Hernández Cubillos en el Estudio del Mercado para el Análisis de la Demanda en los Servicios de Ser ingeniería & Asociados S.A.S. en el sector Metalmecánico de Cali, establecen mediante una investigación de mercado con enfoque tanto cualitativo como cuantitativo que un 58,8% de las empresas mostró interés en contratar servicios de asesoría y consultaría en temas relacionados con el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, lo que demostró que la industria metalmecánica en la ciudad de Cali es un sector que cuenta con unas características que lo hacen potencial para la empresa Ser ingeniería & Asociados SAS por lo que sugiere continuar ofrecimiento los servicios de seguridad y salud en el trabajo. Sugieren que es fundamental seguir con las actividades del plan estratégico de marketing digital, planes de acción tácticos que generen en los potenciales clientes un reconocimiento rápido de lo que ofrece la empresa y mejor memorizan de lo que es la empresa. (L. M. W., 2020)

5. Marco conceptual

- **Viabilidad comercial:** Determina la aceptación del producto y/o servicio que brindará el negocio por parte del mercado
- **Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Colombia (MiPymes):** Son entidades que ejerce una actividad económica, el pasado 5 de junio de 2019 el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo expidió el Decreto 957 de 2019, mediante el cual se reglamenta el artículo 2 de la Ley 590 del 2000 y se definen los criterios de clasificación de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas a continuación: El UVT para el año gravable 2020 refleja un valor de \$35.607 según la resolución DIAN 000084 del 28 de noviembre de 2019.

1. Para el sector manufacturero

- **Microempresa.** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a veintitrés mil quinientos sesenta y tres Unidades de Valor Tributario (23.563 UVT).
- **Pequeña Empresa.** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a veintitrés mil quinientos sesenta y tres Unidades de Valor Tributario (23.563 UVT) e inferiores o iguales a doscientos cuatro mil novecientos noventa y cinco Unidades de Valor Tributario (204.995 UVT).
- **Mediana Empresa.** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a doscientos cuatro mil novecientos noventa y cinco Unidades de Valor Tributario (204.995 UVT) e inferiores o iguales a un millón setecientos treinta y seis mil quinientos sesenta y cinco Unidades de Valor Tributario (1'736.565 UVT).

2. Para el sector servicios:

- **Microempresa.** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a treinta y dos mil novecientos ochenta y ocho Unidades de Valor Tributario (32.988 UVT).
- **Pequeña Empresa.** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a treinta y dos mil novecientos ochenta y ocho Unidades de Valor Tributario (32.988 UVT) e inferiores o iguales a ciento treinta y un mil novecientos cincuenta y uno Unidades de Valor Tributario (131.951 UVT).

- **Mediana Empresa.** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a ciento treinta y un mil novecientos cincuenta y un Unidades de Valor Tributario (131.951 UVT) e inferiores o iguales a cuatrocientos ochenta y tres mil treinta y cuatro Unidades de Valor Tributario (483.034 UVT).

3. Para el sector de comercio:

-**Microempresa.** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a cuarenta y cuatro mil setecientos sesenta y nueve Unidades de Valor Tributario (44.769 UVT).

-**Pequeña Empresa.** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a cuarenta y cuatro mil setecientos sesenta y nueve Unidades de Valor Tributario (44.769 UVT) e inferiores o iguales a cuatrocientos treinta y un mil ciento noventa y seis Unidades de Valor Tributario (431.196 UVT).

- **Servicios de Asesoría:** En términos generales la asesoría es el conjunto de instrumentos intermediarios que necesita todo administrador moderno, en cualquier campo del sector público o privado, para llevar adelante y alcanzar las metas operativas del organismo bajo su dirección. El principal beneficio que reporta la asesoría a quien acude a ella es la ayuda que otorga a la hora de resolver dudas específicas en el área de interés. Existen varias clases de asesorías la asesoría integral, la asesoría especializada y la asesoría puntual. Las dos primeras son las clases de asesoría que presta las multinacionales de consultoría, mientras la asesoría puntual es aquella a la que se dedican las pequeñas empresas nacionales en el mercado.

- **Servicios de Consultoría**

Es el proceso de analizar, estudiar y comprender el trabajo y procesos de una organización, para poder dictaminar sus fallas y aciertos sobre temas como la planeación, organización, dirección y control, a partir de los cuales, se diseña e implanta un plan de mejora para asegurar la competitividad, sustentabilidad y autogestión de las organizaciones.

- **Alimento**

Todo producto natural o artificial, elaborado o no, que ingerido aporta al organismo humano los nutrientes y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos, incluyendo bebidas no

alcohólicas, y aquellas sustancias con que se sazonan algunos comestibles y que se conocen con el nombre genérico de especia.

- **Buenas prácticas de manufactura**

Son los principios básicos y prácticos generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos en cada una de las operaciones mencionadas cumplan con las condiciones sanitarias adecuadas, de modo que se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

- **Fábrica de alimentos**

Es el establecimiento en el cual se realiza una o varias operaciones tecnológicas, ordenadas e higiénicas, destinadas a fraccionar, elaborar, producir, transformar o envasar alimentos para el consumo humano.

- **Inocuidad de alimentos**

Es la garantía de que los alimentos no causarán daño al consumidor cuando se preparen y consuman de acuerdo con el uso al que se destina.

- **Invima Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos,**

Creado por la Ley 100 de 1993, como una entidad adscrita al Ministerio de Salud y Protección Social, con el fin de realizar acciones de inspección, vigilancia y control a los fabricantes de alimentos, medicamentos, cosméticos, dispositivos médicos y otros productos de uso y consumo humano

- **Plan de Negocios**

El plan de negocio es un documento en el que se plantea un nuevo proyecto comercial centrado en un bien, en un servicio, o en el conjunto de una empresa. ... En el plan de negocio se estudia el entorno de la empresa, analizando y evaluando los posibles resultados si se logran los objetivos marcados en el proyecto.

6. Marco legal

Normativa sanitaria vigente para las empresas de alimentos

Las empresas dedicadas a la fabricación y procesamiento de alimentos en el territorio nacional deben cumplir con los requisitos establecidos en las normas expedidas por el Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia, las generales se mencionan a continuación:

- **Ley 9 de 1979:** Código Sanitario Nacional, en el Título V se establecen las normas específicas a que deberán sujetarse:
 - a) Los alimentos, aditivos, bebidas o materias primas correspondientes o las mismas que se produzcan, manipulen, elaboren, transformen, fraccionen, conserven, almacenen, transporten, expendan, consuman, importen o exporten;
 - b) Los establecimientos industriales y comerciales en que se realice cualquiera de las actividades mencionadas en este artículo, y
 - c) El personal y el transporte relacionado con ellos.
- **Resolución 2674 de 2013:** Por la cual se subroga el Decreto 3075 de 1997, tiene como objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir diferentes sectores relacionados con alimentos, así como los requisitos para los permisos o registros sanitarios de alimentos.
- **Resolución 5109 de 2005:** Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.
- **Resolución 333 de 2011:** Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano.
- Leyes 80 de 1993 y 1150 de 2007, y el decreto 1510 de 2013. Estas normas establecen los procedimientos para contratar y las modalidades de selección de contratistas.

7. Objetivos del Proyecto

7.1 Objetivo General

Establecer la viabilidad comercial para la creación de una empresa de servicios de consultoría en calidad alimentaria para Asociaciones y MiPymes procesadoras de alimentos localizadas en el sur del Huila.

7.2 Objetivos Específicos

- Identificar la oferta y demanda de los servicios de consultoría en calidad alimentaria a las Asociaciones y MiPymes procesadoras de alimentos en el sur del departamento del Huila.
- Determinar las necesidades de servicio o tipos de asesoría que requieren las asociaciones y MiPymes procesadoras de alimentos del sur del Huila.
- Establecer la viabilidad comercial para la creación de una empresa de servicios de consultoría en calidad alimentaria para Asociaciones y MiPymes procesadoras de alimentos localizadas en el sur del Huila.

8. Alcance

Geofísicamente el estudio estará enfocado a realizar los servicios de consultoría en las empresas procesadoras de alimentos de los municipios de Pitalito, San Agustín, Isnos, Palestina, Saladoblanco, Timana, Oporapa y Acevedo.

9. Diseño Metodológico

El estudio de viabilidad comercial es un análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes y para este caso por medio de encuestas virtuales y presenciales estructuradas para una muestra poblacional se pretende evaluar la pertinencia del desarrollo del proyecto y seguidamente poder tomar la mejor decisión sobre su implementación.

Preguntas de Investigación:

¿Cuál es la oferta y demanda de los servicios de consultoría en calidad alimentaria para las asociaciones y MiPymes procesadoras de alimentos en el sur del departamento del Huila?

¿Qué necesidades de servicio o tipos de asesoría requieren las asociaciones y MiPymes procesadoras de alimentos del sur del Huila?

¿Cuál es el impacto que genera en la MiPymes empresas procesadoras de alimentos la creación de una empresa de consultoría en el sur del departamento del Huila?

9.1 Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se utilizará para el desarrollo del proyecto es cuantitativa. Según Dankhe (1989), “es la investigación que busca especificar características de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. Para desarrollar la investigación exploratoria y obtener resultados del nivel de aceptación que tendría la empresa de consultoría, se formula la encuesta, se aplica y como complemento para el análisis se utiliza el software estadístico SPSS.

La información obtenida será analizada y permitirá tomar decisiones para ofrecer un mejor servicio al cliente, determinar la aceptación y cumplir con las necesidades requeridas por este; adicionalmente, determinará acciones complementarias a realizar como lo son entrevistas a clientes específicos que permitirán definir un mejor enfoque del servicio de consultoría a asociaciones y MiPymes del sur del departamento del Huila.

9.2 Fuentes y Técnicas para la Recolección de Información

9.2.1 Fuentes Primarias

Realización de encuesta a la muestra seleccionada, personal, virtual y telefónicamente.

9.2.2 Fuentes Secundarias

Se tienen como base fuentes de entidades como la Cámara de Comercio del Huila, la Superintendencia de Sociedades, DANE, Invima. También se consultan otras fuentes de información a ser consultadas para el desarrollo de la investigación.

- Artículos y páginas de internet
- Material de los diferentes módulos de la universidad
- Proyectos de grado de otras universidades y bases de datos

9.3 Diseño de Instrumento.

El instrumento (Encuesta) que se encuentra en Anexo 1, presenta preguntas basadas en el proyecto “ Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de asesorías y consultoría enfocada en buenas prácticas de manufactura (BPM) para micro y pequeñas empresas productoras de alimentos y bebidas en Medellín y el Valle de Aburra”, presentado por Carlos Enrique Arango Velez, Jairo Jose Martinez Monterrosa y Paula Andrea Arias Garcia quienes en el año 2016 utilizan una encuesta similar página 50-59. Además, se complementa y se adapta de otro documento “Estudio de mercado para una empresa de consultoría en marketing en la ciudad de Villavicencio presentado Por Yojana Marcela Carrillo Torres, Carlos Gonzalez Leon y Jose Ovidio Pineda Espinosa. Páginas 31 a 41.

Adicionalmente, posterior a la realización de las preguntas de la encuesta estas se presentan a 5 personas diferentes que no hacen parte de la muestra para evaluar y tener su percepción, esto permitió realiza ajustes y tener certeza en las respuestas que daría la muestra.

- **Aplicación del instrumento para el estudio.** Para realizar el estudio de la demanda se realizó una encuesta virtual a través de la plataforma- <https://forms.office.com/r/EFhJf998kk>

9.4 Población

La población a la que está dirigido el proyecto, son las pequeñas y medianas empresas del sector alimentos vigiladas por INVIMA localizadas en los municipios de Pitalito, Timana, San Agustín, Isnos, Acevedo, Oporapa y Salado blanco teniendo en cuenta la información recolectada de la Cámara de Comercio del Huila, INVIMA Y DANE, se determina que para el análisis de mercado la población objeto de estudio es de 150 empresas. En la siguiente tabla 3 se presenta el resumen del numero de empresas investigadas por entidad.

Tabla 4.

Número de Empresas Dedicadas al Procesamiento de Alimentos de los municipios de Pitalito, Timana, San Agustín, Isnos, Acevedo, Oporapa y Salado blanco

FUENTE	NUMERO DE EMPRESAS
DANE	16
INVIMA	63
CAMARA DE COMERCIO	71

Nota: Elaboración propia (DANE, 2020) (INVIMA, 2020) (Camara de comercio,2021)

9.5 Muestra

Gracias a las consultas realizadas en el DANE, INVIMA Y Cámara de comercio del Huila, para el presente estudio se cuenta con 150 empresas dedicadas a la producción de alimentos de los municipios del sur del Huila y son vigilados por el INVIMA, en esta ocasión este es el universo finito que se abordará.

10. Resultados

10.1 Interpretación de los datos

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a diferentes empresarios de los municipios de Pitalito, San Agustín, Acevedo, Isnos, Timana, Oporapa, Saladoblanco. Entregan una información precisa y segura para el análisis de aceptación de la empresa de consultoría en Buenas Prácticas de Manufactura, que se expone a continuación:

Objetivo de la encuesta: Determinar la necesidad que tienen las empresas identificadas dentro del segmento Asociaciones y MiPymes registradas en los municipios de Pitalito, Saladoblanco, San Agustín, Isnos, Acevedo y Timana, de contratar el servicio de consultoría en el área de calidad de alimentos.

1. Fecha

2. Género:

Tabla 5.

Respuestas de las MiPymes empresas a la pregunta 2 de la encuesta

Genero	Porcentaje
<i>Mujeres</i>	55%
<i>Hombres</i>	45%

3. Estrato:

Tabla 6.

Respuestas de las MiPymes empresas a la pregunta 3 de la encuesta

Estrato	Porcentaje
1	46%
2	27%
3	27%
4	0
5	0

4. Municipio de Ubicación

Tabla 7.

Respuestas de las MiPymes empresas a la pregunta 4 de la encuesta

Municipio	Porcentaje
Isnos	11%
Pitalito	66%
Timana	1%
Acevedo	16%
Saladoblanco	5
San Agustín	1%

De la tabla se puede notar cómo están distribuidas geográficamente las empresas que fueron encuestadas. Se evidencia notoriamente que en Pitalito se ubica la mayor cantidad de empresas productoras de alimentos y bebidas con un porcentaje de participación del 66%. Lo

cual sugiere que la ubicación de la empresa de asesoría y consultoría sea en este municipio esto debido a que la mayor cantidad de clientes potenciales se ubican este municipio.

5. ¿Qué alimentos fabrica su empresa?

Tabla 8.

Respuestas de las MiPymes empresas a la pregunta 5 de la encuesta

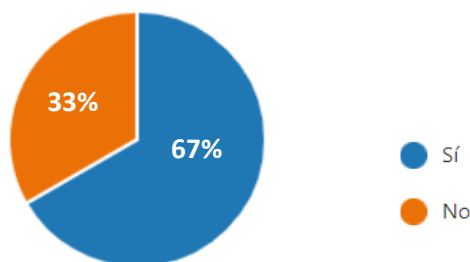
Producto	Porcentaje
Panela	10%
Bocadillos de guayaba	5%
Café tostado	31%
Pulpas de frutas	16%
Derivados lácteos	21%
Productos derivados del café	12%
Bebidas	5%

De la respuesta anterior se puede evidenciar que el mayor porcentaje de micro y pequeñas empresas 31% está dedicado a la producción de Café tostado molido, seguido de derivados lácteos con 21%, por lo que es necesario enfocar una buena parte de los planes de mercado y publicidad hacia este tipo de empresas, esto debido a su alto porcentaje de participación y penetración en el mercado y los riesgos que tiene una producción de este tipo de productos en la salud de los consumidores.

6. ¿Aplica usted la normatividad vigente de alimentos que vigila el Invima a los establecimientos dedicados a la producción de alimentos?

Ilustración 1.

Distribución porcentual aplicación de normatividad INVIMA en los establecimientos de alimentos.

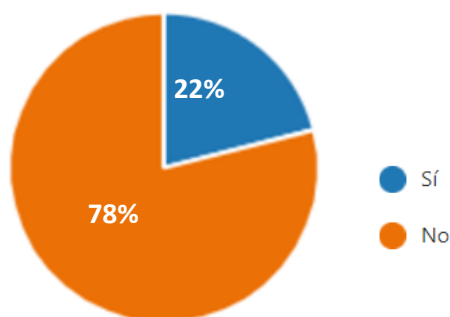


De los establecimientos encuestados el 67% aplica la normatividad INVIMA dentro de su establecimiento, mientras que el 33% no la aplica, lo que sugiere que puede ser el porcentaje de mercado potencial para abarcar los servicios de consultoría.

7. ¿Cuenta usted con un profesional del área de alimentos en la planta de producción?

Ilustración 2.

Distribución porcentual existencia de profesional de alimentos en la empresa



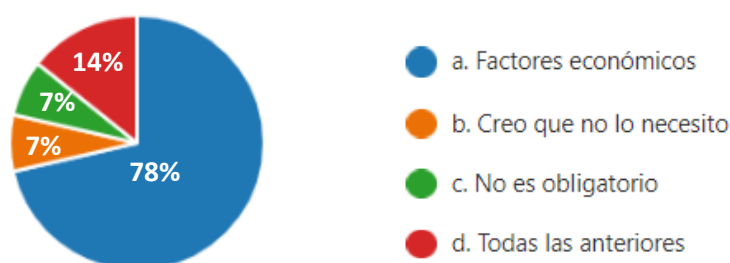
De la gráfica se puede notar que un alto porcentaje de empresas encuestadas (78%), no cuenta con un profesional en alimentos de tiempo completo, lo que denota la necesidad de la prestación del servicio de asesoría y consultoría. Como información estadística es una base de información importante que soporta y da un buen indicio de viabilidad a la idea de negocio objeto de estudio. También se puede

concluir que dado esta situación estas empresas podrían presentar incumplimientos a la norma y no tener control de sus procesos lo que podría ocasionar sanciones cuantiosas y en el peor de los casos el cierre total de las empresas productoras.

8. En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea negativa, responda por favor ¿Cuál es la principal razón?

Ilustración 3.

Distribución porcentual razón principal de no contar con profesional en alimentos.

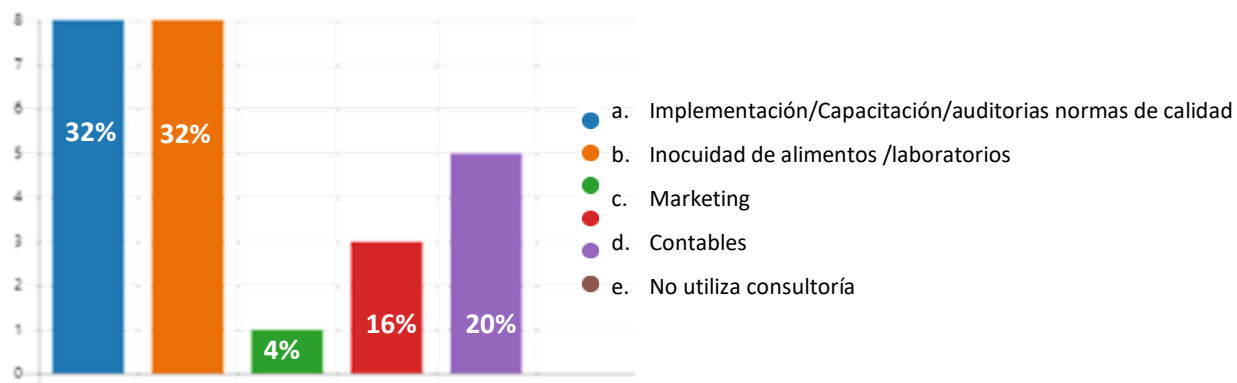


De la gráfica se evidencia de forma clara que el factor que más influye en tener un profesional en alimentos de tiempo completo contratado a las empresas productoras obedece a factores económicos con un 78%, un 14% de las empresas no lo consideran necesario, otro 7% desconocen la normatividad ya que su respuesta le apunta a que no es obligatorio o no desean aumentar ventas. Los resultados de esta respuesta son importantes para la idea de negocio objeto de estudio, ya que sirve como guía para establecer el precio y las horas de asesoría y consultoría las cuales además de ser de calidad deben estar muy acordes a la capacidad económica de las empresas a las que se quiere llegar para la prestación del servicio.

9. ¿Qué servicios de consultoría ha utilizado su empresa?

Ilustración 4.

Servicios de consultoría utilizados por los empresarios



Los servicios de consultoría en normas de calidad representan el mayor porcentaje junto con las de inocuidad (32%) siendo los contables en su orden el segundo tema con un 20%.

10. En caso de que la respuesta a la pregunta 9 sea afirmativa ¿La asesoría ha sido por?

Ilustración 5.

Distribución porcentual acerca de la principal fuente de asesoría



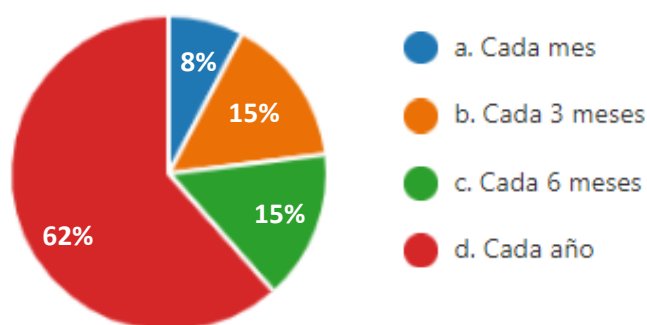
Del grafico en relación se evidencia que el 79% de las empresas encuestadas han contratado los servicios de profesionales en alimentos independientes. Este punto denota que son pocas las empresas constituidas en el mercado que brindan asesorías y consultorías en BPM, lo que puede llegar a ser un

punto que favorece la implementación de la idea de negocio, teniendo en cuenta el mejoramiento continuo del servicio como factor diferenciador y valor agregado con el fin de ganar la fidelización de los clientes.

11. ¿Con que frecuencia ha utilizado los servicios de consultoría?

Ilustración 6.

Distribución porcentual frecuencia asesorías.



El 62% de los encuestados manifiesta que la frecuencia de necesidad de consultoría se presenta cada año. Seguido de cada trimestre y semestre. Este resultado denota que en las diferentes épocas del año hay necesidad del servicio por parte de las empresas.

12. ¿Consideraría usted la posibilidad de conocer un servicio de consultoría en buenas prácticas de manufactura y calidad alimentaria que le proponga soluciones?

Ilustración 7.

Distribución porcentual posibilidad de acceder al servicio.

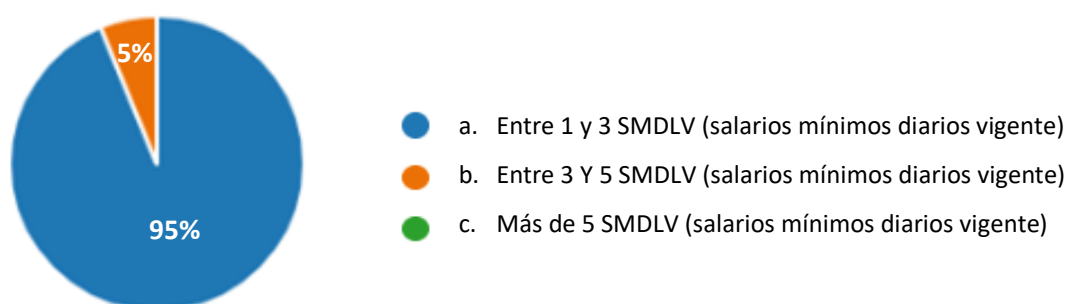


De las respuestas obtenidas a la pregunta se puede deducir que un buen porcentaje (56%) de las empresas encuestadas estarían dispuestas a contratar el servicio de asesoría externa. Este punto es de vital importancia ya que presenta un resultado positivo para la aceptación en el mercado de la empresa.

13. ¿Cuánto ha pagado o estaría dispuesto a pagar por una hora de asesoría?

Ilustración 8.

Distribución porcentual valor hora de la asesoría.

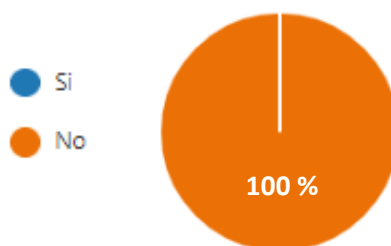


De la gráfica se evidencia que el 95% de las empresas encuestadas estarían dispuestas a pagar entre 1 y 3 SMDLV por el servicio de asesoría mientras que el restante 5% estaría dispuesto a pagar por el servicio entre 3 y 5 SMDLV. Lo anterior es coherente con el precio establecido para el estudio de viabilidad.

14. ¿Tiene conocimiento de alguna consultora en la región dedicada al servicio de consultora en buenas prácticas y calidad alimentaria este servicio?

Ilustración 9.

Distribución porcentual existencia empresas de consultoría alimentaria.

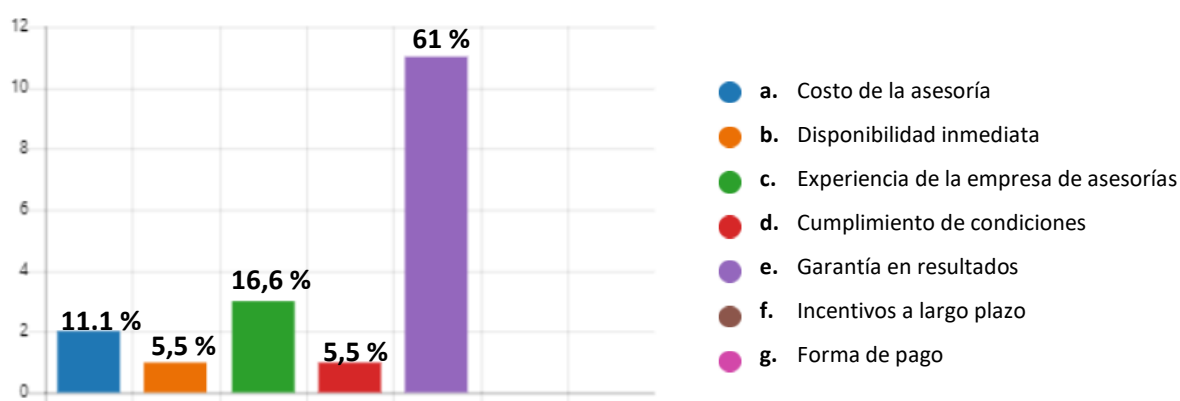


El 100% de los encuestado manifestó no conocer empresas de consultoría en la región, por lo que es una importante ventaja competitiva para la empresa en estudio.

15. ¿Cuál sería el aspecto más relevante que usted consideraría en su empresa al momento de contratar una asesoría?

Ilustración 10.

Aspecto relevante para decisión del servicio de consultoría

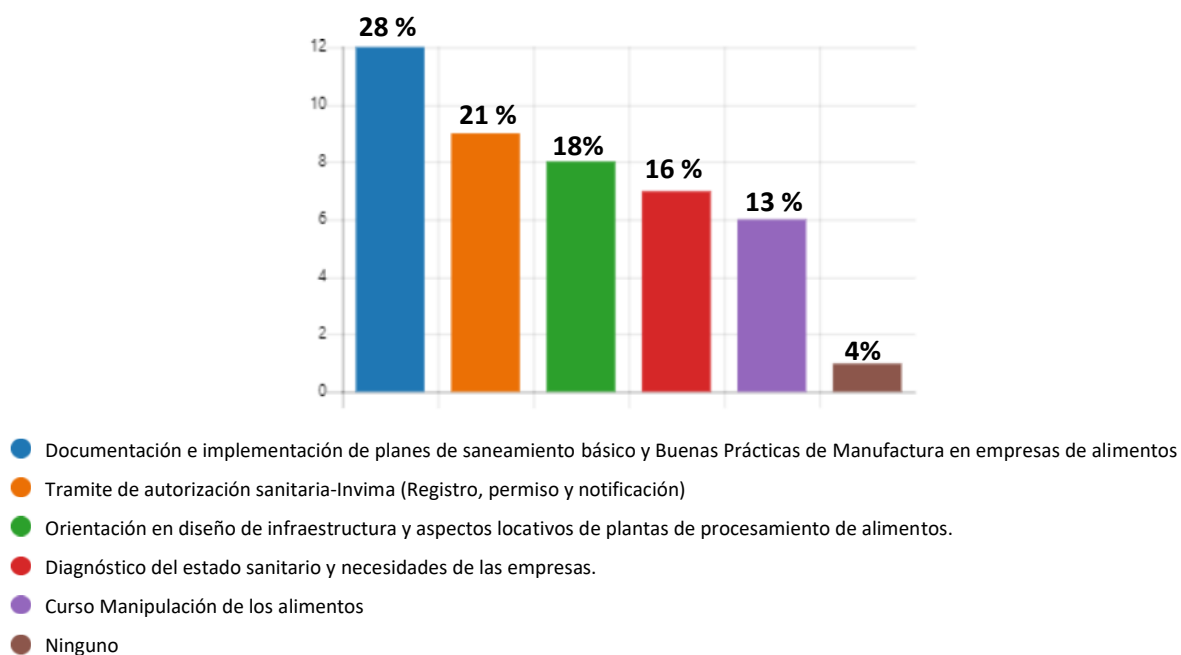


El 61% de los encuestados responde que el aspecto más importante a la hora de acceder al servicio de consultoría es la garantía de obtención de mejora de resultados (trabajo conjunto empresa/consultor), seguido por la experiencia del consultor en los temas con un 16,6%.

16. ¿En este momento en cuál(es) del (los) tema(s) abajo relacionados estaría usted dispuesto(a) a tomar un servicio de consultoría empresarial especializado para su empresa?

Ilustración 11.

Servicios relevantes a ofrecer en la empresa de consultoría.



El tema de mayor demanda es todo lo que tiene que ver con documentación e implementación de planes de saneamiento básico y Buenas Prácticas de Manufactura en empresas de alimentos con un 28%, seguido de tramites de autorización con un 21 % y orientación al diseño locativo con 18%. Esto permite establecer la prioridad que debe tener la empresa a la hora de elegir los temas de la consultoría.

10.1 Conclusión general de la investigación por medio de la encuesta.

Según los resultados de las encuestas, se puede evidenciar que las MiPymes procesadoras de alimentos y bebidas presentan necesidades específicas en el conocimiento de la normativa sanitaria vigente. El mercado potencial para la implementación y puesta en marcha son las plantas torrefactoras, plantas procesadoras de derivados lácteos y pulpas. La principal ciudad donde se encuentran localizadas son Pitalito, seguido de Acevedo e Isnos.

Además, la encuesta muestra que el panorama es favorable para la creación de la empresa de asesorías y consultoría en BPM a MiPymes procesadoras de alimentos en el sur del departamento de Huila, por los siguientes aspectos; se denota la necesidad del acompañamiento profesional ya que en general no se cuenta con profesional en la planta por factores económicos, se ha tenido acompañamiento de profesionales independientes como asesores, además las empresas afirman querer continuar con los procesos de asesorías. Por lo tanto es importante encaminar las estrategias de promoción, mercadeo y publicidad de manera correcta dando a conocer las ventajas y el valor agregado de la empresa que a su vez ofrece precios competitivos con respecto a los profesionales independientes que se dedican a esta actividad los cuales según la encuesta pueden ser la mayor competencia.

10.2 Proyección de ventas para el primer año de funcionamiento

Tomando como base la información contenida en el diseño metodológico de la investigación, el mercado objetivo está conformado por MiPymes procesadoras de alimentos. Los resultados de la encuesta evidencian que el 56% de las empresas están dispuestas a contratar los servicios de asesoría y consultoría, por lo que los clientes potenciales para el primer año pueden ser 84 empresas, tomando como referencia 150 micro y pequeñas empresas de alimentos de las bases de datos.

10.3 El Servicio

El servicio y su éxito está basado en la experiencia y el conocimiento de la normativa sanitaria vigente que tienen los profesionales encargados de prestar los servicios de asesorías a las empresas productoras de alimentos, debido a que la experiencia laboral de estos ha sido en el campo de la Inspección, Vigilancia y Control por lo que conocen el contexto, la aplicación de la normativa en sus distintas instancias y pueden ser más asertivos frente a la orientación que se les va a dar a los clientes por parte de las otras empresas que aunque ofrecen sus servicios de asesorías no manejan profundamente la normativa en todos sus aspectos.

1. Cada empresa dispondrá como mínimo de 3 horas de asesorías al mes.
2. El profesional realiza en 3 días las asesorías que consta cada una de tres horas. En una jornada de lunes a viernes, 8 horas diaria.
3. Se establece que se puede atender el 100% de las empresas interesadas en el servicio.
4. Se establecen 10 meses de trabajo en el año ya que el servicio puede variar en los meses de diciembre y enero.
5. EL profesional realiza un trámite de expedición de Registro, Permiso o Notificación Sanitaria a la semana.

Servicio	Horas Mensuales dedicadas al servicio	Cantidad
Documentación e implementación de planes de saneamiento básico y Buenas Prácticas de Manufactura en empresas de alimentos	40 horas	2
Tramite de autorización sanitaria-Invima (Registro, permiso y notificación)	24 horas	2

Orientación en diseño de infraestructura y aspectos locativos de plantas de procesamiento de alimentos.	24	1.5
Diagnóstico del estado sanitario y necesidades de las empresas.	8	1.4
Curso Manipulación de los alimentos	10	1

El precio disponible para pagar por el servicio se establece de acuerdo con el precio establecido en el estudio de mercados. Por otra parte, se puede decir que la demanda es amplia y la necesidad del servicio es constante, así se proyectan las ventas para el primer año teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

11. Modelo CANVAS

"Asociaciones Clave (Red de Partners)" 	"Actividades Clave" 	"Propuesta de Valor" 	"Relaciones con los Clientes" 	"Segmentos de Mercado" 
• Ingenieros y profesionales are alimentaria. • Alcaldías • Laboratorios de analisis alimentos • Laboratorios para certificados de manipuladores de alimentos. • Empresas Proveedoras de insumos o elementos y equipos que permiten realizar mediciones y controlar la calidad de los alimetos. • SENA • ICA • Camara y Comercio del Huila • INVIMA • Agrosur • CAM	• Brindar el sevicio y resolución de necesidades de los clientes. • Creación de documentación y contenidos. • Realización y atención de Llamadas telefónicas, recepción y respuestas a correos electrónicos. • Actividades administrativas. • Capacitación y actualización continua para estar al día sobre las tendencias del sector. • Elaboración de guías de aprendizaje para capacitacion en manipulación de alimentos. • Desarrollo, gestión y mantenimiento de las plataformas digitales: web, blog, redes sociales.	Desarrollo de servicios de consultoría y/o asesorias en temas de calidad alimentaria como lo son: la manipulación higiénicas de los alimentos, documentación e implementación de Buenas Practicas de Manufatura y HACCP a las Pyme's dedicadas al procesamiento y comercialización de alimentos en los municipios de Pitalito, San Agustin, Isnos y Timana. El propósito es acompañar, apoyar y fortalecer los procesos productivos, brindando las estrategias que permitan mantener la calidad e inocuidad en los alimentos y a su vez mejorar las condiciones sanitarias de la empresa.	• Atención directa, personalizada. • Buzon de sugerencias. • Soporte en caso de reclamos. • Atención a través de las redes sociales y telefonica personalizada. • Interacción Web y blog. • Formas de pago: tarjetas de crédito, débito, transferencias electrónicas • Visitas en la empresa cliente.	Micro, Pequeñas y medianas empresas dedicadas al procesamiento, expendio, distribución y comercializadoras de alimentos y bebidas ubicadas en los municipios del sur de Huila (Pitalito, San Agustin, Isnos y Timana).
	"Recursos Clave" 	Brindar alternativas a los empresarios para facilitar, controlar y monitorear la actualización constante de los registros exigidos por la normatividad sanitaria vigente. El servicio se caracteriza además por brindar:	"Canales, Distribución y Comunicación" 	
	• Recurso Humano: Ingenieros de alimentos y afines personal administrativo, mercadeo. • Plataforma digital: Redes sociales, web, blog. • Sede física (local). • Servicios: Conexión a internet, telefonía, electricidad, agua. • Equipos de oficina. • Dispositivos móviles: teléfonos, tabletas. • Formación especializada.	• Practicidad. • Eficacia • Precios competitivos • Facilidades de Pago • Información previa del monto del pago. • Seguridad sobre la calidad profesional del personal.	Directo: Punto de venta del servicio Referidos (voz a voz) -Telefonía (call center). Visitas a las empresas. Omnicanalidad: Uso de redes sociales, blog, página web.	

"Estructura de Costos" 		"Fuentes de Ingreso" 	
COSTOS FIJOS	5.865.000		
Costos de funcionamiento	5.095.000	Ventas Totales	48.600.000
Costos de Comercialización	770.000		
COSTOS VARIABLES	28.425.000		
Materia Prima	14.825.000		
Mano de Obra Directa	13.600.000		
INVERSION ACTIVOS FIJOS	43.953.900		
Maquinaria y Equipo	35.210.000		
Muebles y Enseres	8.443.900		
Obras Físicas y Adecuaciones locativas	300.000		

1. INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

a. REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

DESCRIPCION	REF.	CANTIDAD	V/R. UNITARIO	V/R. TOTAL
Cafetera		1	\$ 200.000	\$ 200.000
Computador de escritorio- all in one		2	\$ 1.600.000	\$ 3.200.000
Computador Portátil		2	\$ 1.800.000	\$ 3.600.000
Impresora multifuncional		1	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
TV		1	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
Teléfono inalámbrico		1	\$ 260.000	\$ 260.000
Video Beam		1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Elementos de Medición Portátiles (Gramera, termómetros, pHmetros)		1	\$ 450.000	\$ 450.000
TOTAL INVERSION MAQUINARIA Y EQUIPO				\$ 35.210.000

b. REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCION	REF.	CANTIDAD	V/R. UNITARIO	V/R. TOTAL
Escritorios para los puestos de trabajo		4	\$ 500.000	\$ 2.000.000
Sillas ergonómicas para los puestos de trabajo		4	\$ 250.000	\$ 1.000.000
Archivadores metálicos		2	\$ 450.000	\$ 900.000
Sillas auxiliares		8	\$ 80.000	\$ 640.000
Elementos de oficina		1	\$ 39.900	\$ 39.900
Tablero		1	\$ 64.000	\$ 64.000
Formatos, lápices, lapiceros, borrador, marcadores, grapas, clips, resaltadores, entre otros.		1	\$ 100.000	\$ 100.000
Cosedora, perforadora, saca ganchos, papelera, portalápices, entre otros.		1	\$ 100.000	\$ 100.000
Sillas Rimax para el salon de capacitación sanitaria		20	\$ 30.000	\$ 600.000
Mesa auxiliar		20	\$ 150.000	\$ 3.000.000
TOTAL INVERSIÓN MUEBLES Y ENSERES				\$ 8.443.900

12. Conclusiones

- Los servicios de consultoría han tomado gran auge en los últimos años, son altamente comerciables, siempre y cuando los servicios otorgados cumplan con todas las expectativas de los clientes potenciales (sectores públicos y privados). Se determinan así cada uno de los servicios de mayor interés por parte de los encuestados y el posible mercado potencial para los mismos.
- La empresa al ofrecer un servicio de consultoría no necesita tener mucha infraestructura ni maquinaria, contrario a esto se necesita de personal altamente capacitada en temas sanitarios que ayuden a mejorar las empresas que soliciten el servicio. Es factible, ya que no se requiere muchos más recursos que los básicos en una oficina administrativa. En contraste a las ganancias que se pueden tener al ofrecer este tipo de servicios.
- Se desarrolló un estudio de investigativo, el modelo Canvas y se observó que el proyecto es viable, ya que para la iniciación de esta empresa según el estudio financiero no son precios tan altos y son accesibles para una pronta apertura de la empresa.
- La creación de una empresa destinada a la consultoría y asesoría de buena practicas de manufactura en el municipio de Pitalito traería buenas oportunidades a los empresarios del sector alimentos debido a que se estaría contribuyendo a las necesidades identificadas.
- Existen factores determinantes aun no estipulados en el presente documento como los son el análisis de la competencia, el análisis DOFA, para posterior mente iniciar las estrategias y mix de marketing.
- Al ser la publicidad principal de este tipo de empresas es el “voz a voz” el mercado paulatinamente aumenta respecto a los buenos servicios prestados con anterioridad, por lo que respecto a la factibilidad comercial esta empresa tiene mucho potencial respecto a otras de otro rubro cuyo giro se limite a otros factores internos o externos que limiten su expansión comercial.

13. Referencias Bibliográficas

- A., O. (2010). *leadersummaries*. Obtenido de <https://www.leadersummaries.com/es/libros/resumen/detalle/Generacion-de-modelos-de-negocio>
- ARANGO, V. y. (2016). Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de asesorías y consultoría enfocada en Buenas prácticas de manufactura(BPM) para micro y pequeñas empresas productoras de alimentos en Medellín y el Valle de Aburrá. Medellín Y Valle de Aburrá, Colombia. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10656/5669>
- Confecamaras. (2018). *Economía Aplicada*. Obtenido de <http://www.economiaaplicada.co/index.php/69-empresas/1494-ss0223?tmpl=component>
- DANE, G. d. (2020). *Geovisor Directorio DANE - Departamento Administrativo Nacional de*. Obtenido de <https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/economia/directorio-estadistico-de-empresas/?lt=6.737517517241869&lg=-84.85232069444079>
- FLORES, M. y. (2018). Viabilidad para la creación de una empresa de consultoría enfocada en implementar la metodología de calidad six sigma en las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la ciudad Pereira. Pereira. Obtenido de <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/5198/1/DDMIIND53.pdf>
- INVIMA. (11 de 12 de 2020). *Informe trimestral de Inspección, Vigilancia y Control basado en Riesgos*. Obtenido de <https://www.invima.gov.co/documents/20143/611185/Informe-III-Trimestre-2020-IVC-SOA.pdf>
- L., M. W. (2020). Estudio del Mercado para el Análisis de la Demanda en los Servicios de Servingeniería & Asociados S.A.S. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/32718/1/2020_estudio_mercado.pdf
- L., M. W. (2020). *UCC.EDU.DO*. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/32718/1/2020_estudio_mercado.pdf

- L.A.V.I.N. (14 de julio de 2016). *Milenio*. Obtenido de <https://www.milenio.com/opinion/ivan-lavin/el-santo-grial/la-consultoria-a-traves-del-tiempo>
- Metzger, G. y. (1983). *Consulting to management*. Englewood cliffs, NJ: Prentice- Hall. *Scielo*, 6.
Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452011000200006
- MUÑOZ, L. R. (2018). Estudio de factibilidad de una empresa de asesorías en B.P.M. y manipulación de alimentos “la instalación Segura”. Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/17517>
- R. Srinivasan. The management consulting industry: Growth of consulting services in india: Panel discusión. IIMB Management Review. Volume 26, I. 4. (2014.). *Science Direct*. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2014.09.001>.
- S.A.S.Tributi. (2021). Obtenido de Actividades económicas válidas 2021 - Códigos CIU.:
<https://www.tributi.com/ayuda/actividades-economicas-validas-2020-codigos-ciu>
- Salazar, R. (2014). *Estudio de viabilidad comercial para la inversión privada en el sector*. Obtenido de USAT: https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/861/1/TM_Salazar_Cabrera_Rudy.pdf
- Srinivasan, R. (2014). *CienceDirect*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0970389614000883>
- Srinivasan, R. (2014). The management consulting industry: Growth of consulting services in India: Panel discussion,. *sciencedirect*, 257-270,. doi:<https://doi.org/10.1016/j.iimb.2014.09.001>.
- Tervo. (2006). *Regional unemployment, selfemployment*. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00036840500400053>
- Vargas, J. G. (2012). *Revistas UCR*. Obtenido de file:///E:/descargas/8049-Texto%20del%20art%C3%ADculo-11043-1-10-20130304%20(2).pdf
- Vega, J. I. (2006). *ucp.edu.co*. Obtenido de <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/5464/1/DDMIIND98.pdf>

Anexos

Encuesta Para Determinar La Aceptación De Una Empresa De Consultoría En Calidad Alimentaria

Reciba usted un cordial saludo,

Se está realizando un estudio para conocer la aceptación de los empresarios sobre los servicios de consultoría en calidad alimentaria con temas alusivos al cumplimiento de los requisitos y documentación de la normatividad INVIMA. La información que nos brinde será confidencial y utilizada solamente para un ejercicio académico.

Agradezco su participación en esta encuesta.

Objetivo de la encuesta: Determinar la necesidad que tienen las empresas identificadas dentro del segmento Asociaciones y MiPymes registradas en los municipios de Pitalito, Saladoblanco, San Agustín, Isnos, Acevedo y Timana, de contratar el servicio de consultoría en el área de calidad de alimentos.

FECHA: ____/____/____

GÉNERO: _____

ESTRATO _____

EDAD: ENTRE 18 Y 30 AÑOS b ENTRE 30 Y 45 AOS

MUNICIPIO DE UBICACIÓN _____

1. ¿Qué alimentos fabrica su empresa? _____
2. ¿Aplica usted la normatividad vigente de alimentos que vigila el Invima a los establecimientos dedicados a la producción de alimentos?
SI _____ NO _____
3. ¿Actualmente su empresa está certificada o está implementando algún proceso para la mejora continua en lo que respecta a la calidad alimentaria?
SI _____ NO _____
4. ¿Cuenta usted con un profesional del área de alimentos en la planta de producción?
SI _____ NO _____

5. En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea negativa, responda por favor ¿Cuál es la principal razón?
- a. Factores económicos
 - b. Creo que no lo necesito
 - c. No es obligatorio
 - d. Todas las anteriores
 - e. Otra _____
6. ¿Qué servicios de consultoría ha utilizado su empresa?
- a. Implementación/Capacitación/auditorías normas de calidad
 - b. Inocuidad de alimentos /laboratorios
 - c. Marketing
 - d. Contables
 - e. No utiliza consultoría
 - f. Otra _____
7. En caso de que la respuesta a la pregunta 6 sea afirmativa, responda ¿La asesoría ha sido por?
- a. Profesional independiente
 - b. Empresa asesora
8. Con que frecuencia ha utilizado los servicios de consultoría?
- a. Cada mes
 - b. Cada 3 meses
 - c. Cada 6 meses
 - d. Cada año
 - e. Otro ¿Cuál? _____
9. ¿Consideraría usted la posibilidad de conocer y evaluar un servicio de consultoría en Buenas prácticas y calidad alimentaria que le proponga soluciones a la medida de su empresa como respuesta a sus problemas?
- a. Muy Probablemente
 - b. Probable
 - c. Poco Probable
 - d. Definitivamente No

10. ¿Cuánto ha pagado o estaría dispuesto a pagar por una hora de asesoría?
- Entre 1 y 3 SMDLV (salarios mínimos diarios vigente)
 - Entre 3 Y 5 SMDLV (salarios mínimos diarios vigente)
 - Más de 5 SMDLV (salarios mínimos diarios vigente)
11. ¿Tiene conocimiento de alguna consultora en la región dedicada al servicio de consultora en buenas prácticas y calidad alimentaria este servicio?
- SI _____ NO _____
12. Si su respuesta anterior es afirmativa ¿Cuál o cuáles empresas conoce?
- _____
13. **¿Cuál sería el aspecto más relevante que usted consideraría en su empresa al momento de contratar una asesoría?**
- Costo de la asesoría
 - Disponibilidad inmediata
 - Experiencia de la empresa de asesorías
 - Cumplimiento de condiciones
 - Garantía de obtención de mejora de resultados (trabajo conjunto empresa/consultor)
 - Incentivos a largo plazo
 - Forma de pago
14. ¿En este momento en cuál(es) del (los) tema(s) abajo relacionados estaría usted dispuesto(a) a tomar un servicio de consultoría empresarial especializado para su empresa?
- Documentación e implementación de planes de saneamiento básico y Buenas Prácticas de Manufactura en empresas del sector alimentos
 - Tramite de autorización sanitaria-Invima (Registro, permiso y notificación)
 - Orientación en diseño de infraestructura y aspectos locativos de plantas de procesamiento de alimentos.
 - Diagnóstico del estado sanitario y necesidades de las empresas.
 - Manipulación de los alimentos