



PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

**FORMULACIÓN CONSULTORIO VIRTUAL CONTABLE Y
FINANCIERO DE LA UNIVERSITARIA VIRTUAL INTERNACIONAL**

**INVESTIGADOR PRINCIPAL
EDWARD FABIAN ESCOVAR ALVAREZ**

**BOGOTÁ D.C.
06 DE MARZO DE 2.020**

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN	7
2.	GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	10
2.1.	CONTEXTUALIZACIÓN.....	10
2.1.1.	EL CONTADOR PÚBLICO EN LA ACTUALIDAD	10
2.1.2.	LA PROYECCIÓN SOCIAL DE LA ACADEMIA.....	12
2.1.3.	CONSULTORIOS CONTABLES Y FINANCIEROS	14
2.1.4.	CONTEXTO DE LAS MIPYMES.....	15
2.2.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	18
2.2.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
2.2.2.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	20
2.2.3.	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
2.3.	OBJETIVOS.....	21
2.3.1.	OBJETIVO GENERAL	21
2.3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
2.4.	JUSTIFICACIÓN.....	21
2.5.	MARCO REFERENCIAL	26
2.5.1.	MARCO CONCEPTUAL	26
2.5.2.	MARCO TEÓRICO	27

2.6.	ASPECTOS METODOLÓGICOS	41
2.6.1.	TIPO DE ESTUDIO.....	41
2.6.2.	METODO DE INVESTIGACIÓN.....	42
2.6.3.	FUENTES DE INVESTIGACIÓN	43
2.7.	FASES DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.	ESTUDIO DE MERCADO	45
3.1.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	45
3.1.1.	MODELO DE NEGOCIO.....	46
3.1.2.	SERVICIOS SUSTITUTOS.....	47
3.2.	ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA	48
3.3.	ANÁLISIS DEL MERCADO	57
3.3.1.	BARRERAS DE ENTRADA Y CARACTERISTICAS DEL SECTOR	57
3.3.2.	MERCADO Y ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	58
4.	ESTUDIO TÉCNICO	62
4.1.1.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	62
4.1.2.	TECNOLOGÍA Y RECURSOS.....	63
4.1.3.	DETALLES DEL ACUERDO Y PROCEDIMIENTOS DEL SERVICIO.....	63
4.1.4.	TIEMPO	70
4.1.5.	ALCANCE	70
5.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	70

5.1.	ANÁLISIS FODA	70
5.2.	HORIZONTE INSTITUCIONAL.....	72
5.3.	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	74
6.	ESTUDIO LEGAL.....	81
7.	ESTUDIO FINANCIERO.....	85
7.1.	INVERSIONES	85
7.2.	COSTOS	85
8.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	86
8.1.	IMPACTO SOCIAL.....	86
8.2.	IMPACTO INSTITUCIONAL-ACADÉMICO	87
9.	BIBLIOGRAFÍA.....	88

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 - Criterios de clasificación empresarial en Colombia	35
Tabla 2 - Actividades Económicas	48
Tabla 3 - Fuentes de Asesoría.....	49
Tabla 4 - Área que requiere mayor apoyo	50
Tabla 5 - Costos sobre las asesorías.....	51
Tabla 6 - Forma de prestación de la asesoría	51

Tabla 7 - Percepción sobre la calidad del servicio.....	52
Tabla 8 - Tipo de inconvenientes presentados en la asesoría	53
Tabla 9 - Disposición de adquirir servicios de asesoría.....	54
Tabla 10 - Factores que inciden en la decisión de aceptar la asesoría	54
Tabla 11 - Prioridades en el servicio de Asesoría.....	56
Tabla 12 - Opinión sobre un servicio de asesoría virtual.....	56
Tabla 13 - Símbolos Diagrama de Flujo	64
Tabla 14 - Flujograma Proceso selección y vinculación de estudiantes auxiliares	65
Tabla 15 - Flujograma proceso Revisión de acompañamiento y asignación de responsable en servicio de consultoría	66
Tabla 16 - Flujograma proceso Asignación de Responsabilidades del servicio de consultoría ...	67
Tabla 17 - Flujograma proceso desarrollo y seguimiento servicio de consultoría	68
Tabla 18 - Flujograma Proceso Búsqueda y vinculación de Clientes.....	69
Tabla 19 - Análisis FODA	71
Tabla 20 - Presupuesto de Inversiones.....	85
Tabla 21 - Presupuesto de Costos	86

CONTENIDO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - Distribución Actividades Económicas	48
Ilustración 2 - Distribución Fuentes de Asesoría.....	49
Ilustración 3 - Área que requiere mayor apoyo	50
Ilustración 4 - Costos sobre las asesorías.....	51

Ilustración 5 – Distribución Forma de prestación de la asesoría	52
Ilustración 6 - Percepción sobre la calidad del servicio.....	52
Ilustración 7 - Distribución Tipo de inconvenientes presentados en la asesoría	53
Ilustración 8 - Disposición de adquirir servicios de asesoría.....	54
Ilustración 9 - Factores que inciden en la decisión de aceptar la asesoría	55
Ilustración 10 - Prioridades en el servicio de Asesoría.....	56
Ilustración 11 - Opinión sobre un servicio de asesoría virtual.....	57
Ilustración 12 - Ubicación Universitaria Virtual Internacional	62
Ilustración 13 - Organigrama Consultorio	75

1. INTRODUCCIÓN

Dentro del desarrollo universitario se estructura una serie de actividades encaminadas hacia la construcción de estrategias que solventen las necesidades de la comunidad, las cual se focalizan dependiendo de la función a la que pertenezcan, encontrándose procesos de cualificación y certificación en la función de docencia, procesos de amplitud investigativa y creación de grupos multidisciplinarios en la función de investigación, como también procesos de aproximación a la comunidad a través de la función sustantiva denominada extensión universitaria o proyección social.

En esta última función sustantiva, se presentan múltiples desafíos tanto en su concepción como en la aplicación de las estrategias que son alineadas a su proyección dentro y fuera de la universidad. En cuanto a la conceptualización se encuentra una amplitud de aproximaciones dado que depende de su historicidad y su contexto de enunciación (Buenfil citado en Tomassino & Cano, 2016), encontrándose referencias a esta como “proyección social”, “proyección universitaria”, “divulgación cultural”, “misión social”, “Difusión Cultural”, “Interacción Social” entre otros (D’Andrea et al., 2014; M. R. Ruiz, 2016).

Esta polisemia constitutiva, adicional a las variadas tareas que le han asignado a esta función y la autodefinition que se da cada universidad en su visión de relacionamiento con la sociedad, ha distorsionado la conceptualización y profundización del concepto (Fresán Orozco, 2004; Gezmet, 2013). Lo anterior cobra relevancia si se analiza su necesidad desde el punto de vista de uno de los sectores más vulnerables en el país, las MiPymes, que para el caso de Colombia en el

2016 su participación en el engranaje empresarial era cercano al 99,6%, el aporte a la generación de empleo es de cerca del 80,8% y del 45% de la producción del país (MinCIT, 2016), lo que resalta el hecho de que este tipo de individuos deben ser apoyados desde la academia para poder hablar de una construcción de País.

Por otro lado se encuentran grandes desafíos en materia de permanencia y crecimiento de estas, muestra de ello son las tasas de supervivencia que afecta cada uno de los grupo de empresas, donde se evidencian tasas de supervivencia promedio del 71,4% para las grandes empresas, y a medida que el tamaño va bajando, el porcentaje promedio de supervivencia también lo hace, pasando por un 68% para las medianas empresas, 60% para las pequeñas y tan solo el 29,1% para las microempresas (2016, p. 6).

Esta crisis de sostenibilidad y crecimiento de las MiPymes, en contraste con la contribución de este tipo de entidades a nivel social y económico ha agudizado la necesidad de comprender los factores que inciden de alguna forma en la productividad y la supervivencia de estas. Adicionalmente se requiere pensar fuera de la caja para buscar soluciones que se adapten a sus necesidades latentes, y no como se viene llevando a cabo el proceso de intervención, cuya principal característica es la ideología de pensarlas como pequeñas “grandes” empresas buscando adaptarles los instrumentos, procedimientos y estructuras sin concientizar la dimensión o las problemáticas que las acoge.

Desde este punto de vista, se plantea una estrategia de inmersión virtual en la cual se promueva un proceso de crecimiento y construcción empresarial a través de procesos de

acompañamientos desde la Universitaria Virtual Internacional, y la construcción de comunidades de aprendizaje y redes de apoyo entre los empresarios que se vinculen a los ciclos de apoyos en temas contables y financieros que ofrecerá la Universidad.

Este consultorio contable y financiero con modalidad virtual servirá como eje de desarrollo extensionista de la Universitaria Virtual Internacional, cuyo objeto central será el acompañamiento a los emprendimientos y empresas de pequeña dimensión que requieran apoyo en estas áreas, donde se vaya construyendo redes de apoyo y comunidades de aprendizaje de los tópicos que se plantean desde la universidad, los cuales estarán dimensionados y contextualizados a las necesidades de estos individuos.

Así las cosas, se logrará un doble resultado, donde por un lado se dará un acercamiento a la filosofía de la universidad de construir país desde la academia, dando un apoyo efectivo y de calidad a los empresarios y emprendedores que lo requieran, y por el otro, se garantizará una sinergia con el sector empresarial, garantizando que los estudiantes de la Universidad puedan aprender en la práctica, fortalecer sus componentes disciplinares y lograr dimensionar el engranaje empresarial del país.

En la primera parte de este documento se realiza una síntesis donde se detallan los aspectos generales de la investigación que comprende los siguientes apartados: (i) La formulación y sistematización del problema donde se resalta la necesidad de que las instituciones universitarias propicien espacios de co-creación con los agentes del ambiente que las rodea. (ii) El objetivo general y los específicos que vinculan el propósito de este trabajo, (iii) La justificación que

expresa la necesidad de repensar el acompañamiento en temas contables y financieros a los emprendimientos y las MiPymes, (iv) En el marco referencial se presenta la fundamentación teórica.

En la segunda parte se detallará la importancia de los consultorios contables y financieros, se enuncian avances de universidades del país en la creación e implementación de consultorios en temas contables y/o empresariales, se analiza la situación y conformación de las MiPymes del país, se desarrollan los aspectos estratégicos para la creación e implementación del consultorio contable y financiero, así como los flujogramas que permiten identificar las actividades y responsables dentro de los procesos del consultorio contable y financiero, finalmente se detalla el portafolio de servicios y sus implicaciones en el desarrollo de la universidad.

2. GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. CONTEXTUALIZACIÓN

2.1.1. EL CONTADOR PÚBLICO EN LA ACTUALIDAD

Los desafíos de la globalización, así como las nuevas estructuras de direccionamiento empresarial (Revolución 4.0, comunidades de aprendizaje, Big Data) no se han alejado de los objetivos del Contador Público y de la importancia de este para el correcto funcionamiento y toma de decisiones por parte de las organizaciones. Adicional a ello, su impacto en el

componente financiero, tributario e incluso jurídico lo cimienta como ficha clave en el éxito empresarial.

Sin embargo, estas grandes atribuciones requieren grandes desafíos como lo son los constantes cambios normativos, la internacionalización de la profesión y el incremento en las exigencias a nivel de conocimientos y de códigos de ética, agregándole la necesidad de cumplir a unas exigencias cada vez más robustas de los usuarios de la información financiera. Razón por la cual es prioritario enfatizar en las instituciones de educación superior aspectos relacionados con integridad, ética y competencia profesional, así como la generación de una cultura investigativa y divulgativa, que interrelacione al contador con todos los agentes del ambiente que rodean a las organizaciones, lo cual requiere que a nivel curricular se estructure todo un esquema de incorporación de las dinámicas, necesidades y complejidades de las MiPymes en el desarrollo teórico de la profesión.

Esto hace que el Contador Público migre a un rol de ejecutivo de alto nivel, tomador de decisiones y con las competencias e idoneidad necesarias para garantizar el sostenimiento y crecimiento de cualquier tipo de entidad. Se trasciende de la visión reduccionista de un rol técnico y separable de los objetivos estratégicos de la compañía, a una de carácter propositivo y argumentativo, con habilidad de direccionamiento, trabajo en equipo y liderazgo que configure un ambiente de evolución y cocreación con el sector empresarial.

2.1.2. LA PROYECCIÓN SOCIAL DE LA ACADEMIA

La “Universidad” como eje de gestión del conocimiento se plantea su función social desde tres funciones sustantivas que direccionan sus esfuerzos hacia la creación de País, estas son: la extensión universitaria, la docencia y la investigación, las cuales desarrollan la misión de las instituciones de educación superior y delimitan el rumbo de estas en la vinculación con la sociedad. La premisa fundamental va encaminada al cumplimiento del encargo social por parte de las universidades, donde cada una aporta a la construcción de una relación dialógica con la sociedad.

Uno de los principales desafíos en la función de extensión universitaria es pensar la relación universidad-sociedad como un proceso de encuentro y comunicación que genere un beneficio mutuo, con ausencia de dominancia de uno de los involucrados y lejos de que esa relación se convierta en una invasión cultural y una imposición de un sistema de valores, y donde no se reconozca la particularidad (Carlevaro, 2008; Tomassino & Cano, 2016; Tommasino et al., 2010). Esta relación debe romper con el aislamiento de la universidad, debe generar un compromiso que se transforme en acción y participación por parte de los involucrados (Navarro de Gottifredi, 2002).

El pensar en la extensión requiere tener una concepción amplia de las bondades de interconectarla con la docencia y la investigación. Bajo esta perspectiva, adquiere una función estratégica en cuanto a la capacidad de articulación y la posibilidad de una formación integral de

los estudiantes y de los demás miembros de la comunidad universitaria (2004, p. 47), es así como realmente se lograría consolidar un desarrollo en las universidades (2002).

Para que la extensión adquiriera un carácter estratégico es necesario que se dimensionen los objetivos que las universidades deben replantearse en su quehacer en el campo de la extensión (Angeles G., 1992; G. A. Serna Alcántara, 2007; Vega Mederos, 2002):

- Articulación de la docencia y la investigación con las demandas intra y extrauniversitaria, que permita la vinculación constante entre teoría y práctica,
- Que influya en la transformación de la vida social y sea liderado y asumido por toda la comunidad universitaria
- Democratizar el conocimiento académico y la participación efectiva de la sociedad, enfocada en la población marginada y vulnerable,
- Incentivar la practica académica en pro de contribuir en el desarrollo de la conciencia social y política,
- Participar críticamente de las propuestas que apunten al desarrollo regional, económico, social, ambiental y cultural,
- Estimular la cooperación interinstitucional y la producción de material de divulgación adecuado a las diferentes áreas del conocimiento,
- Priorizar aquellas iniciativas que presentan soluciones para los problemas que sean identificados con la participación de la comunidad universitaria y el entorno social.

2.1.3. CONSULTORIOS CONTABLES Y FINANCIEROS

El hablar de un proceso de consultoría es referir una actividad en la que el consultor y el cliente se interrelacionan con la finalidad de resolver un problema concreto y lograr esquematizar y aplicar los cambios deseados en las organizaciones. Dicho proceso presenta varias etapas que en su conjunto estructuran el objetivo de este:

- El proceso inicia con el diagnóstico de la situación actual de la organización: En esta fase el consultor desarrolla una serie de actividades para obtener información actual e histórica de la organización y se realiza un análisis de la situación actual de la organización.
- Posteriormente se esquematiza una línea de trabajo sobre las falencias y puntos de mejora de la organización. Así mismo se inicia la implementación de las acciones de mejora de la organización.
- Subsecuentemente se elabora un plan de implementación del esquema de mejora, se vinculan los procedimientos a utilizar en dicha implementación y se ejecuta
- Finalmente se realiza toda la documentación del proceso de implementación de las mejoras de la organización, para posteriormente dar cierre al proceso de consultoría.

La consultoría se puede realizar en una o varias de las áreas de la organización, así las cosas, en este documento se profundizará en la consultoría en el área contable y financiera, puesto que será el objeto del consultorio virtual de la Universitaria Virtual Internacional. En cuanto a la

consultoría en temas financieros se abordan temáticas desde la elaboración de sistemas contables, hasta la planificación y evaluación financiera.

2.1.4. CONTEXTO DE LAS MIPYMES

La participación de las pymes en la economía local tiene una influencia significativa, la cual se resalta en los hallazgos de informes de las entidades nacionales encargadas de promover el desarrollo económico como el caso de ANIF, que en uno de sus documentos a través del análisis del indicador pyme Anif (IPA), resalta la alta correlación entre el desempeño de las pymes y el ciclo económico local (Grave, 2016).

Lo anterior no debe sorprender si se analiza la composición empresarial por regiones del país, donde se evidencia una clara correspondencia entre las principales regiones y la alta participación de las pymes en las mismas, así, en el censo efectuado por el DANE en el 2005 (DNP, 2012) se encuentra como el 59,7% de las microempresas se concentran en 6 departamentos: Bogotá D.C. (23,2%), Antioquia (13,7%), Cundinamarca (6,7%), Santander (6,2%), Valle (5,5%) y Atlántico (4,4%), para el caso de las Pequeñas empresas la concentración se da solo en 4 departamentos, liderando nuevamente Bogotá D.C. (33%), Antioquia (17,8%), Santander (5,8%) y Atlántico (5,6%).

Finalmente, la participación de las medianas empresas presenta una concentración del 60,8% en solo tres departamentos, repitiendo Bogotá D.C. (35,4%) y Antioquia (19,6%), seguidas de Cundinamarca con (5,8%). Por otro lado, Confecámaras presenta una estadística extraída del

RUES (Registro único empresarial y social) sobre la creación de entidades por año, indicando que para el 2017 se crearon en el país 323.265 unidades productivas; 70.022 sociedades y 253.243 personas naturales donde se evidencia un crecimiento del 7,3% en el total de unidades productivas creadas respecto al año anterior donde se crearon 301.302.

Lo presentado por Confecámaras soporta lo dicho anteriormente si se revisa las estadísticas del año anterior en el plano regional, en el cual se evidencia una concentración aproximada de unidades productivas creadas del 55%, siendo Bogotá quien lidera con 22,5% (72.730 empresas creadas), seguido de Antioquia 12,6% (40.778 empresas creadas), Valle del Cauca 8,2% (26.436 empresas creadas), Cundinamarca 6,7% (21.713 empresas creadas) y Santander 5,2% (16.820 empresas creadas), los anteriores departamentos lideran dado que por su tamaño, logran concentrar la en mayor proporción el tejido empresarial en Colombia (Confecamaras, 2018).

Sin embargo, las cifras locales presentadas anteriormente solo muestran una cara del desarrollo empresarial del país, así las cosas, revisando nuevamente informes basados en el RUES se encuentra como de 2011 a 2015 el proceso de formalización empresarial incremento en un 15,7% (tasa de crecimiento promedio anual del 3,6%), cifra que no concuerda con las tasas de incremento que se presentan cada año, lo anterior se debe a que otro de los factores que se debe analizar al momento de hablar del tejido empresarial del país es la mortalidad (salida) de empresas en el país en cada año, variable que para el periodo 2011-2015 indica que por cada 100 empresas formales, entran 23 empresas nuevas y salen 19, este tema se analizará posteriormente.

En otro plano de comparación (Nivel Latinoamérica) se encuentran datos de interesantes para entender el comportamiento y posicionamiento del país en el engranaje empresarial. Lo primero a mencionar es que la pyme en Latinoamérica desempeña un papel de importancia en el desarrollo económico de los países y en la generación de empleo (Banco Interamericano para el Desarrollo, 2000). Sin embargo, si se analiza el comportamiento de mortalidad de las empresas en países con punto de referencia para Colombia como los de la OCDE, se encuentra que la supervivencia a los 5 años de nacer en el país es muy inferior si se ven los resultados de países como Francia (52,7%), Italia (48,3%), España (39,9%) y Reino Unido (37,5%) (Confecámaras, 2016).

Como se mencionó anteriormente, la baja tasa de supervivencia en el ámbito empresarial del país se explica en mayor medida por la influencia relativa de las empresas matriculadas como personas naturales 76%, las cuales registran porcentajes de supervivencia del 25,2%, 1,7 veces por debajo de la tasa registrada por las sociedades que es del 42,8% para ese periodo.

Si se realiza el mismo análisis con corte a 2016 se encuentra que las tasas de supervivencia empresarial en un año, tres años y 5 años respectivamente son: Colombia (78,3%; 61%; 43,9%) que si se compara con los mismos países analizados anteriormente Francia (77,9%; 66,4%; 51,5%), Italia (83,1%; 61,3%; 47,1%), España (76,4%; 55,1%; 49,5%) y Reino Unido (86,3%; 49,6%; 39,7%), se encuentra una de las tasas más bajas de supervivencia a largo plazo, solo superando a Reino Unido; y si la misma comparación se realiza con países latinoamericanos se evidencian tasas de supervivencia a largo plazo superiores, para países como Chile (49,4%) y Argentina (49,1%) lo que evidencia el hecho de que a 5 años, de cada 10 empresas creadas en

Chile y Argentina, 5 siguen vivas, mientras que en Colombia sólo 4 lo hacen (Confecámara: Red de Camaras de Comercio, 2016).

2.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los cambios normativos, las variaciones en las preferencias del mercado, las nuevas corrientes administrativas y la hegemonía de los mercados financieros generan la necesidad de contar con una flexibilidad y coherencia organizacional al interior de los procesos de las empresas, pero así mismo hace necesario que los profesionales tengan mayores habilidades, visión y asertividad, por lo cual el atender la situación problemática de las organizaciones requiere un cambio de fondo del entorno académico, del cual se desprende el talento humano que va a direccionar esas organizaciones.

Así mismo, al interior de las universidades es meritorio generar estrategias de vinculación entre las funciones sustantivas que las conforma Docencia-Extensión-Investigación de tal forma que la población académica y el entorno universitario se vean beneficiados de las bondades de los procesos de creación y divulgación de conocimiento, mediante la respuesta de las universidades a las problemáticas del entorno, con una transformación bidireccional que no convierta a la universidad como el intruso, sino como una acotadora y transformadora de problemáticas que en algunos de los casos no son evidenciados por los propios agentes, sino por el proceso de investigación-docencia que se desarrolla al interior de las universidades.

Un espacio de divulgación que atienda la relación tripartita Docencia-Extensión-Investigación asociado a las ciencias económicas, en especial a lo referente a la Contaduría Pública permitiría generar unas destrezas y apropiación teórico-práctica de las áreas propias de la carrera y generando una conciencia social al tener una participación activa en los procesos de cambio del entorno, que a la vez está beneficiando emprendedores y empresarios que no cuentan con la capacidad económica de adquirir servicios de consultoría privada.

Es por ello por lo que se hace necesario la creación de un Consultorio Contable y Financiero de la Universitaria Virtual Internacional, que brinde un acompañamiento a emprendedores y empresarios de MiPymes del país, las cuales como se evidenciará más adelante representan un alto porcentaje del engranaje empresarial y a la vez padecen de un histórico fracaso empresarial. Así mismo el consultorio deberá desarrollarse de forma virtual, dado que como se evidenciará en apartes posteriores, facilita la transmisión de conocimientos y aliviana la carga tiempo-dinero con la que no cuentan los empresarios de este tipo de entidades, y mucho menos los emprendedores que sacrifican en muchos aspectos para lograr salir a flote con su idea de negocio.

Adicionalmente, es necesario recalcar que los procesos de consultoría se han convertido en una herramienta fundamental y estratégica que fortalece los procesos organizacionales y es un espacio en el que se puede lograr un doble objetivo, maximizar los resultados de las organizaciones y fortalecer las habilidades y conocimientos teórico-prácticos de los estudiantes en el acercamiento y relacionamiento que se logra entre estos dos grupos de interés de las universidades.

2.2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo desarrollar un modelo de consultorio virtual contable y financiero para el programa de Contaduría Pública de la Universitaria Virtual Internacional que vincule los procesos de proyección social y apoye a los emprendedores y MiPymes en los componentes relacionados al área contable y financiera, a la vez que fortalezca la relación Universidad-Sociedad?

2.2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es la importancia de los consultorios en materia contable y financiera para el sector empresarial y las universidades?
- ¿Cuál es la caracterización empresarial de las MiPymes, qué desafíos y complejidades atraviesan y como a través de la vinculación con las universidades se pueden solventar?
- ¿Cuál debe ser la estructura, herramientas, procedimientos, recursos y políticas necesarias para brindar un acompañamiento efectivo en materia contable y financiera a los emprendimientos y empresarios de MiPymes del País?

2.3. OBJETIVOS

2.3.1. OBJETIVO GENERAL

Esquematizar un formato de consultorio contable y financiero en modalidad virtual para el programa de Contaduría Pública de la Universitaria Virtual Internacional.

2.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la importancia y las implicaciones prácticas que tiene los consultorios contables y financieros en el engranaje empresarial del país.
- Identificar las características de las MiPymes, los desafíos y complejidades a las que se enfrentan, y como mediante el acompañamiento de programas de extensión de las universidades se pueden solventar.
- Precisar la naturaleza y estructura de los servicios a ofrecer por parte del consultorio contable y financiero de la Universitaria Virtual Internacional.

2.4. JUSTIFICACIÓN

Las MiPymes presentan una singular realidad, por un lado, sin importar el país en el que se desarrolle una investigación sobre estas entidades, se destaca su significativo aporte al tejido empresarial y su impacto positivo a nivel socio-económico, se enfatiza específicamente su aporte

en variables como la producción, empleo y distribución del ingreso (Eniola, A. A., & Entebang, H., 2017; Espinosa, Molina, & Vera-Colina, 2015; Luna, 2006; Valdés & Sánchez, 2012).

A nivel global, las MiPymes ocupan un rol importante a nivel socioeconómico sin importar el nivel de desarrollo del país. Según estadísticas de la OCDE (2017), para 2013 la mayoría de los países que estaban en esta, tenían índices de representación de las Mipymes entre el 96% y 99% y su aporte en la producción era de aproximadamente una sexta parte, adicionalmente participaban en la generación de empleo del 60 al 70%. Por el otro lado, se encuentra un índice de fracaso empresarial exagerado y sin notorias mejorías. En el contexto colombiano, los niveles de supervivencia son muy bajos (Bayrakdaroglu & Şan, 2014; Fatoki, 2017), los cuales presentan niveles de supervivencia por debajo de la media regional y de países pertenecientes a organismos como la OCDE.

Revisando los históricos presentados por Confecámaras (2016), se encuentra que las estadísticas del país a 2015 indican que el engranaje empresarial presenta una tendencia de supervivencia del 29,7%, lo que denota un fracaso general a 5 años cercano al 70% y las empresas que logran sobrevivir muestran poco crecimiento y diversificación, y su capacidad de expansión está muy limitada (Romero, Melgarejo y Vera-Colina, 2015; Espinosa, 2017).

Dentro del análisis situacional de la mortalidad empresarial son varias las investigaciones que se han realizado (Benavente H. & Külzer S., 2008; Christie & Sjoquist, 2012; Confecámaras, 2016, 2017; Dunne & Masenyetse, 2015; Espinosa et al., 2015; Varela R., 2015; Segarra i Blasco & Teruel Carrizosa, 2007), donde la conclusión generalizada es que los altos índices de

mortalidad empresarial se debe al comportamiento de las empresas más pequeñas, lo que es coherente con la tendencia que se presenta en Colombia donde cerca del 98% de las empresas que mueren corresponden al segmento de las microempresas (2016), las cuales siempre están por debajo de los índices de supervivencia de los demás tipos de empresa.

Basados en los hallazgos de investigaciones previas, se comprende que parte del fracaso empresarial de las MiPymes es causado por las debilidades en sus procesos de gestión, los cuales están bien definidos y fortalecidos en el área técnica-operativa del negocio, pero con ausencia de conocimiento y experiencia en los demás procedimientos necesarios para el éxito empresarial: contabilidad, finanzas, talento humano, mercadeo, entre otras (Vera-Colina, Melgarejo-Molina, Mora-Riapira, 2014). Lo cual evidentemente genera fragilidad y carencias de competitividad en una sociedad con dinámicas de constante evolución (Confecámaras, 2016).

En estudios previos, varios autores han planteado factores de supervivencia de las MiPymes, entre los cuales se encuentran factores específicos, sectoriales y de localización geográfica (Confecámaras, 2017). En los factores inherentes a la organización se encuentra la estructura financiera y el acceso a crédito, al que se le puede adicionar el comportamiento del empresario en el proceso de toma de decisiones financieras, que cobra importancia por las limitaciones iniciales con las que se comienzan los emprendimientos.

Así mismo, el conocimiento, habilidades y comportamientos financieros que utilicen los gerentes/dueños de esas empresas, delimitará el futuro de estas, que según las estadísticas se evidencia una desconexión entre lo que deberían hacer financieramente y la forma en que están

desarrollando este proceso (Eniola et al., 2017; Espinosa et al., 2015; Plakalovi, 2014). Otras investigaciones han identificado una alta correlación entre variables que caracterizan la gestión interna de las organizaciones con los niveles de rentabilidad, acceso al financiamiento y desempeño empresarial (Melgarejo-Molina, Mora-Riapira, 2014).

Con lo anterior se puede destacar como, al mejorar las capacidades de gestión de los empresarios que están a cargo de las MiPymes, se puede lograr un incremento en el desempeño de estas, logrando un crecimiento sostenido y una diversificación de sus operaciones. fortalecer el desempeño y la gestión de este tipo de empresas garantizará un incremento en la productividad del país y fortalecerá el engranaje empresarial.

Una limitante para el fortalecimiento empresarial y las mejoras en las capacidades de sus directivos se da en cuanto a los costos requeridos para contratar un experto que dirija el proceso, y la ausencia de un contexto acorde a las MiPymes en las políticas gubernamentales y las estrategias académicas las cuales han tenido la tendencia de estructurar contenidos y mallas de acuerdo con las necesidades de las grandes corporaciones, sin tener en cuenta la realidad a la que se enfrentan las empresas pertenecientes al mayor grupo del engranaje empresarial, llevando consigo una limitante que perjudica su potencial de crecimiento (Gearon, 2019).

Lo argumentado sirve de motivación para seguir indagando sobre las necesidades latentes de este grupo de compañías, las cuales han carecido de un apoyo contextualizado y que se ajuste a sus dinámicas y complejidades. Sin embargo, es necesario indagar con mayor profundidad sobre las características dentro de los procesos de gestión en las MiPymes, así como de los obstáculos

y dificultades que limitan su crecimiento y supervivencia en el entorno empresarial, que permita vincular la academia, gobierno y el sector empresarial con el objetivo de generar propuestas de mecanismos que permitan superar dichas limitaciones en forma decisiva desde el ámbito de extensión y educación.

Frente a este punto de la extensión y educación, es necesario referirse al concepto de extensión universitaria, la cual a pesar de que no ha logrado su lugar en las agendas de gobierno, se ha venido consolidando una preocupación por vincular esta función dentro de la sinergia universitaria (Ibragimov, Vélez-pareja, & Tham, 2013; Tomassino & Cano, 2016, p. 7), y aún más si se analiza como a través de mecanismos como los procesos de extensión se puede mejorar aspectos socio-económicos como la gestión de las MiPymes dando como resultado los beneficios mencionados anteriormente.

Con lo mencionado, se genera la invitación a continuar trabajando en la identificación de los vínculos y desafíos de la relación entre extensión universitaria y MiPymes, esta situación se aborda desde la óptica de la virtualidad, indagando sobre la pertinencia de este en la relación Universidad-Sociedad y poder concurrir en la delimitación de las posibilidades y dificultades de la extensión, en un entorno en el que el constructo “nuevas tecnologías” carece de alcance en un sociedad contemporánea permeada de una cultura informática (Tünnermann Bernheim, 2000, pp. 12-13).

2.5. MARCO REFERENCIAL

2.5.1. MARCO CONCEPTUAL

- **ASESORAR:** Aconsejar, sugerir soluciones, orientar en asuntos profesionales o técnicos determinados, y evacuar las consultas que sean sometidas a estudio y consideración.
- **DATOS DE FUENTES PRIMARIAS:** Datos que se recopilan a través de una investigación original.
- **DATOS DE FUENTES SECUNDARIAS.** Datos existentes en archivos públicos, bibliotecas y bases de datos.
- **EMPRESAS CONSULTORAS O DE CONSULTORÍA:** son empresas de servicios profesionales con experiencia o conocimiento específico en un área, que asesoran a empresas, grupos de empresas, países u organizaciones en general.
- **EMPRENDIMIENTO:** Es el resultado de una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades de un mercado específico y llevada a cabo a través de un proceso de liderazgo, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.
- **CONSULTORIO VIRTUAL:** Es un espacio de encuentro con especialistas en diferentes disciplinas que transfieren información y acompañan en el desarrollo e implementación de soluciones sobre las áreas de trabajo de cada consultorio.

2.5.2. MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Extensión Universitaria

La extensión universitaria, la docencia y la investigación, desarrollan la misión de las instituciones de educación superior y delimitan el rumbo de estas en la vinculación con la sociedad. La premisa fundamental va encaminada al cumplimiento del encargo social por parte de las universidades, donde cada una aporta a la construcción de una relación dialógica con la sociedad.

Con el inicio del concepto de extensión, surge la concepción de universidad moderna cuyo postulado era la demostración de la producción del conocimiento (D'Andrea, Zubiría, & Sastre Vázquez, 2014; Salvador Moncada, 2007). Lo anterior vincula la investigación y la docencia al nuevo concepto de universidad que se convirtió en fuente de inspiración (Morales, Mira, & Arias, 2010), resultando en la imposición del modelo alemán en la mayoría de las universidades del mundo a principios del siglo XX (D'Andrea et al., 2014).

Con la revolución industrial, se gestan programas formativos para adultos, creándose en 1842 el primer colegio de clase obrera en Sheffield. Posteriormente, en 1.867 se establece el primer programa de extensión en Cambridge, donde se empezó a reconocer las responsabilidades de la universidad hacia la comunidad (D'Andrea et al., 2014; Gimenez Martinez, 2000; Ortiz-Riaga & Morales-Rubiano, 2011). En 1869, se crean cursos y conferencias en varias universidades de Alemania, que le dan continuidad a la política de extensión que se viene desarrollando.

En América Latina, al igual que en el resto del mundo, la función de extensión se ha comportado de forma heterogénea, tanto en su concepción desde la institucionalidad, como en su enfoque estratégico (2011, p. 354). El principal avance se ha dado desde las manifestaciones culturales, sin avanzarse en la creación de un espacio de acción y vinculación con la investigación y la docencia.

Uno de los primeros avances en Latinoamérica en extensión se dio en 1.907 en la Universidad de la plata, donde se desarrollaron conferencias de extensión universitaria, y para Colombia en 1.909, con el discurso de Rafael Uribe Uribe donde se propone el ideal de Universidad científica, moderna, experimental, actual y evolutiva (León, 2015). Sin embargo, fue con la reforma de Córdoba en 1.918, que se comenzó a cuestionar el carácter social de la universidad, allí se buscaron logros de carácter político-social, inclusión de la clase media, autonomía universitaria, fortalecimiento de la función social de la universidad (extensión universitaria), entre otros aspectos.

A partir de allí se estructura la denominada “misión social de la universidad” (Angeles G., 1992; Carlevaro, 2008; González González & González Fernández-Larrea, 2003; León, 2015; Morales et al., 2010; Salvador Moncada, 2007; Tünnermann Bernheim, 2000). Posteriormente, se despliega en Latinoamérica una serie de actividades encaminadas a fortalecer esta nueva conducta universitaria, ahora con un enfoque más crítico y propositivo.

Uno de los esfuerzos más influyentes en la conceptualización de la extensión universitaria fue la Primera conferencia Latinoamericana de Extensión Universitaria y Difusión Cultural en 1.957,

donde se reconoce como una agrupación de acciones con vocación de proyectar dinámica y vincular a la sociedad (Angeles G., 1992, p. 4; Fresán Orozco, 2004, p. 47). Posteriormente hacia el año 1.958 se crea el departamento de extensión universitaria en la Universidad de Buenos Aires (León, 2015).

La segunda Conferencia Latinoamericana de Extensión Universitaria y Difusión Cultural desarrollada en México en 1.972 cuestiona el carácter asistencialista de la extensión y su falta de participación en la sociedad, y propone un enfoque liberador con sentido de concientización de los individuos sobre su realidad, para lograr transformarla. Se busca adoptar un nuevo enfoque sin jerarquía entre los individuos, y donde los mensajes se manejen de forma dialógica (Angeles G., 1992, p. 5).

En la década de los 80' en Colombia se reconoce la extensión formalmente a través del Decreto 80 (Ministerio de Educación Nacional, 1980), dando inicio al desarrollo de esta función en el país (León, 2015; Morales et al., 2010). En esta misma década, los enfoques de acción participativa cobran mayor relevancia en conjunto con el continuo trabajo por un mayor relacionamiento con el entorno social (Carmen García, 2008).

Para los noventa, la extensión universitaria empezó a adquirir un impulso distinto, adhiriendo a su concepción la articulación de la universidad con los sectores productivos, ejemplo de esto es la Ley 30 de 1.992 promulgada en Colombia, que en el artículo 120 define la extensión y da paso para que posteriormente la pertinencia social empezará a ser equiparada con la satisfacción de las necesidades del mercado (León, 2015; Morales et al., 2010).

Esta preocupación ha continuado y ha generado una búsqueda de mecanismos de integración Universidades-Sociedad en Latinoamérica, que ha permitido la vinculación de la extensión dentro de los estamentos universitarios y se ha posibilitado la creación de espacios de reflexión como los Congresos Latinoamericanos de Extensión Universitaria o la creación de la Unión Latinoamericana de Extensión Universitaria (González González & González Fernández-Larrea, 2003).

La extensión universitaria como función sustantiva

La tercera función sustantiva (extensión universitaria), es conceptualizada dependiendo de su historicidad y su contexto de enunciación (Buenfil citado en Tomassino & Cano, 2016), encontrándose referencias a esta como “proyección social”, “proyección universitaria”, “divulgación cultural”, “misión social”, “Difusión Cultural”, “Interacción Social” entre otros (D’Andrea et al., 2014; M. R. Ruiz, 2016). La polisemia constitutiva, adicional a las variadas tareas que le han asignado a esta función y la autodefinición que se da cada universidad en su visión de relacionamiento con la sociedad, ha distorsionado la conceptualización y profundización del concepto (Fresán Orozco, 2004; Gezmet, 2013).

Vega Mederos (2002), González et al. (2003) y Carmen García (2008) presentan algunas limitaciones u obstáculos que se han presentado en el desarrollo de la extensión, de las cuales se destacan: diversidad de denominaciones, falta de presupuesto e infraestructura, ausencia de una cultura extensionista (marginación frente a las otras funciones sustantivas), incongruencia entre el discurso y la acción de las autoridades universitarias, visión asistencialista y complementaria,

mayor focalización en relación universidad-industria que universidad-sociedad (carácter neoliberal) y no integración de las tres funciones sustantivas. Dando evidencia de los retos por adelantar para lograr una función extensionista con un enfoque social.

Se pueden encontrar cinco modelos que han delineado la extensión universitaria (Carmen García, 2008; Freire, 1979; Gezmet, 2013; González González & González Fernández-Larrea, 2003; Ortiz-Riaga & Morales-Rubiano, 2011; Ruiz Lugo, 1992; G. Serna Alcántara, 2004; G. A. Serna Alcántara, 2007; Tommasino, González Márquez, Guedes, & Prieto, 2006; Vega Mederos, 2002):

- **Altruista:** En este enfoque encajan las primeras acciones de las universidades, cuya principal característica era el desinterés-voluntad de los miembros de estas.
- **Divulgativo:** Que buscaba aproximar la sociedad a todos los avances culturales y técnicos generados al interior de la universidad. A este enfoque se le asocian fuertes críticas sobre la ausencia de visión sobre las verdaderas necesidades de la sociedad.
- **Concientizador:** También denominada extensión crítica, es una corriente heredada de la pedagogía Freiriana con postulados sobre la creación de conciencia, capacidad de análisis crítico, acción transformadora, y la comunicación dialógica y liberadora, logrando una práctica extensionista que permita contextualizar el problema para comprenderlo y transformarlo conjuntamente. Lo anterior garantizará que las necesidades sociales demandadas por los actores puedan ser abordadas de forma idónea, dado que, en la

mayoría de los casos, las soluciones y explicaciones no estarán contextualizadas o regladas en el currículo (Tommasino, Santos, & Stevenazzi, 2010).

- **Vinculatorio Empresarial:** Que parte de equiparar las necesidades sociales con las necesidades corporativas, direccionando el sistema educativo a cubrir esas nuevas necesidades, generando la exclusión de aquellos que no pueden cubrir los costos de esos servicios. El resultado es una universidad cómplice de un sistema deshumanizado y salvaje donde solo se admiten intereses de orden económico (González González & González Fernández-Larrea, 2003).
- **Desarrollo Integral:** Se define bajo la óptica de una universidad democrática, crítica y creativa, cimentada en el concepto de la democratización del saber, que al igual que el modelo concientizador se piensa sobre un diálogo multidireccional con los diferentes actores involucrados, bajo la óptica de una interacción social que conlleve a una igualdad de las partes y que ambas logren un desarrollo y se enriquezcan.

Los modelos “concientizador” y “desarrollo integral” plantean algunos desafíos que las universidades deben atender para poder hablar de un impacto real en la sociedad (Malagón Plata, 2012), los cuales se pueden agrupar de la siguiente forma:

- Abordaje interdisciplinario y multiprofesional, dado que esa relación dialógica y crítica que se plantea entre los actores involucrados propone un vínculo dialéctico de saberes académicos y populares.

- Reto a la apertura dado que esa realidad contextualizada postula preguntas que el acto educativo no ha dimensionado (Tomassino & Cano, 2016; Tommasino et al., 2010), lo que requiere una vinculación de las tres funciones sustantivas que permita una articulación de esfuerzos que dé respuesta a las verdaderas necesidades sociales (Morales et al., 2010; Tomassino & Cano, 2016, pp. 16-17).
- Pensar la relación universidad-sociedad como un proceso de encuentro y comunicación sin que se convierta en una invasión cultural y una imposición de un sistema de valores, y donde no se reconoce la particularidad (Carlevaro, 2008; Tomassino & Cano, 2016; Tommasino et al., 2010). Esta relación debe romper con el aislamiento de la universidad, debe generar un compromiso que se transforme en acción y participación por parte de los involucrados (Navarro de Gottifredi, 2002).

Un elemento central de los modelos “concientizador y “desarrollo integral” es el concepto de concientización al que Freire (1972) hace referencia como un proceso de conciencia de las realidades sociales y de sus posibilidades emancipatorias. Este concepto requiere un actuar que apunte a una relación de acción-reflexión (B. M. Ruiz, 2007, p. 6; G. Serna Alcántara, 2004, p. 89; Tommasino et al., 2006, p. 130).

El pensar en la extensión requiere tener una concepción amplia de las bondades de interconectarla con la docencia y la investigación. Bajo esta perspectiva, adquiere una función estratégica en cuanto a la capacidad de articulación y la posibilidad de una formación integral de los estudiantes y de los demás miembros de la comunidad universitaria (2004, p. 47), es así como realmente se lograría consolidar un desarrollo en las universidades (2002).

Estado actual de las Micros, pequeñas y medianas empresas (MiPymes)

El artículo segundo de la ley 590 del 2000 denominada la ley de desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresas, modificada por la ley 1450 de 2011, categoriza las empresas en Colombia y realiza una primera aproximación al concepto de empresa indicando que (2000): “se entiende por empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana”.

Así mismo, se indica que para Colombia la categorización se dará entre micro, pequeña, mediana y gran empresa, teniendo en cuenta factores como el número de trabajadores totales, el valor de las ventas brutas anuales y el valor de los activos totales (Congreso de la República, 2000). Esta clasificación presenta desviaciones, frente a las variables utilizadas en otros países, lo que dificulta el análisis comparativo (Vera & Mora, 2011; Zevallos, 2003) y limita los esfuerzos por generar políticas macro por parte de entidades multilaterales.

La caracterización empresarial en Colombia, la cual fue modificada por la Ley 905 del 2004, se presenta de acuerdo con la siguiente tabla (2000):

Tabla 1 - Criterios de clasificación empresarial en Colombia

	Microempresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grande Empresa
Número de Empleados	1 – 10 Trabajadores	11 – 50 Trabajadores	51 – 200 Trabajadores	> 200 Trabajadores
Activos Totales	Hasta 500 SMMLV* (Excluida la vivienda)	Superior a 500 y hasta 5.000 SMMLV	Superior a 5.000 y hasta 15.000 SMMLV	Mayor o igual 15.000 SMMLV

*SMMLV = Salario Mínimo Mensual Legal Vigente

** Cuando se presente combinación en los parámetros de clasificación, prima el criterio de activos totales

La anterior clasificación evidencia una necesaria focalización de esfuerzos por la indiscutible segregación de necesidades que acogen a cada uno de los grupos. Muestra de lo anterior son las tasas de supervivencia que afecta cada uno de los grupos empresariales, las grandes compañías mantienen una tasa de supervivencia promedio del 71,4%, y a medida que el tamaño va bajando, el porcentaje promedio de supervivencia también lo hace, pasando por un 68% para las medianas empresas, 60% para las pequeñas y tan solo el 29,1% para las microempresas (2016, p. 6).

La necesidad de políticas públicas es inminente al comparar país frente a referentes regionales y mundiales, donde se evidencia índices de supervivencia empresarial a 5 años inferiores a los presentados por países de la OCDE, grupo al que Colombia se integró en el año 2018, como es el caso de Chile o Argentina con índices del 49,4% y 49,1% respectivamente, o referentes como Bélgica (82,2%) y Finlandia (63,5%) que denotan un arduo trabajo por hacer en materia de fortalecimiento empresarial (2017, p. 9).

Algunos de los factores que influyen sobre la supervivencia de las empresas, y sobre los cuales se debe trabajar de forma mancomunada son:

- Factores específicos de las compañías, que incluye el tamaño, el sector económico, estructura financiera inicial, la orientación al mercado externo, entre otras;
- Factores sectoriales o industriales como el crecimiento en la producción o ventas de la industria, la estructura de competencia y los flujos de entrada de nuevas empresas al mercado;
- Factores geográficos como el grado de desarrollo de la región donde opera la firma, si pertenece a algún clúster regional, entre otros (2017).

Al evaluar el estado actual de las MiPymes la investigación se ha centrado en vincular los factores de fracaso empresarial con un diagnóstico sobre los procesos de gestión a nivel contable y financiero que permita evaluar que tan relevantes son estos aspectos a la hora de diseñar estrategias que fortalezcan y garanticen un sostenimiento empresarial. Investigaciones anteriores (Vera-Colina, Mary A; Rodríguez, Guillermo, Melgarejo Zuray, 2011; Vera-Colina et al., 2014; Pozuelo, J., Labatut, G., & Veres, E., 2010) han enunciado frente a este tema algunos inconvenientes que se vinculan al fracaso empresarial de este tipo de empresas: inadecuados procesos de gestión, acceso limitado a fuentes de financiamiento, así como la persistencia de indicadores de fracaso.

Laitón y López (2018) analizan los obstáculos que enfrentan las MiPymes, los cuales destacan las problemáticas relacionadas con la gestión financiera, dentro de las cuales se menciona los conocimientos limitados en finanzas que tienen los propietarios o gerentes. Así mismo, una investigación de Franco-Ángel y Burbano (2019) analiza los factores internos y externos que caracterizan a las Pymes colombianas (en Cundinamarca y Valle del Cauca), donde

se destaca entre los factores internos el bajo nivel de profesionalización y a nivel externo la falta de preparación previa e inexperiencia percibida en los empresarios.

De forma generalizada, las MiPymes representan la mayor parte del tejido empresarial, y sus aportes a nivel económico y social, las sitúa como un foco de interés para los gobiernos y las entidades multilaterales. Según cifras de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (En adelante: OECD) para el año 2013, la participación de estas empresas era del 99,7%, el aporte a la generación de empleo era cercana al 60%, y contribuían aproximadamente en una quinta a una sexta parte de la producción, (2017).

Para el caso de Colombia, en el 2016 la participación de las MiPymes en el engranaje empresarial era cercano al 99,6%, el aporte a la generación de empleo es de cerca del 80,8% y del 45% de la producción del país (MinCIT, 2016). Esta contribución por parte de las MiPymes a nivel social y económico ha agudizado la necesidad de comprender los factores que inciden de alguna forma en la productividad y la supervivencia de estas.

Dentro de los factores específicos de las empresas a la hora de hablar de niveles de supervivencia (Confecámaras, 2017) se pueden incluir factores como los niveles de educación y especialización de los grupos de trabajo o la experiencia en el sector al que pertenece la compañía que tienen un vínculo directo con la elección de la estrategia corporativa, la cual puede inferir en la muerte empresarial que se puede dar al ejecutar decisiones caracterizadas por (Capera & Huertas A., 2018, p. 55; Fernández & Gutiérrez, 2013):

- Prácticas indebidas en el manejo financiero de la empresa,
- Falta de calidad de los productos y servicios,
- Crecimiento excesivo del endeudamiento,
- Mala gestión y deficiencias en el sistema contable,
- Crecimiento no sostenible, entre otros.

Como se puede evidenciar, las MiPymes presentan una situación antagónica, donde por un lado es indudable las ventajas que este tipo de organizaciones generan sobre una economía, pero por el otro lado, se ven enfrentadas a muchos problemas tanto a nivel interno como externo, que resultan en complejidades y problemáticas que impiden procesos de crecimiento y diversificación, generando vacíos que obstaculizan el fortalecimiento y expansión del negocio, algunas problemáticas que se pueden generalizar en este tipo de entidades son:

- Restricciones al crédito (Restricción desde la Oferta)
- Ausencia en uso de nuevas tecnologías
- Limitaciones a nivel técnico y competitivo que obstaculizan la producción
- Falta de asociatividad empresarial
- Ausencia de personal con habilidades gerenciales y pensamiento estratégico
- La inestabilidad política y económica, la tasa de cambio

Lo anterior precisa la imperante necesidad de vincular el conocimiento que la docencia y la investigación desarrollan al interior de las universidades (Angeles G., 1992; Serna Alcántara, G. A., 2007; Vega Mederos, 2002), no pensado en la postura tradicional de una transferencia

descontextualizada y con ímpetu de invasión, sino con el ánimo de co-creación, de un desarrollo tanto teórico como práctico que aporte en la solución de las verdaderas necesidades de este grupo social, y que invite a una participación efectiva de las MiPymes, que como se puede concluir, tienen unos resultados que evidencian fragilidad y desenfoco organizacional.

Esta vinculación no debe pensarse de forma convencional, dado que los actuales resultados de las MiPymes, a nivel mundial, y en el caso de Colombia, comparados con los esfuerzos que entidades como el Banco de la República, Cámara de Comercio, ACOPI, entre otras han hecho no han dado la tranquilidad y satisfacción que se esperaba.

Extensión y Virtualidad

Otro de los retos que afrontan las MiPymes en la actualidad se relaciona con los procesos de virtualización e incorporación de tecnologías de la información y comunicación (En adelante: TIC) los cuales como se ha demostrado en investigaciones anteriores, presentan correlación positiva con la productividad y el crecimiento de la entidad (Cruz, Pérez y Piedra, 2014; Gálvez, Riascos y Contreras 2014; Bedoya, López y Marulanda, 2016; Osorio-Gallego, Londoño-Metaute y López-Zapata, 2016), adicional a ello, la ausencia de este tipo de tecnología dificulta la creación de valor en el manejo de datos (Riascos, Aguilera y Achicanoy; 2016).

La incorporación de este tipo de tecnologías facilita adicionalmente la conectividad de la organización con el mundo, generando procesos de reciprocidad con clientes, proveedores, gobierno, entidades de financiamiento y universidades, entre otros. Las restricciones de

espacialidad y temporalidad que limitaban muchos de los escenarios de interrelación comienzan a verse traspasados por nuevas dinámicas, en donde las TIC configuran los procesos de intercambio de información, permiten una comunicación más efectiva y también adquieren relevancia en la intervención y mejora de los procesos formativos, dando paso a nuevos escenarios educativos, unos entornos dinámicos y en constante evolución que garantizan la construcción de ideas, la colaboración y la interpretación en grupos de trabajo (Coll, 2004; Wenger, 2001).

En este nuevo escenario, los procesos de extensión universitaria, apoyos gubernamentales y demás estrategias que apunten a la mejoría de los procesos de gestión empresarial en las MiPymes no deben estar alejadas de las facilidades que brinda la incorporación de este tipo de tecnologías, es así como para el caso de la extensión y formación de este tipo de individuos debe ir enmarcado a herramientas como las plataformas de E-learning o Learning Management System (LMS), los espacios de trabajo colaborativo y softwares especializados en cada una de las áreas de la organización.

Para el caso de las herramientas LMS, su aplicación de forma contextualizada garantizará la interrelación entre tutores-alumnos a través de diferentes herramientas como foros, chats, evaluaciones, entre otros. Lo que permite una ruptura de los limitantes de la intervención presencial, y se garantiza que en el caso de la formación para empresas se logre una transferencia de conocimientos acordes a las necesidades de sus colaboradores logrando así alcanzar altos niveles de desempeño en sus funciones (Batalla-Busquets & Pacheco-Bernal, 2013; Rendón Siempira, 2015; Rodríguez-molina, 2011).

Sin embargo, el hablar de E-learning o formación virtual en las MiPymes debe expresarse desde la integralidad de la compañía, dado que su funcionalidad no solo favorece al personal operativo, también permite fortalecer el área gerencial en aspectos como la comunicación, planificación, gestión, entre otras (Thomas & Sireno, 1980), logrando así consolidar un proceso de fortalecimiento conceptual que entre a complementar las destrezas técnicas y la experiencia de los dueños/gerentes de este tipo de compañías.

Adicional a los múltiples beneficios que se pueden generar en el campo de la investigación, donde las prácticas profesionales, a través de la extensión, se transformen en investigación colaborativa (Perkmann & Walsh, 2007) y crear redes de apoyo a través de plataformas e-learning que permitan la integración del conocimiento en la vida laboral. Es a través de esa vinculación entre virtualidad y las funciones sustantivas que se puede facilitar los procesos de transferencia e interacción entre las MiPymes y la Universidad, logrando una construcción de conocimiento contextualizado y una solución a las necesidades reales de estos individuos (Ankrah, Burgess, Grimshaw, & Shaw, 2013).

2.6. ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.6.1. TIPO DE ESTUDIO

El presente documento se realizó bajo un estudio de corte descriptivo-Analítico, el cual según Méndez (2007) tiene como propósito: la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, con lo cual se facilita la caracterización del universo de investigación, adicional

a ello se permite señalar formas de conducta y actitudes del universo de investigación, también se logra establecer comportamientos concretos, descubrir y comprobar la asociación entre variables de investigación. Adicional a esto, el presente trabajo no solo realiza la descripción del problema, sino que se establecen los factores integrantes del mismo, intentando generar una respuesta efectiva al problema planteado.

2.6.2. METODO DE INVESTIGACIÓN

El esquema de investigación que se adoptó para el desarrollado del presente documento fue el método inductivo; del cual se puede conceptuar según Méndez (2007): “la inducción permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación”, para lo cual la investigación partió de la observación de la necesidad de la Universitaria Virtual Internacional en proyectar sus actividades hacia el entorno a través de esquemas de extensión universitaria, como lo es el consultorio virtual contable y financiero; con ese antecedente se enunció el problema y se esquematizo un plan de trabajo para la formulación de un consultorio virtual en temas contables y financieros de la Universitaria Virtual Internacional.

Posteriormente, se desarrolló el documento a través de un esquema descriptivo dado que se realizó la esquematización del consultorio virtual contable y financiero, acogiendo las necesidades encontradas en los empresarios de las MiPymes y emprendimientos, así como de los objetivos de la Universitaria Virtual Internacional.

2.6.3. FUENTES DE INVESTIGACIÓN

Fuentes Primarias

Para el desarrollo del Proyecto se utilizaron como fuentes primarias una serie de encuestas semiestructuradas aplicadas a empresarios de Micros, Pequeñas y medianas empresas de diferentes sectores económicos ubicados en la ciudad de Bogotá, con lo cual se validaron algunos aspectos necesarios para la estructuración del Consultorio Virtual contable y financiero, los resultados obtenidos fueron complementados con estadísticas y cifras de entidades públicas y privadas, dedicadas al seguimiento del crecimiento y competitividad de este tipo de entidades.

Fuentes Secundarias

En el desarrollo de la investigación se utilizaron fuentes bibliográficas de entidades estatales y privadas relacionadas con la gestión y diagnósticos de las MiPymes, adicional a ello se realizó una revisión de literatura de artículos contenidos en bases de datos de alto rigor técnico y metodológico como Science Direct o Scopus, se complementó con información de páginas web relacionadas con la creación de consultorios contables, análisis de consultorios de universidades y tesis de grado que analizan y formulan la creación de los diferentes consultorios empresariales y contables en las universidades públicas y privadas del país.

2.7. FASES DE LA INVESTIGACIÓN

En la primera fase del proyecto se realiza una rigurosa revisión bibliográfica sobre los procesos y contexto de la extensión universitaria, así como del contexto de las MiPymes y las problemáticas implícitas a este tipo de organizaciones, también se revisó los procesos de virtualidad y las implicaciones y beneficios que este último genera en la incorporación de procesos de extensión a través de la virtualidad focalizados en las micros, pequeñas y medianas empresas. Para ellos se realizó una búsqueda en revistas indexadas y rigurosas bases de datos sobre el tema como Web Of Science o Scopus.

En la segunda fase se establece la importancia de los consultorios contables y financieros como herramienta dinamizadora de los procesos de gestión de las MiPymes y se hace una revisión del estado actual de los consultorios contables y financieros en las principales universidades del país, así como de las entidades públicas y privadas más relevantes para el desarrollo de estas. Para lograr lo anterior se generó una búsqueda en revistas, documentos institucionales y tesis de grado sobre la creación o análisis de los consultorios contables y financieros.

En la tercera y última fase se realiza un análisis de campo, en donde se ejecuta una entrevista semiestructurada, la cual es aplicada a empresarios de MiPymes de diferentes sectores, con la cual se valida la pertinencia de estructurar un consultorio virtual contable y financiero, y se evidencian las falencias y necesidades que abruma a este tipo de entidades. Así mismo se realiza un análisis del entorno y se presenta un esquema inicial del consultorio virtual contable y financiero de la Universitaria Virtual Internacional.

3. ESTUDIO DE MERCADO

El desarrollo del estudio factibilidad con miras a la creación de un consultorio virtual contable y financiero, se desarrolla desde la óptica de una necesidad vigente en los empresarios de las MiPymes asociada a la inexistencia de un acompañamiento en esta modalidad, en áreas específicas en temas asociados al componente contable y financiero. Lo anterior lleva consigo el requerimiento de efectuar un estudio que determine y analice características asociadas al tema, pretendiendo una mayor profundización de la problemática, logrando formular un estudio de factibilidad que dé respuesta a estas expectativas, que beneficie a la comunidad académica y a los empresarios de MiPymes.

3.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Se pretende prestar una oferta integral de servicios de consultoría en temas contables y financieros, que permita a emprendedores y empresarios de MiPymes focalizar sus esfuerzos, y mejorar y fortalecer sus procesos administrativos a nivel contable y financiero, para lo cual se contará con un portafolio de servicios atados a estas líneas de trabajo, el cual está estructurado de la siguiente forma:

- Acompañamiento en procesos de prefactibilidad para los emprendimientos, y esquematización de planes de trabajo para direccionar los esfuerzos y recursos a la conformación de idea de negocio.

- Apoyo a nivel gerencial, focalizando en el manejo del área contable y financiero, que resulte en un efectivo proceso de toma de decisiones.
- Acompañamiento en los requerimientos del sistema de seguridad social, brindando información pertinente a los empresarios y asesorando en particularidades como indemnizaciones, pago por servicios médicos particulares, pagos de pensión por muerte o invalidez, entre otros.
- Asesoría en procesos de liquidación de nómina y revisión de condiciones contractuales a nivel laboral.
- Asesoría a los empresarios en requerimientos formales y materiales en materia fiscal, focalizando en particular sobre elaboración de declaraciones, actualizaciones ante las entidades de control, direccionamiento en procesos internos para garantizar el cumplimiento de la normativa.
- Acompañamiento en la elaboración y análisis de estados financieros y presupuestos, adicional a la formulación de indicadores financieros y de gestión.
- Acompañamiento en materia contable y financiera en general, cumpliendo las normas y procedimientos establecidos en los acuerdos con los usuarios.

3.1.1. MODELO DE NEGOCIO

El Consultorio Virtual contable y financiero (CVC+F) de la Universitaria Virtual Internacional prestara los servicios mencionados anteriormente, a los emprendedores, empresarios, propietarios, jefes, gerentes o administradores de empresas que presenten algún inconveniente, o quieran mejorar algún aspecto en materia contable y financiera. El proceso de

consultoría se prestará en mayor medida de forma virtual y se tendrá un horario de atención de lunes a viernes de 8:00 am a 12:00 m, de 1:00 pm a 5:00 pm y los sábados de 8:00 am a 1:00 pm.

El consultorio virtual (CVC+F) estará conformado por un docente que direccionará el consultorio en sus aspectos técnicos y metodológicos, tres profesores (Consultor I) que direccionarán el acompañamiento de los estudiantes hacia las empresas y brindarán el apoyo técnico necesario, y estudiantes de últimos semestres (Consultor II) que se encuentren en periodo de pasantía, quienes llevarán a cabo la práctica del consultorio, los cuales serán los encargados de brindar atención telefónica, virtual y demás operaciones de índole administrativo de acuerdo a los procedimientos del Consultorio. Los consultores I, realizarán todo lo referente a la formulación y montaje del servicio de consultoría que se prestará a las personas y empresas que requieran de los servicios.

3.1.2. SERVICIOS SUSTITUTOS

El negocio de la consultoría es ampliamente ofertado por universidades, entidades públicas y privadas y por independientes. Sin embargo, dichos acompañamiento son de carácter presencial y con unas dinámicas de trabajo, adicional a ellos el portafolio de servicios a empresas es muy amplio y en un futuro Universitaria Virtual Internacional podría llegar a vincular nuevas solicitudes con temas diversos, logrando así satisfacer las necesidades del entorno, previa preparación y esquematización del servicio.

3.2. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

Se realiza una entrevista semiestructurada a 20 empresarios de la ciudad de Bogotá en diferentes localidades y con múltiples actividades económicas, para validar grado de desarrollo empresarial, vinculación con procesos de consultoría, cumplimiento de requerimientos normativos, grado de aprehensión de los beneficios de las tecnologías de la información y la virtualidad, y su disposición y conocimiento en comunidades de aprendizaje.

Tabla 2 - Actividades Económicas

Actividad Económica Principal	No. Respuestas
Actividades Publicidad, impresión y marca	4
Actividades Inmobiliarias	1
Actividades Ropa y accesorios Deportivos	3
Actividades Mantenimiento Maquinas	2
Actividades Comidas Rápidas, alimentos	6
Actividades Minimercados, tiendas de comida	4

Fuente: Entrevista dirigida a empresarios de MiPymes de la ciudad de Bogotá, 2019

Ilustración 1 - Distribución Actividades Económicas



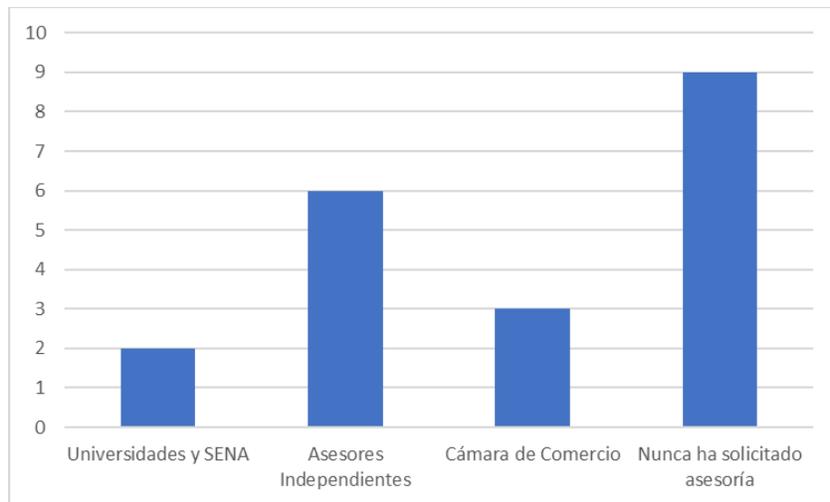
Se entrevistó un total de 20 dueños o gerentes de MiPymes, buscando diversificar la muestra se realizó una selección discrecional de 6 actividades económicas para poder analizar diferentes factores frente a la estructuración del consultorio virtual contable y financiero, logrando así incorporar las necesidades y complejidades manifiestas en el proceso de la entrevista.

Tabla 3 - Fuentes de Asesoría

Fuente de Asesoría	No. Respuestas
Universidades y SENA	2
Asesores Independientes	6
Cámara de Comercio	3
Nunca ha solicitado asesoría	9

Fuente: Entrevista dirigida a empresarios de MiPymes de la ciudad de Bogotá, 2019

Ilustración 2 - Distribución Fuentes de Asesoría



El 45% de la muestra no ha solicitado asesorías en ninguna área organizacional, el 30% sostiene que cuando requiere apoyo en algún área lo solicitan a un asesor independiente que les brinda un apoyo personalizado, tan sólo un 10% acude a una universidad o al SENA y la principal razón que manifiestan los empresarios es que desconocen que las universidades brindan

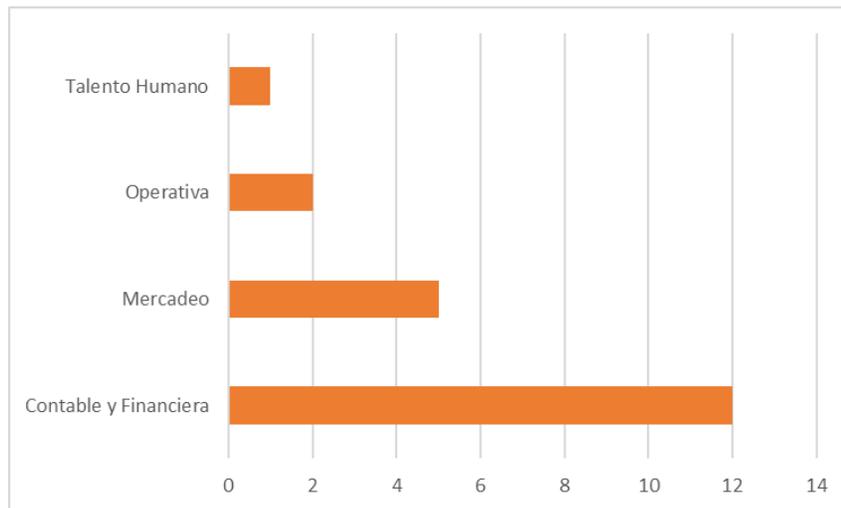
servicios de acompañamiento y no conocen los procedimientos para poder acceder a ellos. El 15% acude a la cámara de comercio, manifestando que, por estar inscritos, esta entidad les brinda apoyo técnico en diferentes áreas pero que el proceso es muy desgastante y los beneficios no se logran ver al corto plazo.

Tabla 4 - Área que requiere mayor apoyo

Área de Apoyo	No. Respuestas
Contable y Financiera	12
Mercadeo	5
Operativa	2
Talento Humano	1

Fuente: Entrevista dirigida a empresarios de MiPymes de la ciudad de Bogotá, 2019

Ilustración 3 - Área que requiere mayor apoyo



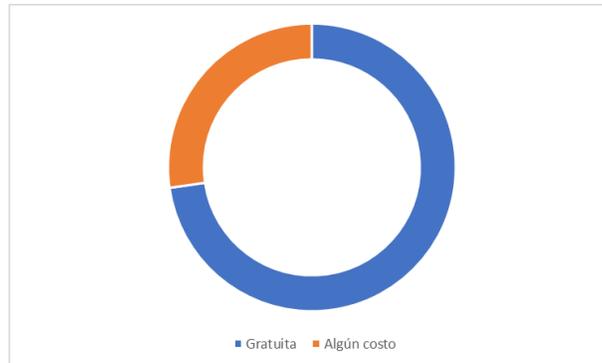
En el proceso de entrevista se valida que una de las áreas de mayor complicación en cuanto a comprensión y manejo por parte de los empresarios de las MiPymes, es el correspondiente al contable y financiero, seguido del de mercadeo, sin embargo, se manifiesta la necesidad de este primero en más del doble de preocupación del segundo ítem mencionado.

Tabla 5 - Costos sobre las asesorías

¿Generó algún costo la asesoría?	No. Respuestas
Gratuita	8
Algún costo	3

Fuente: Entrevista dirigida a empresarios de MiPymes de la ciudad de Bogotá, 2019

Ilustración 4 - Costos sobre las asesorías



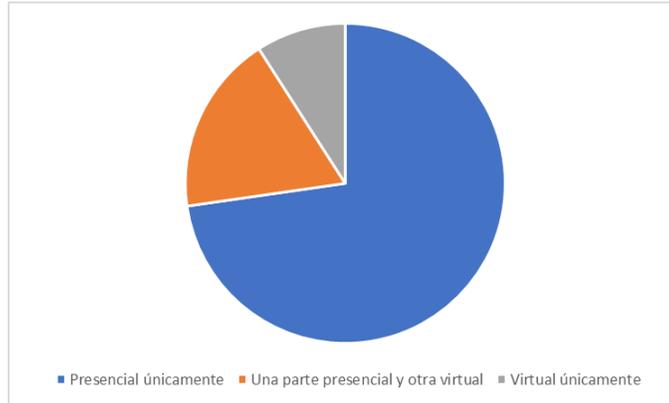
Tal como se referencio en fases anteriores, el proceso de la consultoría o asesoría está principalmente incursionado por privados que persiguen un fin de lucro, es por eso que en la mayoría de los casos estos empresarios han tenido que desprenderse de recursos para garantizar un acompañamiento en el desarrollo de sus procesos.

Tabla 6 - Forma de prestación de la asesoría

Modalidad de prestación del servicio	No. Respuestas
Presencial únicamente	8
Una parte presencial y otra virtual	2
Virtual únicamente	1

Fuente: Entrevista dirigida a empresarios de MiPymes de la ciudad de Bogotá, 2019

Ilustración 5 – Distribución Forma de prestación de la asesoría



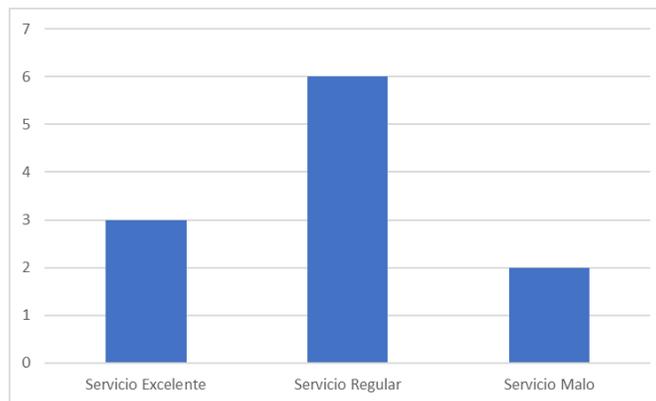
Cerca del 91% de los procesos de consultoría que manifiestan haber tenido los empresarios, se han realizado de forma presencial o semipresencial, lo cual evidencia una baja intervención de las Tecnologías en el acompañamiento que se hace en este tipo de servicios por parte de las consultoras o profesionales independientes.

Tabla 7 - Percepción sobre la calidad del servicio

Percepción de la calidad del servicio	No. Respuestas
Servicio Excelente	3
Servicio Regular	6
Servicio Malo	2

Fuente: Entrevista dirigida a empresarios de MiPymes de la ciudad de Bogotá, 2019

Ilustración 6 - Percepción sobre la calidad del servicio



Una de las problemáticas que se evidencian para la asimilación y recepción de los servicios de consultoría es la sensación que han generado los resultados, y como tal el proceso de acompañamiento en una de las áreas de la organización, donde no se ha logrado mayor satisfacción, generando una actitud reacia por no verse resultados de mejoría o de cambios en los procesos que fueron intervenidos.

Tabla 8 - Tipo de inconvenientes presentados en la asesoría

Inconvenientes presentados en la Asesoría	No. Respuestas
Información Incorrecta	2
Costos	5
Falta de Acompañamiento	6
Desconocimiento del contexto de la empresa	11
Servicios Genéricos y poco acordes	7
Mala Comunicación	2
Servicio Mediocre	4

Fuente: Entrevista dirigida a empresarios de MiPymes de la ciudad de Bogotá, 2019

Ilustración 7 - Distribución Tipo de inconvenientes presentados en la asesoría

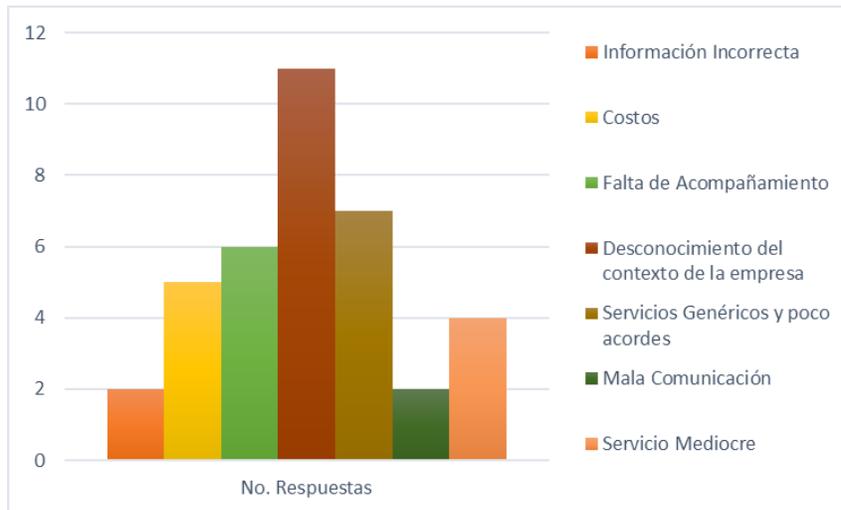
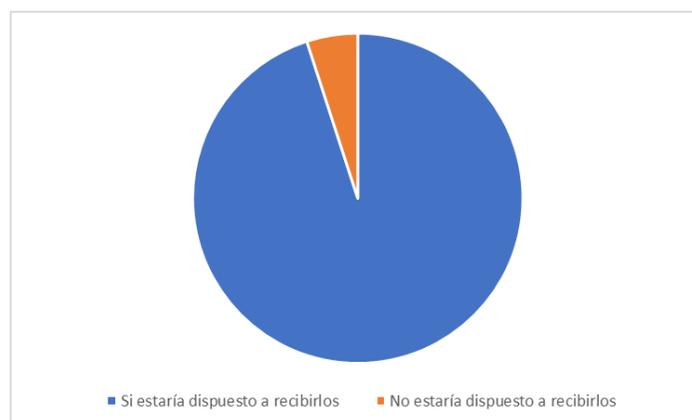


Tabla 9 - Disposición de adquirir servicios de asesoría

Disposición de adquirir servicios de Asesoría	No. Respuestas
Si estaría dispuesto a recibirlos	19
No estaría dispuesto a recibirlos	1

Fuente: Entrevista dirigida a empresarios de MiPymes de la ciudad de Bogotá, 2019

Ilustración 8 - Disposición de adquirir servicios de asesoría



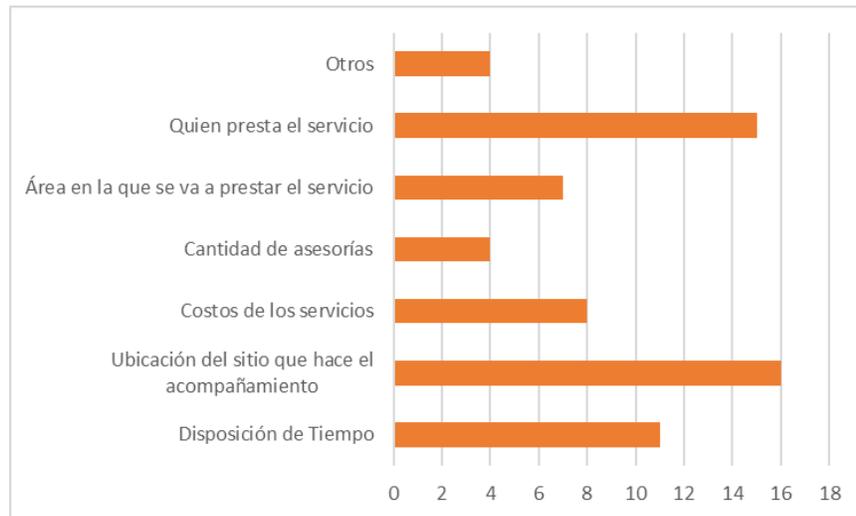
Es evidente que los servicios de consultoría son bien vistos por los empresarios y emprendedores, puesto que son conscientes de las falencias teóricas y la desactualización en muchos campos de la organización, dado que ellos han trabajado en especializarse en la oferta de valor de la compañía y descuidando las demás áreas o generando poca delegación en personal idóneo en cada uno de los temas.

Tabla 10 - Factores que inciden en la decisión de aceptar la asesoría

Factores	No. Respuestas
Disposición de Tiempo	11
Ubicación del sitio que hace el acompañamiento	16
Costos de los servicios	8
Cantidad de asesorías	4
Área en la que se va a prestar el servicio	7
Quien presta el servicio	15
Otros	4

Fuente: Entrevista dirigida a empresarios de MiPymes de la ciudad de Bogotá, 2019

Ilustración 9 - Factores que inciden en la decisión de aceptar la asesoría



Tal como se validó en la revisión de literatura, la mayoría de los empresarios que se entrevistaron manifestaron que las variables más relevantes para decidir tomar o rechazar un servicio de consultoría es la disposición de tiempo y el sitio en el que se efectúa el servicio, dos variables que son resueltas gracias a la modalidad del consultorio virtual propuesto por la Universitaria Virtual Internacional.

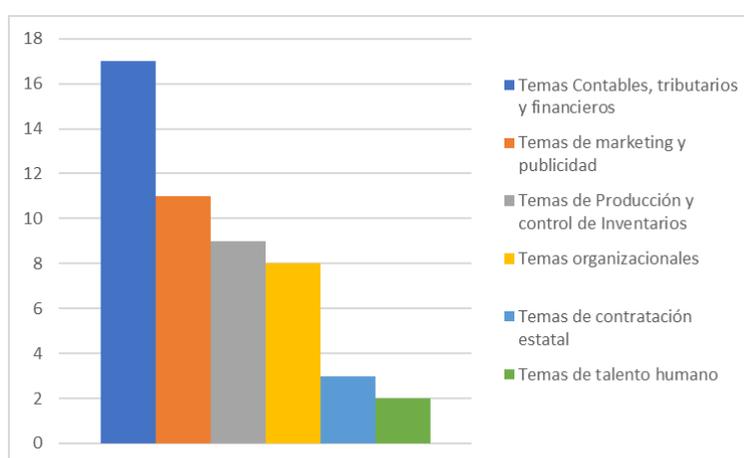
Así mismo, otra variable importante es que tienen en cuenta quien presta el servicio de consultoría, en donde las universidades tienen un punto a favor por el hecho de que están directamente relacionadas con la generación de conocimiento, sin embargo, es necesario que la Universitaria Virtual Internacional genere procesos de divulgación y participación que le de visibilidad para que el consultorio se vea como una opción viable para los empresarios de MiPymes y emprendedores.

Tabla 11 - Prioridades en el servicio de Asesoría

Prioridad de temas de asesoría	No. Respuestas
Temas Contables, tributarios y financieros	17
Temas de marketing y publicidad	11
Temas de contratación estatal	3
Temas organizacionales	8
Temas de Producción y control de Inventarios	9
Temas de talento humano	2

Fuente: Entrevista dirigida a empresarios de MiPymes de la ciudad de Bogotá, 2019

Ilustración 10 - Prioridades en el servicio de Asesoría



Una de las áreas de mayor interés por parte de los empresarios entrevistados es el referente a temas contables, tributarios y financieros, dado que los cambios normativos, el grado de especialidad del tema y la ausencia de tiempo en su gestión hacen que áreas como la contable, marketing y publicidad o inclusive la de gestión de costos pasen a un segundo plano.

Tabla 12 - Opinión sobre un servicio de asesoría virtual

Opinión sobre el servicio de asesoría virtual	No. Respuestas
Favorecería el tema de costos	14
Disminuiría los traslados y tiempos requeridos	18
Podría volverse genérico	7
Afectaría la privacidad de la información	4

Fuente: Entrevista dirigida a empresarios de MiPymes de la ciudad de Bogotá, 2019

Ilustración 11 - Opinión sobre un servicio de asesoría virtual



La percepción de los empresarios va encaminada en que un servicio de consultoría virtual efectivamente disminuiría los traslados y tiempos requeridos, así como les ayudaría a disminuir costos haciendo más efectiva la prestación del servicio, esto haría como se evidenció en análisis previo, que los empresarios de este tipo de empresas se inclinaron a tomar los servicios de consultoría ofrecidos por la Universitaria Virtual Internacional en temas contables, tributarios y financieros.

3.3. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.3.1. BARRERAS DE ENTRADA Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

El negocio de la consultoría no presenta barreras de entrada, especialmente si la empresa o universidad que va a incursionar en el mercado se focaliza en los empresarios de MiPymes o los emprendimientos, el mercado es tan amplio que a pesar de que las universidades, entidades

públicas y privadas y profesionales independientes brindan sus servicios, la demanda de servicios no es cubierta en gran parte.

Sin embargo, las barreras que se encuentran en este tipo de servicios, en especial entre las MiPymes se generan a causa del desconocimiento de los beneficios y ventajas que los servicios pueden generar, o por el desinterés por múltiples razones (costos, tiempo, generalización del servicio). Lo anterior se debe trabajar para lograr una concientización sobre la importancia de incorporar ideas y herramientas que les permita formular un esquema de trabajo que optimice los temas contables y financieros.

Los empresarios de las MiPymes presentan varias dificultades en su proceso de gestión, las cuales en la mayoría de los casos presentan soluciones desde los servicios de consultoría, sin embargo la problemática que se evidencia es la desconexión entre los servicios de consultoría (permeados por los modelos económicos y financieros dominantes) y las necesidades reales de los empresarios de estas entidades, que se disocian totalmente y empiezan a concebirse como otro impedimento, más que como una solución razonable a sus necesidades. Es por esto por lo que las estrategias y herramientas que se formulan desde las consultoras no generan resultados óptimos.

3.3.2. MERCADO Y ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

El mercado objetivo al cual se dirige el proyecto está conformado por los emprendedores y empresarios de MiPymes inicialmente de la ciudad de Bogotá que se encuentren interesados en

utilizar los servicios y herramientas que se van a proporcionar desde el consultorio virtual contable y financiero de la Universitaria Virtual Internacional, aunque por su carácter virtualidad del consultorio, el alcance se puede ampliar a cualquier lugar del país.

Los emprendedores y empresarios de MiPymes que requieran acompañamiento, asesoría o intervención en el área contable y financiera hacen parte del nicho de mercado del consultorio virtual de la Universitaria Virtual Internacional, quienes hagan parte del nicho de mercado serán cruzados con los servicios a ofrecer por el consultorio para iniciar el proceso de acompañamiento.

El valor agregado del Consultorio será su virtualidad, dado que, tal como se confirmó en las entrevistas con los empresarios, las variables que más influyen en un proceso de consultoría con este tipo de organizaciones van a ser el tiempo, el costo y el grado de acompañamiento, variables que son cubiertas en su totalidad a través de una modalidad virtual.

Es por ello, que el consultorio debe contar con una divulgación por diferentes medios, donde se resalte sus beneficios sobre otros consultorios especializados en el área contable y financiera, sobre entidades públicas y privadas dedicadas al proceso de consultoría y sobre los consultores independientes, en estos últimos donde se incluye una variable adicional que es el costo, la cual es otra de las variables decisorias en la aceptación y éxito de un proceso de consultoría.

3.3.3. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Dentro de las estrategias de publicidad y promoción que debe adoptar el consultorio virtual contable y financiero se encuentran:

- Definir una estrategia publicitaria que resalte los beneficios del portafolio de servicios virtuales que ofrece el consultorio de la Universitaria Virtual Internacional en materia contable y financiera.
- Consolidar el portafolio de servicios con relación a las necesidades de los empresarios de las MiPymes y los emprendimientos.
- Destinar un rubro del presupuesto para inversión en publicidad a fin de llegar a la mayor cantidad de empresarios y emprendedores que requieren los servicios de consultoría en temas contables y financieros.
- Adelantar actividades de investigación de mercados como herramienta de aprendizaje y esquematización de trabajo sobre las problemáticas de las MiPymes.

El consultorio Virtual Contable y Financiero se apoyará de las estrategias de divulgación de los diferentes estamentos de la Universitaria Virtual Internacional, adicionalmente, a través del equipo de relaciones con el entorno se generarán estrategias encaminadas en la consolidación de vínculos del equipo del consultorio con las organizaciones con las que se tiene relación. La base de promoción será las redes sociales y la divulgación a través de los estudiantes actuales y egresados de la institución en todos los programas de formación. Así mismo se contará con un

modulo dentro de la página web de la Universitaria Virtual Internacional con fines de divulgación, y atención a los requerimientos de los usuarios.

Durante la ejecución de los servicios de consultoría el equipo estará en contacto directo con el cliente a través de las herramientas virtuales con la gestión de las asesorías en línea para verificar la satisfacción de sus requerimientos y necesidades de los empresarios y emprendedores y de ser necesario implementar acciones correctivas y preventivas para garantizar un servicio de calidad, que se adapte y cubra los requerimientos implícitos y explícitos de los usuarios.

El desarrollo inicial del consultorio será gratuito, el precio posterior será determinado cuando se haga un análisis de variables sobre impacto y aceptación de los servicios entre los dueños/gerentes de las MiPymes y de los emprendimientos.

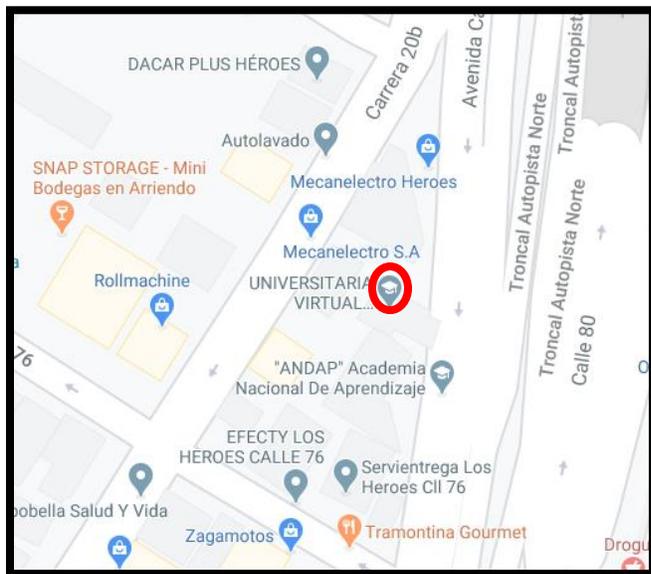
Finalmente, como parte de la estrategia de divulgación y configuración de relaciones corporativas, la Universitaria Virtual Internacional, a través del consultorio contable, participará en exposiciones, ferias y otros eventos empresariales del país para ofertar los servicios que se prestan, logrando generar un reconocimiento del servicio. Así mismo, se buscará generar alianzas o convenios con agremiaciones y entidades públicas y privadas como las Cámaras de Comercio, SENA u otras universidades, permitiendo potencializar los beneficios de los servicios ofrecidos a los empresarios y emprendedores.

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El consultorio se manejará de forma virtual, sin embargo, su sede de administración estará ubicada en las instalaciones de la Universitaria Virtual Internacional, en donde se contará con todos los procedimientos, políticas e información relevante sobre el desarrollo de los procesos de consultoría. Desde allí se direccionará todos los procesos de acompañamientos, seguimiento a las consultorías, estrategias publicitarias y direccionamiento de los Consultores que estarán vinculados con el consultorio.

Ilustración 12 - Ubicación Universitaria Virtual Internacional



Tomado de: Google Maps

4.1.2. TECNOLOGÍA Y RECURSOS

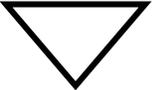
El desarrollo operativo del consultorio se basará en la plataforma BlackBoard Ultra, la cual es operada en las actividades académicas de la Universitaria Virtual Internacional, mediante espacios habilitados por los asesores del consultorio, en el cual se realizará el acompañamiento a las MiPymes y emprendimientos que ingresen en la cadena de valor de este proceso de asesoría.

Adicional a ello, el equipo de asesores contará con herramientas ofimáticas, acceso a internet, correos institucionales específicos para esta función de extensión, el control de los procesos de consultoría y contacto con los empresarios se desarrollará a través de un CRM y un software de gestión de proyectos, donde se valide la asignación de horas y responsabilidades. Se contará con acceso a software especializado en el área contable y con manuales procedimentales que serán creados por los estudiantes auxiliares, conforme las políticas y los lineamientos del coordinador del Consultorio.

4.1.3. DETALLES DEL ACUERDO Y PROCEDIMIENTOS DEL SERVICIO

Se realiza una descripción de los principales procedimientos a desarrollar al interior del Consultorio Virtual Contable y Financiero de la Universitaria Virtual Internacional mediante diagramas de flujo:

Tabla 13 - Símbolos Diagrama de Flujo

Símbolos Diagrama de Flujo		
	Proceso	Proceso dentro del Flujo que se debe realizar.
	Inicio y Fin	Muestra los puntos de inicio y fin del flujograma.
	Decisión	Revisión de una fase del proceso por parte de otra persona /Toma de Decisión frente a unas alternativas.
	Conector	Representa movimiento entre los miembros del consultorio y los usuarios de este.
	Almacenamiento	Muestra la condición de almacenar información en un momento determinado del procedimiento.
	Documento	Identifica la entrada o salida de un documento en una fase del proceso.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14 - Flujograma Proceso selección y vinculación de estudiantes auxiliares

		MANUAL DE PROCESOS CONSULTORIO VIRTUAL CONTABLE Y FINANCIERO UNIVERSITARIA VIRTUAL INTERNACIONAL						
Proceso: Selección y Vinculación de Estudiantes Auxiliares								
Procedimiento								Responsable
1	Inicio proceso de selección y vinculación de estudiantes auxiliares	X						
2	Presentar vacancia de Estudiantes Auxiliares para el consultorio		X					Coordinador
3	Inscripción y revisión de requisitos de estudiantes postulados				X			Coordinador
4	Selección de Estudiantes para el Consultorio			X				Consultores Asociados
5	Generación de archivo con información de estudiantes seleccionados						X	Consultores Asociados
6	Vinculación al consultorio		X					Coordinador
7	Asignación de consultor asociado y de responsabilidades			X				Coordinador
8	Fin del proceso de selección y vinculación de estudiantes auxiliares	X						

Tabla 15 - Flujograma proceso Revisión de acompañamiento y asignación de responsable en servicio de consultoría

		MANUAL DE PROCESOS CONSULTORIO VIRTUAL CONTABLE Y FINANCIERO UNIVERSITARIA VIRTUAL INTERNACIONAL						
Proceso: Revisión de acompañamiento y asignación de responsable en servicio de consultoría								
Procedimiento								Responsable
1	Inicio proceso revisión de acompañamiento y asignación de responsable en servicio de consultoría	X						
2	Recepción Solicitud de acompañamiento					X		Coordinador
3	Diligenciar formato de consultoría				X			Estudiante Auxiliar
4	Revisión y elaboración de archivo del proceso						X	Estudiante Auxiliar
5	Programación de cita de apertura		X					Estudiante Auxiliar
6	Atención al usuario y asignación de consultor asociado y estudiante auxiliar							Coordinador
7	Cierre proceso revisión de acompañamiento y asignación de responsable en servicio de consultoría	X						

Tabla 16 - Flujograma proceso Asignación de Responsabilidades del servicio de consultoría

		<p style="text-align: center;">MANUAL DE PROCESOS CONSULTORIO VIRTUAL CONTABLE Y FINANCIERO UNIVERSITARIA VIRTUAL INTERNACIONAL</p>						
Proceso: Asignación de Responsabilidades del servicio de consultoría								
Procedimiento								Responsable
1	Inicio proceso asignación de responsabilidades del servicio de consultoría	X						
2	Citación a consultores asociados y estudiantes auxiliares		X					Coordinador
3	Presentación del servicio de consultoría a realizar		X					Coordinador
4	Asignar fechas y Responsabilidades		X					Coordinador
5	Generar cronograma de Trabajo				X			Consultor Asociado
6	Diligenciar bitácora de inicio del servicio				X			Estudiante Auxiliar
7	Cierre proceso asignación de responsabilidades del servicio de consultoría	X						

Tabla 17 - Flujoograma proceso desarrollo y seguimiento servicio de consultoría

		<p align="center">MANUAL DE PROCESOS CONSULTORIO VIRTUAL CONTABLE Y FINANCIERO UNIVERSITARIA VIRTUAL INTERNACIONAL</p>						
Proceso: Desarrollo y seguimiento servicio de consultoría								
Procedimiento								Responsable
1	Inicio proceso Desarrollo y seguimiento servicio de consultoría	X						
2	Reunión con el empresario y el consultor asociado					X		Coordinador
3	Revisión detallada de la bitácora de inicio de servicio de consultoría		X					Coordinador
4	Concertación de compromisos y socialización del cronograma					X		Consultor Asociado
5	Asignación de responsabilidades		X					Consultor Asociado
6	Desarrollo Acompañamiento a empresario		X					Consultor Asociado Estudiante
7	Seguimiento del acompañamiento a empresarios según cronograma		X					Coordinador
8	Corrección de errores y ajustes a cronograma		X					Coordinador
9	Evaluación del servicio de consultoría		X					Coordinador
10	Retroalimentación del empresario sobre el servicio prestado					X		Consultor Asociado
11	Elaboración de informes de Cierre				X			Consultor Asociado Estudiante

12	Archivar Caso						X	Estudiante Auxiliar
13	Cierre proceso Desarrollo y seguimiento servicio de consultoría	X						

Tabla 18 - Flujograma Proceso Búsqueda y vinculación de Clientes

		<p align="center">MANUAL DE PROCESOS <u>CONSULTORIO VIRTUAL CONTABLE Y FINANCIERO</u> UNIVERSITARIA VIRTUAL INTERNACIONAL</p>						
Proceso: Búsqueda y vinculación de Clientes								
Procedimiento								Responsable
1	Inicio proceso búsqueda y vinculación de clientes	X						
2	Búsqueda de empresarios con necesidades contables, tributarias o financieras		X					Estudiante Auxiliar
3	Relación de empresarios identificados				X			Estudiante Auxiliar
4	Aproximación telefónica para concertar interés			X				Consultor Asociado
5	Diligenciamiento base de prospectos vinculados				X			Estudiante Auxiliar
6	Cierre proceso búsqueda y vinculación de clientes	X						

4.1.4. TIEMPO

La esquematización del Consultorio Contable y Financiero de la Universitaria Virtual Internacional tendrá un horizonte temporal de construcción de 10 meses desde la identificación y justificación del problema hasta la entrega del documento con la especificación de la estructuración del consultorio.

4.1.5. ALCANCE

El proyecto del consultorio abarca desde el estudio de las MiPymes partiendo de una revisión de literatura e informes estadísticos, la encuesta realizada a empresarios de Micros, pequeñas y medianas empresas, identificación de los servicios a ofrecer y proponer el esquema de organización del consultorio en el documento base para la configuración del Consultorio contable y Financiero de la Universitaria Virtual Internacional.

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1. ANÁLISIS FODA

Para realizar el análisis administrativo se parte de la revisión del FODA y las estrategias a implementar por parte del consultorio Virtual Contable y Financiero de la Universitaria Virtual Internacional:

Tabla 19 - Análisis FODA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> - Avances tecnológicos - Amplitud de mercado de las MiPymes - Dispersión de la Oferta de servicios de consultoría contable y Financiera - Barreras de entrada en la oferta de servicios virtuales de consultoría - Interés del gobierno por el apoyo a las MiPymes. - Cambios normativos constantes y constante renovación de información requieren un apoyo recurrente en el área contable y financiera 	<ul style="list-style-type: none"> - Bajo nivel de uso de herramientas tecnológicas por parte de las MiPymes - Gran oferta de servicios por parte de las universidades y privados. - Bajo interés por el manejo contable y financiero de las MiPymes - Requerimientos técnicos por parte del usuario para un buen servicio. - Mentalidad cortoplacista de los empresarios
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento a nivel académico de la universidad. - Alta preparación de los consultores principales. - Excelente infraestructura Tecnológica. - Experiencia en los procesos de virtualidad. - Caridad y especificidad de los servicios a ofrecer. - Iniciativa desde la rectoría de la universidad para promover los servicios de extensión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar de forma recurrente las necesidades de los empresarios de MiPymes para realizar ajuste de la oferta. - Divulgación amplia y frecuente del portafolio de servicios. - Brindar formación a los usuarios en el uso de nuevas tecnologías - Buscar apoyos gubernamentales para la divulgación y el acceso a los servicios del consultorio virtual - Procesos de actualización a los consultores activos de la Universidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Generar conciencia a las MiPymes en cuanto a la necesidad de implementar mejoras en el área contable y financiera. - Desde el área de proyección social, generar actividades de sensibilización de los procesos de consultoría contable y financiera. - Potencializar el aspecto de virtualidad como ventaja competitiva en el mercado de la consultoría. - Brindar apoyo técnico a los usuarios para el correcto manejo de las plataformas y herramientas dispuestas para el proceso de consultoría.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> - Credibilidad por ser nuevos en el mercado de la consultoría. - Baja experiencia en el campo de la consultoría. - Disponibilidad de capital humano para brindar los servicios de consultoría. 	<ul style="list-style-type: none"> - Generar relacionamiento con otras instituciones universitarias y entidades públicas y privadas dedicadas al crecimiento y sostenibilidad de las MiPymes. - Generar procesos de comunidades de aprendizaje para la cocreación de soluciones contextualizadas. - Generar piezas publicitarias y de información sobre temas de interés en el área contable y financiera que familiarice a los clientes potenciales con el consultorio. 	

5.2. HORIZONTE INSTITUCIONAL

Misión

Fortalecer el desarrollo empresarial de las MiPymes y emprendimientos mediante la prestación de servicios de asesoría y capacitación en materia contable y financiera, entregando las herramientas necesarias para la implementación de un plan financiero y el soporte en materia contable, generando soluciones a los posibles problemas o retos que afronten en el área tributaria, contable y de planeación financiera, soportado en el conocimiento profesional de los tutores y de las habilidades de los estudiantes de la Universitaria Virtual Internacional.

Visión

El consultorio virtual contable y financiero de la Universitaria Virtual Internacional se proyecta para el 2027 como un consultorio líder en procesos de asesoría y capacitación en materia fiscal, contable y financiera focalizando en las MiPymes y emprendimientos del país, comprometido con el desarrollo organizacional y el desarrollo de nuevas estrategias de divulgación del conocimiento generando un valor agregado a la universidad y a su comunidad.

Objetivo General

Aportar al sostenimiento y crecimiento de las MiPymes y emprendimientos del país, soportando espacios que promuevan los servicios de consultoría y capacitación en materia

contable y financiera soportado por los tutores y estudiantes de la Universitaria Virtual Internacional, generando una sinergia entre la universidad y la sociedad.

Objetivos Específicos

- Generar un espacio de interrelación entre la Universitaria Virtual Internacional y el entorno, generando una sinergia y un proceso de transferencia de conocimiento en ambos sentidos.
- Promover el fortalecimiento teórico-práctico de los estudiantes y la transformación productiva de los empresarios de las MiPymes y los emprendedores.
- Brindar herramientas y soluciones ajustadas a las necesidades de las MiPymes y emprendimientos del país, basados en principios de eficiencia, sofisticación, integridad y sencillez.

Valores y Principios

El consultorio virtual contable y financiero de la Universitaria Virtual Internacional se regirá por los siguientes principios y valores que conforman un marco de acción bajo parámetros éticos:

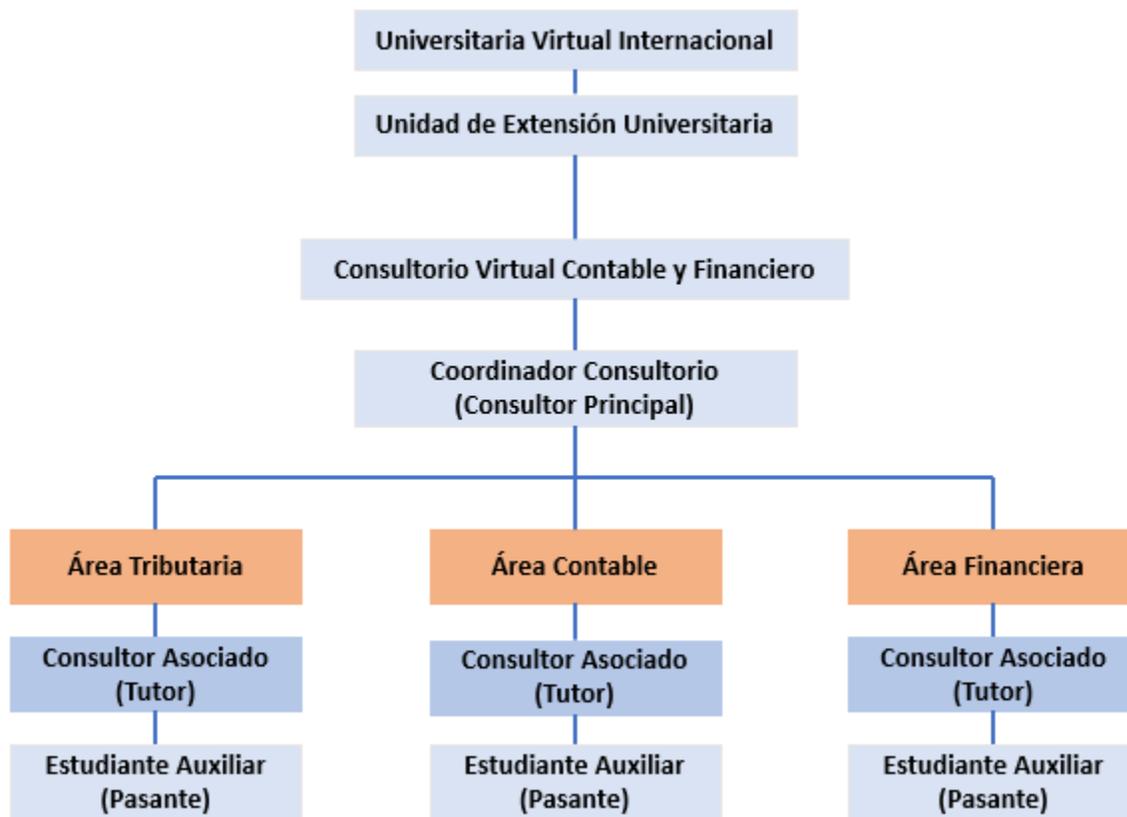
- **Excelencia:** Basado en características de los tutores y estudiantes que conforman el consultorio, evidenciando profesionalismo y estándares de calidad.

- **Respeto:** Reconociendo las diferencias y las complicaciones que se pueden presentar y comprendiendo las necesidades, disposición de los usuarios del consultorio y demás miembros de este.
- **Trabajo en Equipo:** Denotando sinergia en la operación y con los usuarios del consultorio, basados en la motivación y el liderazgo compartido, creando procesos eficientes y eficaces.
- **Responsabilidad:** Tanto social como empresarial, garantizando el cumplimiento de la oferta de valor y de las necesidades de los empresarios y emprendedores.
- **Compromiso:** Basados en el sentido de pertenencia y la disciplina, que permita una gestión efectiva de los procesos internos del consultorio.

5.3. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

La estructura organizativa que se va a implementar en el consultorio virtual contable y financiero de la Universitaria Virtual Internacional se presenta a continuación, la cual estará dirigida por el consultor principal, inicialmente dos profesores de la universidad quienes estarán a cargo de dirigir a los estudiantes que están ejerciendo sus prácticas en el consultorio.

Ilustración 13 - Organigrama Consultorio



5.3.1. Funciones de los Cargos del Organigrama

Se realiza la descripción de las funciones de los cargos enunciados en el organigrama:

- **Unidad de Extensión Universitaria:** Este equipo tendrá como función esencial las actividades encaminadas a proponer y establecer los planes y estrategias a ejecutar en el consultorio y gestionar el proceso de revisión y aprobación de los acompañamientos y creación de contenido realizados por el equipo. La Unidad de Extensión Universitaria debería estar conformada por el coordinador del programa de Contaduría, el Coordinador

de Investigación, el líder del Consultorio, representante del gremio empresarial y representante de estudiantes.

- **Coordinador Consultorio:** Este rol estará a cargo de un tutor del programa de Contaduría Pública – tiempo completo, quien tendrá las siguientes funciones a cargo:
 - Realizar el acercamiento inicial con los empresarios y emprendedores
 - Realizar seguimiento al desarrollo de los servicios de consultoría y resolución de problemas.
 - Efectuar un acompañamiento a tutores y estudiantes que lideren procesos de acompañamiento empresarial.
 - Promover y divulgar los servicios del consultorio con la comunidad académica y empresarial.
 - Presentar informes periódicos de cumplimiento de metas, proyecciones y satisfacción de los servicios ofertados por el consultorio.
 - Controlar los tiempos establecidos para que se desarrolle el acompañamiento a las empresas y emprendimientos en las diferentes áreas del consultorio.

- **Consultor Asociado:** Estarán a cargo de tutores del programa de Contaduría Pública – Medio Tiempo, quienes brindarán apoyo y orientación a los estudiantes en el desarrollo de las soluciones propuestas a cada uno de los empresarios y emprendedores, así mismo recolectarán información vía internet o a través de visitas para profundizar en la solución propuesta.

- **Estudiante Auxiliar:** Serán estudiantes con el requisito cumplido de estar cursando primer trimestre o superior del programa de Contaduría Pública, en el caso de pertenecer a nivel tecnológico, podrán hacerlo con el requisito cumplido de estar cursando tercer trimestre o superior. Así mismo, será requerimiento la validación de que el estudiante cuente con algún conocimiento sobre los temas a ofrecer en el consultorio, deben caracterizarse por ser personas responsables, tener la habilidad del trabajo en equipo, tener compromiso con el manejo de la información confidencial, capacidad de solución de problemas.

Su rol principal será el de brindar apoyo a los tutores a cargo del proceso de consultoría, y estarán delimitados por el semestre y la profundidad conceptual que demuestren en una o varias líneas de servicio del consultorio. El estudiante auxiliar no tendrá vinculación laboral con la Universitaria Virtual Internacional ni con el Consultorio Virtual Contable y Financiero, la figura jurídica es la de practicantes para cumplir un requisito de grado.

5.3.2. Perfiles de los Cargos del Organigrama

Se proponen los siguientes perfiles de los cargos de coordinador de consultorio, consultor asociado y estudiante auxiliar:

5.3.2.1. Coordinador de Consultorio

	Consultorio Virtual Contable y Financiero	
	Ficha de Cargo	
Cargo:	Coordinador Consultorio Virtual Contable y Financiero	
Reportar a:	Unidad de Extensión Universitaria	
Requisitos del Cargo:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Formación: Contador Público, con especialización en temas de dirección o afines a las líneas del Consultorio 2. Experiencia: (i) 3 años certificados de docencia y 1 años en temas relacionados a investigación, consultoría o dirección. O (ii) 2 años en temas relacionados a investigación y 1 año certificado de docencia. 3. Habilidades: Liderazgo, orientación al logro, trabajo en equipo, comunicación, disciplina, planeación, servicio. 		
Descripción General del Cargo: El coordinador del consultorio virtual contable y financiero direccionará la estrategia de extensión universitaria en el área de Contaduría Pública y promoverá la interacción entre la academia y el sector empresarial, garantizando procesos de transferencia de conocimiento y perfeccionamiento teórico-práctico de los estudiantes de la universitaria virtual internacional.		
Responsabilidades Asociadas:		
<ul style="list-style-type: none"> - Tomar decisiones del desarrollo de las actividades del Consultorio - Dirigir el consultorio y los miembros del equipo de trabajo - Garantizar el cumplimiento de las normas del consultorio y el debido proceso en los servicios prestados - Visitar y gestionar contacto con empresarios y emprendedores - Gestionar el cumplimiento de metas del consultorio - Controlar los tiempos establecidos para que se desarrolle el acompañamiento a las empresas y emprendimientos en las diferentes áreas del consultorio. 		
Funciones esenciales del cargo:		
<ul style="list-style-type: none"> - Gestionar el correcto funcionamiento del consultorio - Realizar acercamiento inicial con los empresarios - Elaboración y presentación de informes - Tramitar la vinculación de tutores al consultorio - Efectuar acciones de mejora y atender con prontitud los inconvenientes que se presenten - Reportar a la unidad de Extensión Universitaria novedades y resultados de la gestión - Velar por la divulgación y promoción del consultorio a nivel interno y externo 		
Elaboró:	Revisó:	Aprobó:
Coordinador	Vicerrector	Rectora

5.3.2.2. Consultor Asociado

	Consultorio Virtual Contable y Financiero	
	Ficha de Cargo	
Cargo:	Consultor Asociado	
Reportar a:	Coordinador Consultorio Virtual Contable y Financiero	
Requisitos del Cargo:	<p>4. Formación: Contador Público, preferiblemente con especialización o maestría en temas afines a las líneas del Consultorio</p> <p>5. Experiencia: (i) 1 años certificados de docencia y 1 años en temas relacionados a investigación, consultoría o dirección. O (ii) 3 años certificados de docencia.</p> <p>6. Habilidades: Liderazgo, orientación al logro, trabajo en equipo, comunicación, disciplina, planeación, servicio.</p>	
Descripción General del Cargo:	El consultor asociado estará a cargo de la dirección de los acompañamientos a los empresarios, así como la orientación de estudiantes en los temas del consultorio. También liderará actividades de divulgación y creación de contenido relacionado a las áreas del consultorio contable y financiero de la universitaria virtual internacional.	
Responsabilidades Asociadas:	<ul style="list-style-type: none"> - Garantizar la confidencialidad de la información y de las actividades del Consultorio - Dirigir el proceso de acompañamiento de los miembros del equipo de trabajo asignado - Garantizar el cumplimiento de las normas del consultorio y el debido proceso en los servicios prestados - Gestionar el cumplimiento de metas del consultorio - Desarrollar procesos de mejora para el consultorio 	
Funciones esenciales del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> - Informar permanentemente la gestión con el coordinador del consultorio - Gestionar el correcto funcionamiento del consultorio - Elaboración y presentación de informes - Efectuar acciones de mejora y atender con prontitud los inconvenientes que se presenten - Cumplir con los mínimos estándares de ejecución de su labor - Velar por la divulgación y promoción del consultorio a nivel interno y externo 	
Elaboró:	Revisó:	Aprobó:
Coordinador	Vicerrector	Rectora

5.3.2.3. Estudiantes Auxiliares

	Consultorio Virtual Contable y Financiero	
	Ficha de Cargo	
Cargo:	Coordinador Consultorio Virtual Contable y Financiero	
Reportar a:	Unidad de Extensión Universitaria	
Requisitos del Cargo:	<p>7. Formación: Estar cursando primer trimestre o superior del programa de Contaduría Pública (Estudiante Auxiliar Grado I), en el caso de pertenecer a nivel tecnológico, podrán hacerlo con el requisito cumplido de estar cursando tercer trimestre o superior (Estudiante Auxiliar Grado II).</p> <p>8. Experiencia: N/A</p> <p>9. Habilidades: Orientación al logro, amabilidad, trabajo en equipo, comunicación, disciplina, planeación, servicio, proactividad.</p>	
Descripción General del Cargo:	El estudiante auxiliar apoyará los procesos de acompañamiento a empresarios y emprendedores en las áreas asociadas al consultorio, así mismo serán partícipes de las actividades de divulgación y creación de contenido relacionado a las áreas del consultorio contable y financiero de la universitaria virtual internacional.	
Responsabilidades Asociadas:	<ul style="list-style-type: none"> - Garantizar el cumplimiento de las normas del consultorio y el debido proceso en los servicios prestados - Gestionar el cumplimiento de metas del consultorio - Garantizar la confidencialidad de la información y de las actividades del Consultorio - Desarrollar procesos de mejora para el consultorio - Informar a los consultores asociados la gestión realizada y el grado de avance en los procesos de acompañamiento - Registrar los procesos de acompañamiento realizados 	
Funciones esenciales del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración y presentación de informes y análisis de variables de desempeño contable, tributario y financiero - Atender con prontitud los inconvenientes que se presenten - Acompañar en el proceso de aplicación o implementación de las soluciones a empresarios y emprendedores - Reportar a los consultores asociados novedades y resultados de la gestión - Velar por la divulgación y promoción del consultorio a nivel interno y externo 	
Elaboró:	Revisó:	Aprobó:
Coordinador	Vicerrector	Rectora

6. ESTUDIO LEGAL

El consultorio virtual contable y financiero de la Universitaria Virtual Internacional, estará vinculada como parte de la universidad, sin personería jurídica. Hará parte de uno de los programas del centro de extensión de esta, y dependerá del presupuesto de la universidad con asignación de un rubro asociado al programa de extensión. Los costos fijos y variables que se requieran para el desarrollo del consultorio estarán normalizados por los estamentos que se promulguen desde la universidad. La incorporación como actividad de extensión al interior de la organización será normalizada a través de los estatutos y reglamentos internos de la Universitaria Virtual Internacional.

Enmarcados en la Constitución Política para validar el cumplimiento de esta y garantizar que el consultorio estará enmarcado bajo los términos de la Ley se analizan los siguientes artículos (Congreso de la República, 1.991):

- El artículo 38 relacional la libertad de asociación donde se menciona el derecho a asociarse libremente para el desarrollo de las diferentes actividades permitidas en la sociedad.
- El artículo 67 manifiesta que la educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social, a través de la cual se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica. Esta intención es soportada por el artículo 69 que da autonomía a las universidades para su gestión dentro de la que se encuentra la divulgación de conocimientos.

- El artículo 69 da garantías a la autonomía universitaria. Se menciona que las universidades podrán darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos, de acuerdo con la ley. Acá se incluye el hecho de que el Estado fortalecerá la investigación científica en las universidades oficiales y privadas y ofrecerá las condiciones especiales para su desarrollo.
- El artículo 333 presenta la libertad de mercado en la cual se aclara que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Así mismo, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. Lo cual indica que la libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

Así mismo se encuentra la ley 905 del 2004 (Congreso de la República), que modifica la ley 590 del año 2.000 en la cual se plasma la política estatal encaminada a la promoción de creación de empresas en Colombia, cuyo objetivo era “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”, así mismo se establece la categorización empresarial para diferenciar las microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas en el país de acuerdo con el número de trabajadores y sus activos totales.

Se enuncia también la Ley 30 de 1.992 a través del cual se organiza el servicio público de educación superior y se presentan los siguientes artículos relacionados (Congreso de la República, 1.992):

- El artículo 4 enuncia que la Educación Superior, debe despertar en los educandos un espíritu reflexivo, orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico que tenga en cuenta la universalidad de los saberes y la particularidad de las formas culturales existentes en el país. Razón por la cual esta se debe desarrollar en un marco de libertades de enseñanza, de aprendizaje, de investigación y de cátedra.
- En el artículo 6 se mencionan los objetivos de la educación superior y sus instituciones, entre las cuales se encuentra el trabajar por la creación, el desarrollo y la transmisión del conocimiento en todas sus formas y expresiones y, promover su utilización en todos los campos para solucionar las necesidades del país.

La ley 115 de 1.994 con la cual se expide la ley general de educación presenta los siguientes referentes para la formulación de una estrategia en la Universitaria Virtual Internacional encaminada en la vinculación de Docencia-Extensión-Investigación (Congreso de la República, 1.994):

- El artículo 5 presenta los fines de la educación, citando el artículo 67 de la constitución política de Colombia, entre los cuales se encuentran: “(...) El acceso al conocimiento, la ciencia, la técnica y demás bienes y valores de la cultura, el fomento de la investigación y el estímulo a la creación artística en sus diferentes manifestaciones (...)” y “(...) La promoción en la persona y en la sociedad de la capacidad para crear, investigar, adoptar la tecnología que se requiere en los procesos de desarrollo del país y le permita al educando ingresar al sector productivo (...)”.

- El artículo 73 menciona el proyecto educativo institucional en el que se enmarca la formación integral del educando, y donde se debe especificar los principios y fines del establecimiento, los recursos docentes y didácticos disponibles y necesarios, la estrategia pedagógica, y el sistema de gestión. Adicionalmente, se menciona que el Gobierno Nacional establecerá estímulos e incentivos para la investigación y las innovaciones educativas.

La ley 43 de 1.990 con la cual se adiciona la ley 145 de 1.960 reglamentaria de la profesión de Contador Público y se dictan otras disposiciones, detalla elementos importantes para el proceso de constitución del consultorio virtual contable y financiero de la Universitaria Virtual Internacional (Congreso de la República, 1.990):

- El artículo 2 presenta las actividades relacionadas con la ciencia contable en general las cuales implican organización, revisión y control de contabilidades, certificaciones y dictámenes sobre estados financieros, certificaciones que se expidan con fundamentos en los libros de contabilidad, revisoría fiscal prestación de servicios de auditoría, así como todas aquellas actividades conexas con la naturaleza de la función profesional del Contador Público, tales como: la asesoría tributaria, la asesoría gerencial, en aspectos contables y similares.

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1. INVERSIONES

Para el desarrollo y ejecución del portafolio de servicios del Consultorio Virtual Contable y Financiero de la Universitaria Virtual Internacional se proyectan las siguientes inversiones, que como mínimo se debe tener para garantizar un control de la oferta de servicios, dado que si bien, el servicio se prestará de forma virtual, se requiere centralizar los procesos, material y trazabilidad de los servicios a fin de garantizar control y calidad de estos.

Tabla 20 - Presupuesto de Inversiones

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Punto de red Internet, instalación eléctrica y extensiones del conmutador	\$80.000	\$80.000
1	Computador de Escritorio	\$1.300.000	\$1.300.000
1	Teléfono con Funciones	\$260.000	\$260.000
1	Implementos de Oficina (Grapadora, perforadora, esferos, papel, etc)	\$300.000	\$300.000
1	Escritorio	\$850.000	\$850.000
1	Gastos Publicidad Lanzamiento	\$600.000	\$600.000
1	Silla Ejecutiva	\$280.000	\$280.000
	TOTAL DE INVERSIONES		\$3.670.000

7.2. COSTOS

Los costos y gastos que se proyectan para el desarrollo de la oferta del consultorio virtual contable y financiero de la universitaria virtual internacional se estiman en los siguientes montos y componentes con cargos mensuales:

Tabla 21 - Presupuesto de Costos

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Consultor Principal – Director Consultorio	\$2.100.000	\$2.100.000
2*	Consultores Medio Tiempo	\$1.050.000	\$2.100.000
1	Insumos de Oficina	\$280.000	\$280.000
1	Telefonía Móvil – Internet Móvil	\$100.000	\$100.000
	TOTAL DE INVERSIONES		\$4.580.000

* Dependerá de la demanda de los servicios del consultorio

8. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

8.1. IMPACTO SOCIAL

El grupo de empresas categorizadas como MiPymes representa una participación superior al 97% del total del engranaje empresarial, esto sin duda denota necesidades implícitas que imposibilitan el crecimiento, diversificación e incluso más el sostenimiento de estas. El crear un consultorio en el área contable y financiera incorpora una necesidad latente de estos empresarios, dado que como se mostró, esta área es muy débil e incluso nula en la gestión de este tipo de organizaciones, así mismo, el carácter de virtualidad brinda facilidades que la presencialidad carece, generando una amplitud y cobertura en el servicio y garantizando que más empresarios podrán ser participes y favorecerse de los servicios, logrando así contribuir en el desarrollo de empresas, que respaldan el futuro de muchas familias que se ven beneficiadas por su contribución en la generación de empleo y aporte al Producto Interno Bruto del País.

La estructuración del portafolio de servicios, que incorpora toda la interrelación entre las funciones sustantivas de la universidad, genera que por un lado se beneficien los empresarios de

las MiPymes, los cuales no han contado con un apoyo efectivo para la gestión de sus organizaciones, y por el otro, los miembros de la universidad podrán beneficiarse a través de procesos de investigación, formación y profundización académica, y en la interacción con los empresarios que generarán procesos de co-aprendizaje y sinergias que evolucionen los procesos productivos y empresariales.

8.2. IMPACTO INSTITUCIONAL-ACADÉMICO

El vincular las tres funciones sustantivas de la Universitaria Virtual Internacional (Docencia-Extensión-Investigación) permite crear una sinergia tanto a nivel interno con todos los miembros de la institución, como externo con todos los afectados por los procesos que se desarrollan en el objeto social de esta. El crear el consultorio Virtual Contable y Financiero no solo visibiliza los alcances de la Universidad, sino que hace un llamado hacia la transformación digital y los procesos de emancipación basados en las nuevas leyes del entorno.

Lo anterior, logra vincular de forma ascendente los conocimientos y habilidades adquiridas por los estudiantes del ciclo propedéutico de Contaduría Pública hacia las necesidades del entorno, asociando problemáticas y requerimientos que pueden ser abordadas desde un punto de vista teórico-práctico, donde el estudiante afianzará sus conocimientos y profundizará en el desarrollo y aplicación de herramientas y soluciones acordes al contexto de los empresarios.

Así mismo, se genera una dinámica de cocreación con el entorno y otras universidades, otorgando prestigio y estatus a la universidad y al modelo del consultorio, generando ventajas competitivas frente a los modelos de consultorio tradicionales desarrollados en las demás

universidades del país y de los consultores independiente, llegando así a futuro pensar en la monetización del modelo de consultorio, como un modelo de utilidad patentado por la Universitaria Virtual Internacional.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Angeles G., O. (1992). Consideraciones en torno al concepto de extensión de la cultura y de los servicios. *Revista de la Educación Superior*, 21(81), 1-9.
- Ankrah, S. N., Burgess, T. F., Grimshaw, P., & Shaw, N. E. (2013). Asking both university and industry actors about their engagement in knowledge transfer: What single-group studies of motives omit. *Technovation*, 33(2-3), 50-65.
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2012.11.001>
- Araújo, E.; Miranda, G.; Casa Nova, S. (2017). *Revolucionando a Sala de Aula*. Brasil. Editorial Gen Atlas.
- Batalla-Busquets, J. M., & Pacheco-Bernal, C. (2013). On-the-job E-learning: Workers' Attitudes and Perceptions. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 40-64.
- Bayrakdaroğlu, A., & Şan, F. B. (2014). Financial Literacy Training as a Strategic Management Tool among Small – Medium Sized Businesses Operating in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 148–155.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.019>
- Benavente H., J. M., & Külzer S., C. (2008). Creación y destrucción de empresas en Chile. *Estudios de Economía*, 35(2), 215-239.

- Capera, I., & Huertas A., L. E. (2018). ¿Por qué mueren las empresas? Un estudio de la interrupción de la perdurabilidad empresarial en una empresa de tecnología. Universidad del Rosario. Recuperado de <http://e-journal.uajy.ac.id/14649/1/JURNAL.pdf>
- Carlevaro, P. V. (2008). Universidad y sociedad - Proyección y Vínculos.
- Coll, C. (2004). Psicología de la educación y prácticas educativas mediadas por las tecnologías de la información y la comunicación: una mirada constructivista. Sinéctica.
- Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio. (2016). Nacimiento y Supervivencia de las Empresas en Colombia. Recuperado de <http://www.confecamaras.org.co/cooperacion-y-competitividad/analisis-economico>
- Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio. (2017). Determinantes del crecimiento acelerado de las empresas en Colombia, 24.
- Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio. (2018). Nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia, 32. Recuperado de http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2018/Cuadernos_Análisis_Económico/Cuaderno_demografia_empresarial/Cartilla17.pdf
- Congreso de la República (1.991). Constitución Política de Colombia. Bogotá D.C. Recuperado de: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html
- Congreso de la República (1.992). Ley 30 de 1.992- Bogotá D.C. Recuperado de: <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-86437.html>
- Congreso de la República (1.994). Ley 115. Bogotá D.C. Recuperado de: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0115_1994.html
- Congreso de la República (1.994). Ley 905. Bogotá D.C. Recuperado de: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

- Congreso de la República. (2000). Ley 590. Bogotá D.C. Recuperado de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=12672>
- Christie, T., & Sjoquist, D. L. (2012). New Business Survival in Georgia : Exploring. Growth and Change, 43(1), 110-142. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2257.2011.00579.x>
- D'Andrea, R. E., Zubiría, A., & Sastre Vázquez, P. (2014). Reseña histórica de la extensión universitaria. Secretaría de la Universidad Nacional del Centro de la provincia de Buenos Aires, 33, 1-12.
- Dunne, J. P., & Masenyetse, R. (2015). The Determinants of Firm Survival in South Africa, (September), 2-4
- Eniola, A. A., & Entebang, H. (2017). SME Managers and Financial Literacy. Global Business Review, 18(3), 559-576. <https://doi.org/10.1177/0972150917692063>
- Espinosa, F. R., Molina, Z. A. M., & Vera-Colina, M. A. (2015). Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia. Suma de Negocios, 6(13), 29–41. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.003>
- Fatoki, O. (2017). The Financial Literacy of Micro Entrepreneurs in South Africa. Journal of Social Sciences, 40(2), 151-158. <https://doi.org/10.1080/09718923.2014.11893311>
- Fernández, M. t. T., & Gutiérrez, F. J. C. (2013). Variables y Modelos Para La Identificación y Predicción Del Fracaso Empresarial: Revisión de La Investigación Empírica Reciente. Revista de Contabilidad, 15(1), 7-58. [https://doi.org/10.1016/s1138-4891\(12\)70037-7](https://doi.org/10.1016/s1138-4891(12)70037-7)
- Franco-Ángel, M.; Urbano, D. (2019). Caracterización de las pymes colombianas y de sus fundadores: un análisis desde dos regiones del país. Estudios Gerenciales, 35, (150), 81-91
- Freire, P. (1979). La Pedagogía Del Oprimido. (Siglo XXI editores, Ed.) (Segunda Ed). México.

- Fresán Orozco, M. (2004). La extensión universitaria y la Universidad Pública. *Reencuentro*, (39), 47-54. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=34003906>
- Gálvez Albarracín, Edgar Julián, & Riascos Erazo, Sandra Cristina, & Contreras Palacios, Fred (2014). Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. *Estudios Gerenciales*, 30(133),355-364. ISSN: 0123-5923.
- García, C. (2008). El compromiso social de las universidades. *Cuadernos del CENDES*, 25(67), 129-134. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40306707>
- Gezmet, S. (2013). La vinculación universidad-sociedad. Modelos de extensión y características de las interacciones. *Compendio Bibliográfico*, 24-30.
- Gimenez Martinez, J. (2000). La extensión universitaria en España. V Congreso Iberoamericano de Extensión, México.
- Gonzalez, G. R., & Fernandez-Larrea, M. (2002). La gestión de la extensión universitaria: una aproximación desde la perspectiva cubana. *Revista Cubana de Educación Superior*, 22.
- González González, G. R., & González Fernández-Larrea, M. (2003). Extensión universitaria: principales tendencias en su evolución y desarrollo. *Revista Cubana de Educación Superior*. Recuperado de <https://link.galegroup.com/apps/doc/A146790868/AONE?u=googlescholar&sid=AONE&xid=e6236d6b>
- Hernández-Sampieri, Roberto; Fernández, Carlos; Baptista, Pilar. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta edición. México. McGraw Hill

- Ibragimov, R., Vélez-pareja, I., & Tham, J. (2013). VAIC : New Financial Performance Metric and Valuation Tool VAIC : New Financial Performance Metric and Valuation Tool, IX(Dcid), 9-20.
- Laitón, S.; López, J. (2018). Estado del arte sobre problemáticas financieras en pymes: estudio para América Latina. *Revista Escuela de Administracion de Negocios*, (85), 163 – 179.
- León, A. L. (2015). La extensión universitaria en américa latina desde sus orígenes a la actualidad. XIII Congreso Latinoamericano de Ex-tensión Universitaria.
- Luna, I. R. (2006). Las pymes en la economía global. Hacia una estrategia de fomento empresarial. 37, 31–50.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2008). Planning and financial literacy: How do women fare? *American Economic Review*, 98(2), 413–417. <https://doi.org/10.1257/aer.98.2.413>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education. *Business Economics*, 42(1), 35–44. <https://doi.org/10.2145/20070104>
- Malagón Plata, L. A. (2012). La vinculación Universidad-Sociedad desde una perspectiva social. *Jornal Article*, 79-93.
- Ministerio de Educación Nacional. (1980). Decreto 80. Bogotá D.C. Recuperado de https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-102556.html?_noredirect=1
- Mora-Riapira, Edwin H., Vera-Colina, Mary A., & Melgarejo-Molina, Zuray A. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 79-87. Retrieved January 21, 2020, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232015000100010&lng=en&tlng=es.

- Morales, M. E., Mira, G. E., & Arias, M. A. (2010). Enfoques y retos de la función de extensión universitaria, como mecanismo de integración: Universidad, Empresa, Estado. II Congreso Internacional de Gestión Tecnológica e Innovación, 9.
- Navarro de Gottifredi, A. M. (2002). Una forma de profundizar la relación universidad-sociedad, 31-41.
- OECD. (2017). Small, Medium, Strong. Trends in SME Performance and Business Conditions. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1787/9789264275683-en>
- Ortiz-Riaga, M. C., & Morales-Rubiano, M. (2011). La extensión universitaria en América Latina: concepciones y tendencias. *Educ.Educ*, 14(2), 349-366.
- Osorio-Gallego, Carlos Andrés, & Londoño-Metaute, John Hildebrando, & López-Zapata, Esteban (2016). Analysis of factors that influence the ICT adoption by SMEs in Colombia. *Intangible Capital*, 12(2),666-732.[fecha de Consulta 21 de Enero de 2020]. ISSN: 2014-3214. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=549/54944740012>
- Perkmann, M., & Walsh, K. (2007). University-industry relationships and open innovation: Towards a research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(4), 259-280. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00225.x>
- Plakalovi, N. (2014). Financial literacy of SMEs Managers. *Technology,innovation and Industrial Management*, 409-416. Recuperado de <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-13-0/papers/ML15-086.pdf>
- Pozuelo, J., Labatut, G., & Veres, E. (2010). Análisis descriptivo de los procesos de fracaso empresarial en microempresas mediante técnicas multivariantes. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19, 47-66.

Rabak, L., & Cleveland-Innes, M. (2006). Acceptance and Resistance to Corporate E-Learning:

A Case From the Retail Sector. *Journal of Distance Education*. <https://doi.org/Article>

Rendón Siempira, A. V. (2015). El capital humano y los programas e-learning en la formación de trabajadores. Universidad Pedagógica Nacional.

Riascos E., Sandra Cristina, Aguilera C., Adriana, & Achicanoy, Harold Armando. (2016).

Inversión en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y su relación con en el direccionamiento estratégico de las PYMES de Santiago de Cali - Colombia. *RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (18), 01-17.

<https://dx.doi.org/10.17013/risti.18.1-17>

Rodríguez-molina, G. (2011). Funciones y rasgos del liderazgo pedagógico en los centros de enseñanza Educational research: the functions and features Palavras-chave, 14(2), 253-267.

Ruiz, B. M. (2007). La pedagogía crítica y Paulo Freire: aportaciones conceptuales. *Revista de Ciencias de la Educación (Madrid)*, (212), 397-408.

Ruiz Lugo, L. (1992). La extensión de la cultura y los servicios en las universidades públicas del país. *Revista de la Educación Superior*, 20.

Ruiz, M. R. (2016). Acerca de la II Conferencia Latinoamericana de difusión cultural y extensión universitaria (1972). *Un debate vigente*, 6, 72-82.

Salvador Moncada, J. (2007). La Universidad: un acercamiento histórico-filosófico. 16(2), 33-46. Recuperado de <http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/194/v/v16-2/a3.pdf>

Segarra i Blasco, A., & Teruel Carrizosa, M. (2007). Creación y supervivencia de las nuevas empresas en las manufacturas y los servicios. *Economía industrial*, (363), 47-58.

- Serna Alcántara, G. (2004). Modelos de extensión universitaria en México. *Revista de la Educación Superior - ANUIES*, No131, 26-32. Recuperado de <http://publicaciones.anui.es.mx/acervo/revsup/131/02.html>
- Serna Alcántara, G. A. (2007). Misión social y modelos de extensión universitaria: del entusiasmo al desdén. *Revista Iberoamericana de Educación*, 43(3), 22-31. Recuperado de: [http://beu.extension.unicen.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/114/Mision social y modelos de extensión universitaria del entusiasmo al desdén.pdf?sequence=1](http://beu.extension.unicen.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/114/Mision_social_y_modelos_de_extension_universitaria_del_entusiasmo_al_desden.pdf?sequence=1)
- Thomas, J., & Sireno, P. (1980). Training Needs of Managers of Small Manufacturing Firms. *American Journal of Small Business*, 38-44. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225878000400307>
- Tomassino, H., & Cano, A. (2016). Modelos de extensión universitaria en las universidades latinoamericanas en el siglo XXI: tendencias y controversias. *Universidades*, 67, 7-24.
- Tommasino, H., González Márquez, M. N., Guedes, E., & Prieto, M. (2006). Extensión crítica: los aportes de Paulo Freire. En *Extensión: Reflexiones para la intervención en el medio urbano y rural*. (pp. 121-135).
- Tommasino, H., Santos, C., & Stevenazzi, F. (2010). De la extensión a las prácticas integrales, (June 2014).
- Tünnermann Bernheim, C. (2000). El nuevo concepto de la extensión universitaria. *Universidad de Michoacana de San Nicoás de Hidalgo Morelia, Michoacán, México.*, 269. Recuperado de [extension.unicen.edu.ar/jem/completas/248.pdf%5CnEn cach?%5CnSimilares%5Cn](http://extension.unicen.edu.ar/jem/completas/248.pdf%5CnEn%5Cncach?%5CnSimilares%5Cn)

- Valdés, J., & Sánchez, G. (2012). Las Pymes en el contexto mundial: Sus particularidades en México. *Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de La Universidad Iberoamericana*, VII, 126–156.
- Varela, Rodrigo (2015). GEM, Entrepreneurial Activity in the Caribbean Region 2015, 74
- Vega Mederos, J. F. (2002). La extensión universitaria: función integradora del quehacer universitario, 26-39.
- Vera-Colina, Mary A; Melgarejo-Molina, Zuray A; Mora-Riapira, Edwin H (2014). "Acceso al financiamiento en Pymes colombianas: una mirada desde sus indicadores financieros". *INNOVAR*, 24 (53), 149-160.
- Vera-Colina, Mary A; Rodríguez, Guillermo, Melgarejo Zuray (2011) "Financial Planning and Access to Financing in Small and Medium-sized Companies in the Venezuelan Manufacturing Sector". *INNOVAR*, 21 (42) 99-111.
- Vera, M., & Mora, E. (2011). Líneas de investigación en micro, pequeñas y medianas empresas. Revisión documental y desarrollo en Colombia. *Tendencias. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*, XII(1), 213-226.
- Wenger, E. (2001). Comunidades de práctica. Aprendizaje, significado e identidad. *Cognición y desarrollo humano*, 259-266.
- Zevallos, E. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Cepal*, 53-70.
- Recuperado de
http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10874/079053070_es.pdf?sequence=1