



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TÍTULO:

**“PLATAFORMA DIGITAL ENFOCADA A LA ASESORÍA Y GUÍA PARA LOS
NUEVOS EMPRENDEDORES”**

Autor:

- ✓ Gustavo Adolfo Monge Tóala

Tutor:

- ✓ Ing. Alexander Moreira Pacha

Facultad De Ciencias Administrativas

Carrera De Administración De Empresas

Manta – Manabí – Ecuador

Diciembre, 2022

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría del estudiante Gustavo Adolfo Monge Toala, legalmente matriculado en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2022-2023, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es "Plataforma Digital Enfocada a la Asesoría y Guía para los Nuevos Emprendedores".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 5 de diciembre de 2022

Lo certifico,



Alexander Moreira Pacha
Docente Tutor

Document Information

Analyzed document	TESIS FINAL GUSTAVO MONGE TOALA.docx (D152185315)
Submitted	2022-12-05 23:24:00
Submitted by	Alexander Moreira Pacha
Submitter email	alexander.moreira@uleam.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	alexander.moreira.uleam@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / TESIS CORREGIDA OSWALDO ANDRADE.docx Document TESIS CORREGIDA OSWALDO ANDRADE.docx (D142586684) Submitted by: mariaj.alcivar@uleam.edu.ec Receiver: mariaj.alcivar.uleam@analysis.orkund.com	 1
SA	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / ANCHUNDIA ANCHUNDIA MARIA JUDITH[121].pdf Document ANCHUNDIA ANCHUNDIA MARIA JUDITH[121].pdf (D103953142) Submitted by: alexa.cedeno@uleam.edu.ec Receiver: alexa.cedeno.uleam@analysis.orkund.com	 1
SA	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / Proyecto de emprendimiento ANCHUNDIA COBEÑA RONALD.docx Document Proyecto de emprendimiento ANCHUNDIA COBEÑA RONALD.docx (D104789199) Submitted by: e1311343428@live.uleam.edu.ec Receiver: cesar.alarcon.uleam@analysis.orkund.com	 1
SA	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / HERNANDEZ GARCIA MICHELLE.docx Document HERNANDEZ GARCIA MICHELLE.docx (D142524623) Submitted by: e1350504823@live.uleam.edu.ec Receiver: byron.coral.uleam@analysis.orkund.com	 2
SA	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / TESIS OSWALDO ANDRADE LISTA.docx Document TESIS OSWALDO ANDRADE LISTA.docx (D142609850) Submitted by: mariaj.alcivar@uleam.edu.ec Receiver: mariaj.alcivar.uleam@analysis.orkund.com	 1
SA	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / Proyecto de emprendimiento ANCHUNDIA COBEÑA RONALD.pdf Document Proyecto de emprendimiento ANCHUNDIA COBEÑA RONALD.pdf (D104015885) Submitted by: e1311343428@live.uleam.edu.ec	 1

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN POR EL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo de titulación sobre el tema:
**“PLATAFORMA DIGITAL ENFOCADA A LA ASESORÍA Y GUÍA PARA LOS
NUEVOS EMPRENDEDORES”**

Elaborado por el egresado Gustavo Adolfo Monge Toala, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones, emitidas por la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la carrera de la Administración de Empresas. Una vez discutidas y analizadas las posturas de los miembros del tribunal y previo al cumplimiento de los requisitos de la ley, se otorga la calificación de:

**ING. MOREIRA MOREIRA LUIS MARIO PHD.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

**LIC. ANTONIO MENDOZA BRIONES PHD.
MIEMBRO TRIBUNAL CALIFICADOR**

**ING. MACIAS GUADAMUD EMILIO.
MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, le agradezco a mis padres por haberme forjado como la persona que soy, por la paciencia, por enseñarme el camino de la vida y por siempre brindarme su apoyo incondicional para poder lograr todos mis objetivos tanto personales como académicos, ellos con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y jamás abandonarlas frente a los obstáculos. A mis abuelos, quienes han sido mi soporte, les agradezco por siempre estar en los momentos importantes, por darme ejemplo de superación, humildad y sacrificio. A mi tutor, gracias por la guía, los consejos y la dedicación, también agradezco aquellos docentes que fueron parte de mi camino universitario y que me transmitieron los conocimientos para hoy poder estar aquí.

Gustavo Monge Tóala

DEDICATORIA

Le dedico este logro a mis padres quienes han sido mis mejores guías de la vida, mis principios, mis valores, mi perseverancia y mi empeño se los debo a ustedes, al igual que muchos de mis logros incluido este. A mis abuelos, porque esta tesis es el resultado de lo que me han enseñado de la vida. A mis hermanos y demás familia en general por haber confiado en mí y por el apoyo brindado día a día.

Gustavo Monge Tóala

INDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN POR EL TRIBUNAL	4
AGRADECIMIENTOS	5
DEDICATORIA	6
INDICE GENERAL	7
1. Descripción Del Proyecto	13
1.1 Objetivos Del Proyecto	13
1.1.1 Objetivo General.....	13
1.1.2 Objetivos Específicos.....	13
1.2 Justificación Del Proyecto.....	13
1.2.1 Justificación Teórica	13
1.2.2 Justificación Practica	14
1.2.3 Justificación Metodológica	14
1.3 Delimitación Del Proyecto	14
1.3.1 Delimitación Geográfica.....	14
1.3.2 Delimitación Temporal.	15
1.3.3 Delimitación Social.....	15
1.4 Planteamiento Estratégico	15
1.5 Nombre De La Empresa y Logo	15
1.6 Logo y Eslogan.....	16
1.7 Misión.....	16
1.8 Visión	16
1.9 Valores Empresariales.....	16
1.10 Análisis Interno Del Proyecto	17
1.11 Modelo Canvas.....	18
2. Estudio De Mercadotecnia	19
2.1 Análisis Externo	19
2.2 Segmento De Mercado.....	20
2.3 Análisis de la demanda.....	20
2.4 Población de estudio.....	21
2.5 Tamaño de la muestra	21
2.6 Marketing Mix.....	29

2.7	Análisis Competitivo Porter	30
2.8	Descripción Del Producto	32
	Gráfico 1 Descripción del producto.....	32
	Gráfico 2 Descripción del producto.....	33
2.9	Análisis comparativos con productos similares.	34
3.	Estudio Técnico	35
3.1	Realización Del Bosquejo De Trabajo.....	35
	Gráfico 3 Ubicación de la sede	35
	Gráfico 4 Bosquejo área de trabajo.....	36
3.2	Listado de máquinas, equipos y herramientas.....	38
3.3	Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo.....	38
3.4	Listado de los proveedores.....	38
4.	Estudio organizacional.....	39
4.1	Organigrama estructural y funcional.....	39
4.2	Funciones según las responsabilidades de cada persona.....	40
4.3	Previsión De RRHH	41
5.	Estudio legal y societario	42
5.1	Marco legal.....	42
5.2	Requisitos para su legitimidad	42
5.3	Requisitos para un emprendimiento	44
6.	Estudio económico financiero.....	44
6.1	Estructura de costos y gastos.....	44
6.2	Proyección de ventas	45
6.3	Plan de Inversión	45
6.4	Líneas de financiamiento	45
6.1	Estado de Situación financiera Proyectado (5 años)	46
6.1	Estado de resultados proyectados (5 años).....	47
6.2	Flujo de caja proyectado (5 años)	48
7.	Evaluación financiera.....	48
7.1	VAN	48
7.1	TIR	48
7.2	Relación beneficio/costo (RBC).....	49

7.3 Razones financieras.....	49
7.4 Liquidez.....	49
7.5 Endeudamiento.....	49
7.6 Rentabilidad	50
8. Conclusiones y Recomendaciones.....	50
9. Bibliografía.....	51
10. Anexos	53

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis interno BSC	17
Tabla 2 Análisis Modelo Canvas	18
Tabla 3 Análisis FODA	19
Tabla 4 Análisis de segmentación de mercado	20
Tabla 5 Rango de edad.....	22
Tabla 6 Interés de negocio y emprendimiento	22
Tabla 7 Emprendedor.....	23
Tabla 8 Causas de fracaso.....	24
Tabla 9 Gestión de emprendimiento	25
Tabla 10 Herramientas e información de emprendimiento.....	26
Tabla 11 Posibilidades de emprender	26
Tabla 12 Nuevas tendencias y herramientas digitales	27
Tabla 13 Asesorías de negocio	28
Tabla 14 Análisis de marketing mix	29
Tabla 15 Análisis de competencia de mercado.....	31
Tabla 16 Análisis comparativo	34
Tabla 17 Criterios de evaluación	35
Tabla 18 Responsabilidades individuales	40
Tabla 19 Previsión de RRHH	41
Tabla 20 Estructura de costos y gastos	44
Tabla 21 Proyección de ventas	45
Tabla 22 Plan de inversión.....	45
Tabla 23 Líneas de financiamiento	45
Tabla 24 Plan de pago.....	46
Tabla 25 Estado de situación financiera	46
Tabla 26: Estado de resultados proyectados	47
Tabla 27: Flujo de Caja proyectado	48

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Descripción del producto.....	32
Gráfico 2 Descripción del producto.....	33
Gráfico 3 Ubicación de la sede.....	34
Gráfico 4 Bosquejo área de trabajo.....	35
Gráfico 5 Mapa de procesos general.....	35
Gráfico 6 Mapa de proceso de venta.....	37
Gráfico 7 Organigrama estructural y funcional	39

RESUMEN EJECUTIVO

El actual proyecto se realizó con el fin de poder cubrir una necesidad, en este caso evitar el fracaso de los nuevos emprendedores, plasmando un modelo de negocio innovador y diferente al resto, el poder monetizar esa necesidad vigente es lo que busca el negocio. Para la correcta ejecución del negocio se determinó un equipo organizacional donde se asignó responsabilidades, objetivos y metas buscando siempre un fin en común que es el éxito del negocio.

Nuestra plataforma digital va a ofrecer un servicio de asesorías general para los nuevos emprendedores, en el cual se van a tomar como indicadores la parte comercial, administrativa, operativa, contable y financiera. Los usuarios podrán ser asesorados por medio de la plataforma o de manera personalizada, brindándoles todas las herramientas y recursos para el éxito de su gestión, buscando siempre una total satisfacción, la manera de capitalizar nuestros servicios va a depender del plan que escoja nuestro cliente.

Los resultados que se proyectan en el negocio son muy buenos, porque se espera un mejoramiento continuo año a año. Nuestro segmento de mercado son personas que estén interesadas en negocios y emprendimiento por ende toda la planificación estratégica va dirigida a ese nicho de mercado, se buscara la fácil adaptación a las nuevas tendencias. El financiamiento para la ejecución del proyecto va a ser externo y propio, se proyecta un retorno de inversión muy bueno, el cual pueda cubrir la deuda y generar ganancias, se realizó un análisis interno y externo del proyecto para poder establecer todos los parámetros y modelos de operación, determinando siempre indicadores de gestión para poder medir la eficiencia y eficacia del negocio. toda la planificación se realizó con el fin de crear un negocio exitoso que busca la mejora continua y que genere ingresos.

1. Descripción Del Proyecto

1.1 Objetivos Del Proyecto

1.1.1 Objetivo General.

- Orientar en todo el proceso de creación, formación y ejecución del negocio para impedir su fracaso.

1.1.2 Objetivos Específicos.

- Implementar un estudio de mercado para poder definir nuestro cliente objetivo.
- Realizar un estudio técnico para mejorar la eficiencia y eficacia de la empresa.
- Elaborar un estudio organizacional para la correcta ejecución y distribución del trabajo en la empresa
- Determinar un estudio legal y societario para poder impedir factores legales que frenen la ejecución del negocio.
- Ejecutar un estudio económico y financiero para establecer la sostenibilidad y viabilidad del negocio.
- Evaluar la parte financiera del negocio para poder determinar la rentabilidad del proyecto.

1.2 Justificación Del Proyecto

1.2.1 Justificación Teórica.

El fracaso de diversos proyectos empresariales se debe a que en ocasiones muchas de estas empresas, no cuentan con un plan de negocios, presentan un déficit de formación y desarrollo de las habilidades por parte de los empresarios, escasa capacidad de producción, publicidad insuficiente, desconocimiento de cuál será su mercado objetivo, problemas para la comercialización, falta de liderazgo, y en general la causa más frecuente, un difícil acceso a financiamiento para la obtención de crédito. (Lozada, Valarezo, Salcedo, & Sotomayor, 2020)

El siguiente proyecto de emprendimiento es realizado con el fin de disminuir el fracaso en los emprendimientos que existe en la ciudad de Manta, brindándoles una asesoría y guía personalizada para los nuevos emprendedores, con el propósito de tratar de mejorar esa cifra, puesto que requiere de mucho conocimiento en distintas áreas, pero con una correcta guía se puede lograr tener éxito. En el país mayormente las personas que emprenden son desempleadas y el perfil en base al conocimiento que tienen este tipo de personas no es el adecuado para emprender, por ende, esto influye mucho al fracaso de sus emprendimientos, la capacitación continua a nuestros emprendedores va a permitir que la probabilidad de fracaso disminuya.

1.2.2 Justificación Practica.

El presente proyecto de emprendimiento se justifica en la práctica, porque muestra aspectos favorables para el fortalecimiento del emprendimiento en el país, debido a que nuestro proyecto va a brindar herramientas que los nuevos emprendedores van a poder utilizar para la ejecución de su proyecto, nuestra asesoría y guía personalizada les va permitir no desviarse de sus objetivos y metas, buscando siempre el mejoramiento continuo del proyecto.

1.2.3 Justificación Metodológica.

Para lograr la correcta ejecución y desarrollo del proyecto se utilizó una metodología cuantitativa, ya que se utilizaron encuestas para poder pedir el nivel de aceptación de nuestro proyecto en la población de estudio, y así poder aplicar un correcto plan estratégico.

1.3 Delimitación Del Proyecto

1.3.1 Delimitación Geográfica.

Este proyecto está dirigido para los habitantes de la ciudad de Manta en la Provincia de Manabí.

1.3.2 Delimitación Temporal.

El presente trabajo se comenzó a realizar en el año 2021 donde se procedió a un estudio previo para la correcta ejecución del proyecto, y se terminó en el año 2022, en todo ese lapsus de tiempo se determinó todos los factores que podrían afectar a su ejecución y también a la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

1.3.3 Delimitación Social.

Nuestro proyecto de emprendimiento está dirigido para los nuevos emprendedores o personas que recién estén comenzando su negocio en la ciudad de Manta, ellos son nuestro objeto de estudio, porque únicamente nosotros vamos a ofrecer herramientas, información y recursos específicamente para ellos.

1.4 Planteamiento Estratégico

1.5 Nombre De La Empresa y Logo

Un eslogan es una frase corta que se utiliza para promover la rápida identificación y memorización de los productos y servicios por los consumidores o compradores potenciales. Un eslogan exitoso es aquel que se queda en la memoria de los consumidores o usuarios potenciales y ayuda a que la marca, empresa, producto o servicio tengan un alto grado de notoriedad, es decir, facilitará que, por ejemplo, cuando busquen una categoría de productos sea esa la marca que les venga a la mente. (Puchalt, El poder del eslogan en el marketing, 2020)

El nombre de la empresa es **EMPRENDE Y APRENDE**, el cual fue elegido en base a el segmento de clientes que nosotros estamos escogiendo, para que ellos se sientan identificados con el nombre y el logo de la empresa.

1.6 Logo y Eslogan



“El aprendizaje de un emprendedor nunca acaba”.

1.7 Misión

“Llegar a posesionarnos en el mercado local teniendo la mayor cantidad de clientes satisfechos gracias a nuestros excelentes servicios y aportar al crecimiento social y económico de la ciudad de Manta”

1.8 Visión

“Ser la plataforma digital # 1 en asesoría empresarial del país, brindando los mejores métodos, recursos, conocimientos, herramientas y asesorías a nuestros clientes.”

1.9 Valores Empresariales

Transparencia: Nosotros les vamos a ofrecer a nuestros clientes total transparencia en los procesos que vayamos a seguir con ellos, así mismo con nuestro equipo de trabajo, nosotros buscamos la confianza de nuestros clientes y trabajadores gracias a la transparencia.

Libertad: nuestros colaboradores van a poder tener la completa libertad en opinar y expresarse, decir cómo se sienten ellos y que opinan de las decisiones que se están tomando en la empresa.

Puntualidad: La puntualidad es clave en nuestra empresa, ya que nosotros siempre vamos a hacer puntuales con nuestros clientes y colaboradores, para que ellos puedan ver que, si estamos comprometidos con ellos, así mismo esperamos que ellos sean recíprocos con nosotros.

Cercanía: la empresa busca desarrollar cercanía con los colaboradores y clientes, para poder tener mucha más confianza y sentido de pertenencia por parte de ellos.

Honestidad: El generar una buena reputación empresarial es gracia a la honestidad, por ende, en nuestra empresa ese es un valor que siempre se va a cumplir.

Generosidad: Nos comprometemos hacer generosos con nuestros clientes y colaboradores, mostrando ese lado colaborador y humano.

Responsabilidad: Nosotros buscamos ser muy responsables con nuestros clientes al momento de realizar los procesos, para que ellos vean que la empresa cumple y está comprometida.

1.10 Análisis Interno Del Proyecto

Tabla 1 Análisis interno BSC

ANÁLISIS INTERNO (BALANCED SCORECARD)			
	METAS	INDICADORES	INICIATIVAS
FINANCIERO	La empresa tiene como objetivo el mejorar año, año su generación de ingresos.	Estados financieros	Implementar facilidades de pagos y promociones para nuestros clientes.
CLIENTES	La empresa espera poder aumentar su captación de clientes en un 20% mensual.	Las campañas publicitarias lanzadas por medio de canales de difusión.	Desarrollar estrategias para la captación de clientes.

PROCESOS	Aumentar la eficiencia y eficacia en los procesos administrativos, comerciales y financieros en un 40%.	% de rapidez y calidad de los procesos evaluados por los clientes y colaboradores.	Implementar una cultura organizacional de mejora continua en los procesos.
APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL	Capacitar al personal de ventas en un 100%.	Números de certificados obtenidos en la capacitación.	Desarrollar asociación con una empresa de cursos en línea.

1.11 Modelo Canvas.

Tabla 2 Análisis Modelo Canvas

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> Instituciones educativas (empresariales) Profesionales especializados en el área de consultoría empresarial Programadores digitales. Soporte técnico Asociación con otras 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación que permitan medir el potencial del proyecto Capacitaciones que respondan a necesidades detectadas de nuestro cliente Armar un plan de acción de forma adecuada para la correcta ejecución de estrategias y procesos. Actualización constante de la plataforma e información que se ofrece. 	<p>“Somos una empresa que está comprometida con sus clientes, ofreciéndoles un excelente servicio en asesoría y guía para sus negocios, brindando siempre la información, recursos y herramientas más innovadores que existen en el mercado”.</p>	<p>Sera una relación directa y cordial, donde primará el logro de objetivos con un valor agregado.</p>	<p>Personas que quieren comenzar a emprender, pero no saben ¿cómo?</p>
	<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> Plataforma Web Equipo Comercial Personal especializado Recursos financieros 		<p>Canales</p> <p>Redes sociales, Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, WhatsApp, YouTube, Spotify.</p>	

plataformas educativas.	<ul style="list-style-type: none"> • Información para la creación de contenido 		Ventas B2B y B2C	
-------------------------	---	--	------------------	--

2. Estudio De Mercadotecnia

2.1 Análisis Externo

Tabla 3 Análisis FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos mercados tecnológicos. • Mayor conciencia e interés sobre el impacto de la tecnología actual y futura. • Es un mercado que está en crecimiento y todavía no ha sido explotado. • Poca innovación metodológica por parte de la competencia. • Un alto nivel de nuevos emprendedores en el mercado local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de plagio por parte de la competencia. • Fallas técnicas en los equipos tecnológicos. • Un nivel socioeconómico bajo en el país. • Que la banca privada y estatal no este ofreciendo créditos para emprendedores. • Hackeo de la plataforma. • Empresas internacionales con mayor posicionamiento y más experiencia en el mercado.

2.2 Segmento De Mercado

La segmentación de mercado se define como el proceso de dividir el mercado total para un producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos. Para ser eficaz, la segmentación debe crear grupos donde sus miembros tengan aficiones, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares, pero donde los grupos mismos sean diferentes entre sí. (Ferrell & Hartline, 2012)

Tabla 4 Análisis de segmentación de mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
PSICOGRAFICA	Intereses: Los negocios, economía, marketing, finanzas, administración, ventas.
CONDUCTUAL	Comportamiento: Que sean personas entusiastas, arriesgadas al cambio, tomen siempre la iniciativa, que sean líderes y que se adapten a las nuevas tendencias en negocios de la actualidad.
DEMOGRAFICA	Edad: 25-58 años Nivel Socioeconómico: Medio, Medio alto y alto
GEOGRAFICA	La ubicación geográfica va hacer en la ciudad de Manta, se va a tomar como población de estudio a los habitantes de las 5 parroquias urbanas de manta.

2.3 Análisis de la demanda

Las encuestas realizadas a la población de Manta tienen como propósito determinar el nivel de aceptación y demanda que va a tener nuestro negocio en la ciudad, los datos obtenidos en las encuestas serán analizados e interpretados para una correcta toma de decisiones, las mismas que contarán con preguntas para conocer el nivel de interés sobre emprendimiento y su disposición a

emprender; no obstante, con los datos obtenidos podremos saber cuáles son nuestros posibles clientes potenciales.

2.4 Población de estudio

En las encuestas se tomó como objeto de estudio a personas que vivan en las 5 parroquias urbanas de Manta: Manta, Los esteros, Tarqui, Eloy Alfaro y San Mateo. Estas encuestas van dirigidas únicamente a personas que estén interesadas en negocios y emprendimiento, que tengan un rango de edad mínimo de 24 años y máximo de 58 años, también que puedan tener la posibilidad de emprender; estos indicadores fueron utilizados para ser más exactos en los resultados y análisis de las encuestas.

2.5 Tamaño de la muestra

Para poder calcular el tamaño de la muestra se realizó la siguiente formula de estadística:

$$n = \frac{Z^2pqN}{NE^2 + Z^2pq}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza que tendrá la muestra. El 95%=0.95/2=0.4750=1.96

p= Probabilidad de ocurrencia = 0.5

q= Probabilidad de no ocurrencia. 1-0.5= 0.5

N= Tamaño de la población =

E= Es la precisión o el error = 5%

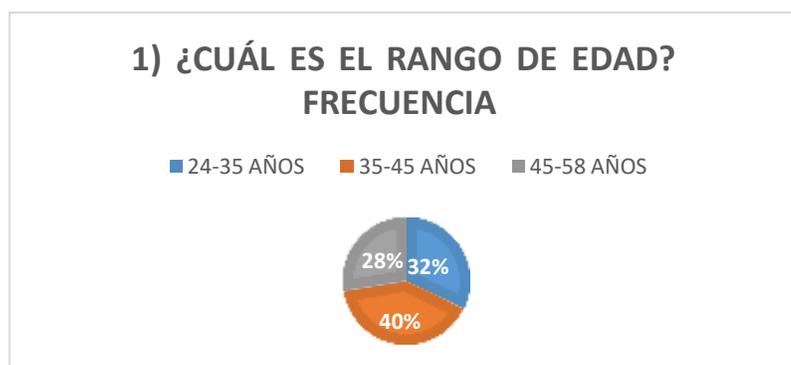
Se reemplaza los valores y se obtiene en tamaño de la muestra:

$$N = \frac{33150 * 1.96^2 (0.5)(0.5)}{0,05^2 (33150 - 1) + 1,96^2 (0.5)(0.5)} = 392 \text{ Encuestados}$$

Se realizo el análisis e interpretación de cada pregunta

Tabla 5 Rango de edad

1) ¿CUÁL ES EL RANGO DE EDAD?			
RANGO DE EDAD	FRECUENCIA	%	
24-35 AÑOS	126	32%	
35-45 AÑOS	158	40%	
45-58 AÑOS	108	28%	
TOTALES	392	100%	

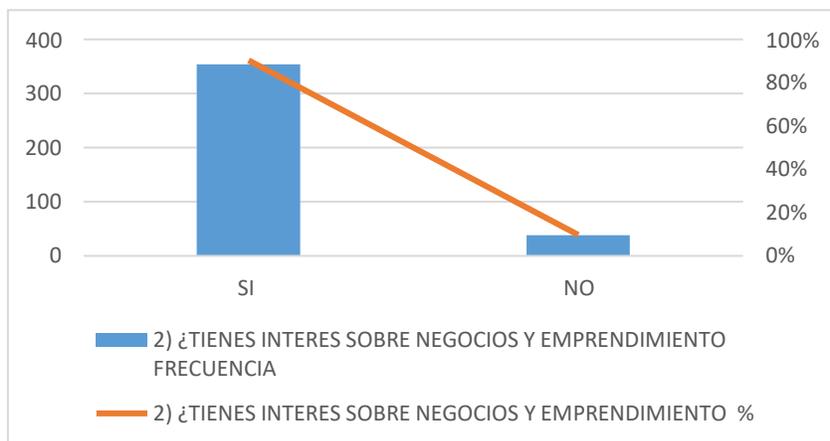


Análisis e interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos en el rango de edad lo más encuestados son los de 35 a 45 años y los menos encuestados son lo de 45 a 58 años y los que tienen un porcentaje medio son los de 24 a 35 años, siendo un total de 392.

Tabla 6 Interés de negocio y emprendimiento

2) ¿TIENES INTERES SOBRE NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTO			
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%	
SI	354	90%	
NO	38	10%	
TOTALES	392	100%	

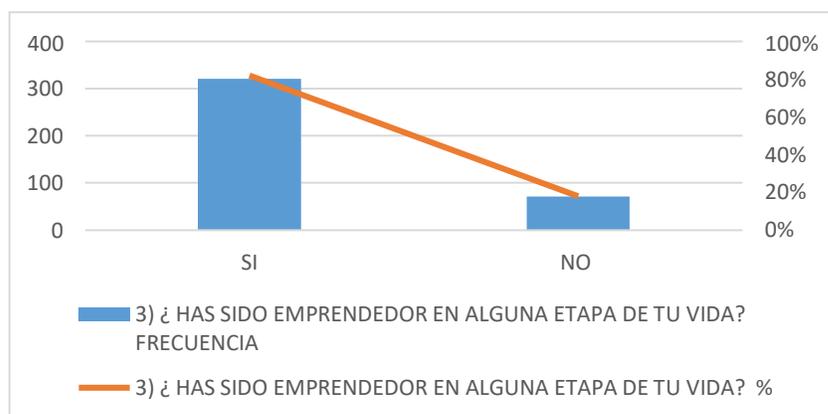


Análisis e interpretación

El 90% de los encuestados dijo que si tenía interés sobre temas de emprendimiento y negocios solo el 10% dijo que no tenía interés, esto es muy bueno, porque casi todos los encuestados tienen interés en nuestro tema de interés.

Tabla 7 Emprendedor

3) ¿HAS SIDO EMPRENDEDOR EN ALGUNA ETAPA DE TU VIDA?			
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%	
SI	321	82%	
NO	71	18%	
TOTALES	392	100%	

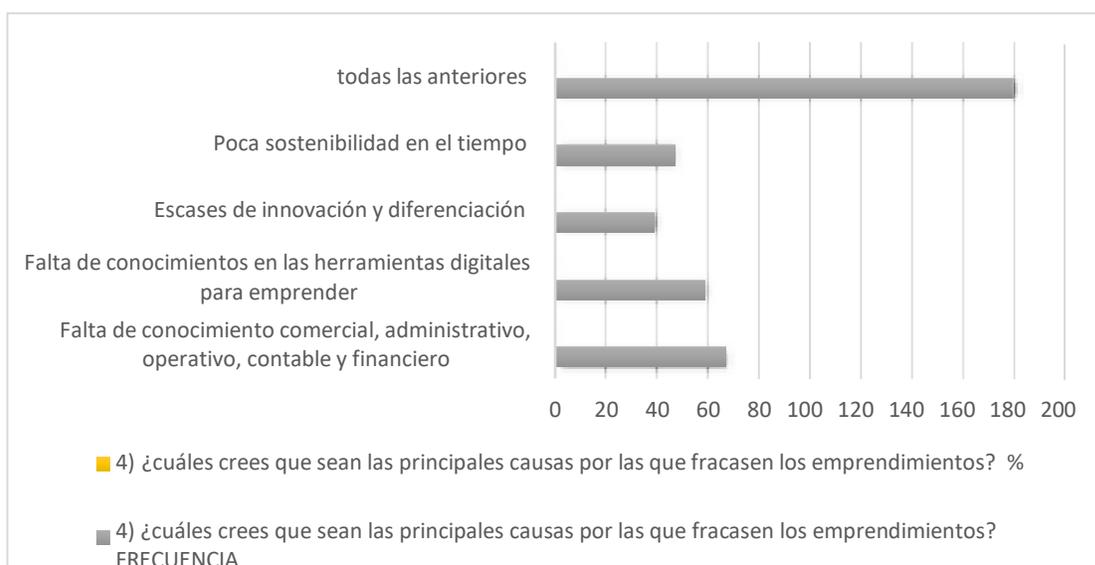


Análisis e interpretación

El 82% de los encuestados ha sido emprendedor en alguna etapa de su vida y solo el 18% no ha emprendido, esto nos dice que tenemos una población de estudio muy emprendedora y arriesgada al cambio.

Tabla 8 Causas de fracaso

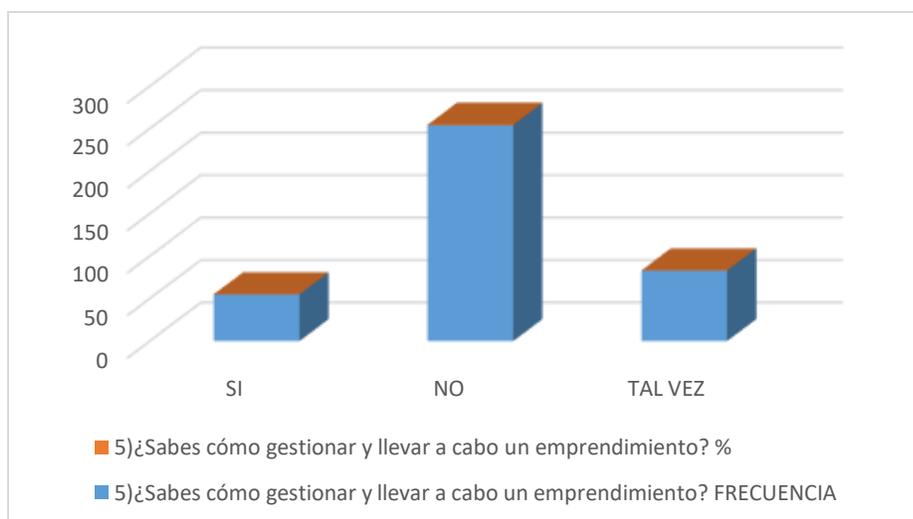
4) ¿cuáles crees que sean las principales causas por las que fracasen los emprendimientos?		
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Falta de conocimiento comercial, administrativo, operativo, contable y financiero	67	17%
Falta de conocimientos en las herramientas digitales para emprender	59	15%
Escases de innovación y diferenciación	39	10%
Poca sostenibilidad en el tiempo	47	12%
todas las anteriores	180	46%
TOTALES	392	100%



Analizando las opciones de respuesta el 46% sabe que para poder emprender se necesita conocer de diferentes áreas, por ende, escogieron todas las anteriores, el resto de los porcentajes se dividen en las opciones de respuesta, porque respondieron en base a su conocimiento y creencia, la opción de respuesta con menor porcentaje fue escasas de innovación y diferenciación con un 10%.

Tabla 9 Gestión de emprendimiento

5)¿Sabes cómo gestionar y llevar a cabo un emprendimiento?			
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%	
SI	55	14%	
NO	254	65%	
TAL VEZ	83	21%	
TOTALES	392	100%	



Análisis e interpretación

El 65% de los encuestados cree que no puede gestionar y llevar a cabo un emprendimiento, solo el 14% cree si poder llevar a cabo y el 21% está en duda, esto nos demuestra el poco índice de conocimiento y gestión para emprender

Tabla 10 Herramientas e información de emprendimiento

6) ¿Te gustaría recibir asesorías, herramientas e información para poder emprender?			
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%	
SI	388	99%	
NO	4	1%	
TOTALES	392	100%	

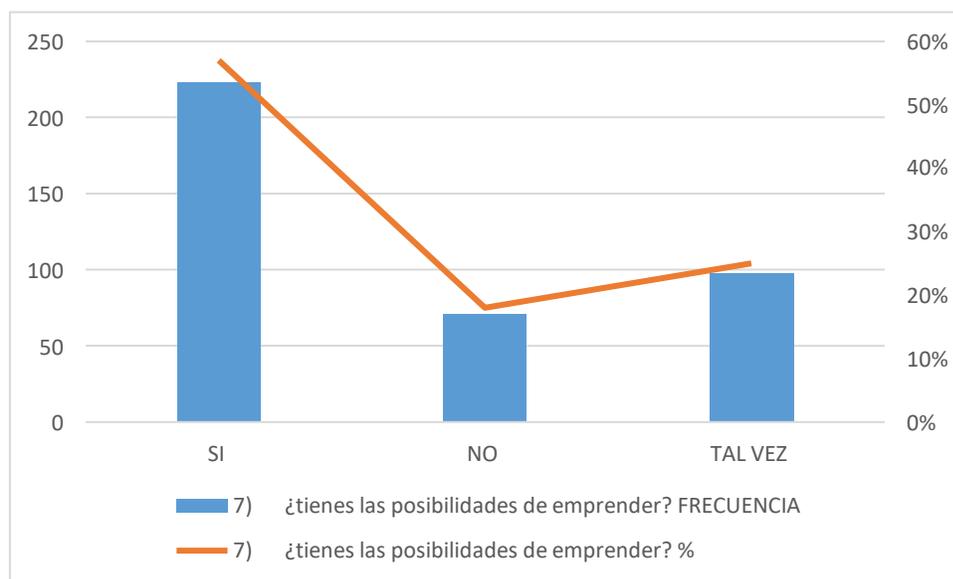


Análisis e interpretación

El 99% de los encuestados nos dice que si le gustaría recibir asesorías, herramientas e información para emprender y solo el 1% dijo que no le gustaría, esto nos demuestra que la población de estudio si está interesada por recibir la adecuada capacitación para poder emprender.

Tabla 11 Posibilidades de emprender

7) ¿tienes las posibilidades de emprender?			
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%	
SI	223	57%	
NO	71	18%	
TAL VEZ	98	25%	
TOTALES	392	100%	

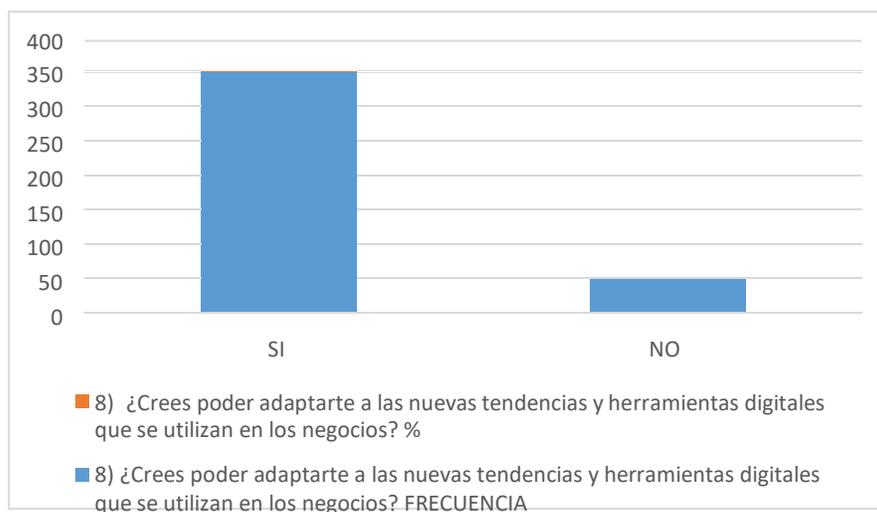


Análisis e interpretación

El 57% de los encuestados si tiene la posibilidad de emprender, el 25% cree que si puede emprender y solo el 18% cree no poder tener la posibilidad de emprender.

Tabla 12 Nuevas tendencias y herramientas digitales

8) ¿Crees poder adaptarte a las nuevas tendencias y herramientas digitales que se utilizan en los negocios?			
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%	
SI	349	89%	
NO	43	11%	
TOTALES	392	100%	

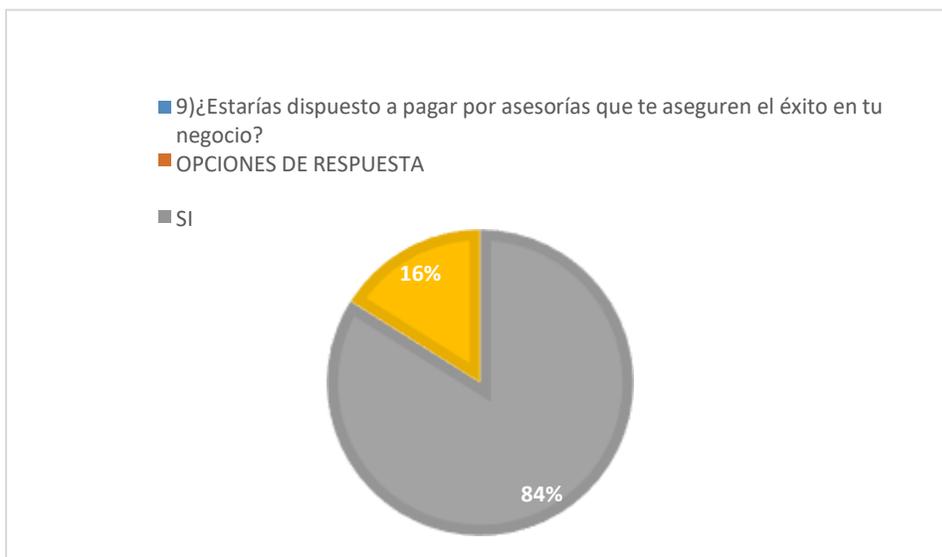


Análisis e interpretación

El 89% si está dispuesto adaptarse a las nuevas tendencias y herramientas digitales que te exigen los negocios, este resultado es muy debido a que este porcentaje si está dispuesto a cambiar y adaptarse a las nuevas tecnologías, esto nos demuestra que, si se adaptan nuestra plataforma, solo el 11% nos arroja un resultado negativo.

Tabla 13 Asesorías de negocio

9) ¿Estarías dispuesto a pagar por asesorías que te aseguren el éxito en tu negocio?			
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%	
SI		329	84%
NO		63	16%
TOTALES		392	100%



Análisis e interpretación

Esta fue una de las preguntas más importantes en las encuestas, porque demostraría si nuestro segmento de mercado estaría dispuesto a comprar nuestro servicio, los resultados fueron

muy positivos el 84% de los encuestados dijo que si estarían dispuesto a pagar por asesorías que te aseguren el éxito en su negocio y solo el 16% dijo que no estaría de acuerdo con el pago.

2.6 Marketing Mix

Marcial (2015) define al marketing mix como:

La mezcla de cuatro elementos que van a suponer la efectiva ejecución de una estrategia de marketing. Su papel en este es crucial ya que en esencia se trata de crear productos y servicios que satisfagan a los consumidores de forma tal que el precio, distribución y promoción se conciban como un todo. El marketing mix se estructura en base a dos modelos esencialmente, el tradicional y el ampliado por lo que resulta conveniente adoptar un enfoque con relación a los ingredientes que integran el mix así como, realizar una breve reflexión sobre las implicaciones metodológicas de este concepto. (págs. 64-78)

Tabla 14 Análisis de marketing mix

MARKETING MIX	
PRODUCTO O SERVICIO	El servicio que ofrecemos es una plataforma digital enfocada a la asesoría y guía para los nuevos emprendedores, recibirán una orientación en las áreas administrativas, comercial, operacional, contable y financiera, para la correcta ejecución del proyecto, también se les ayudara a implementar estrategias y procesos tomando en cuenta esos 5 indicadores, en nuestra plataforma nos podrán especificar el tipo de negocio que desean desarrollar y nosotros lo evaluaremos para ver si es rentable y sostenible, nuestro valor agregado a comparación de la competencia es que ofreceremos herramientas, recursos e información por medio de la plataforma o de forma personalizada, estos recursos en general les ayudaran a mejorar su negocio o comenzar uno nuevo, el primer contacto de los clientes va hacer con la plataforma la cual les va guiar en la ejecución de su proyecto, siempre con nuestra supervisión.

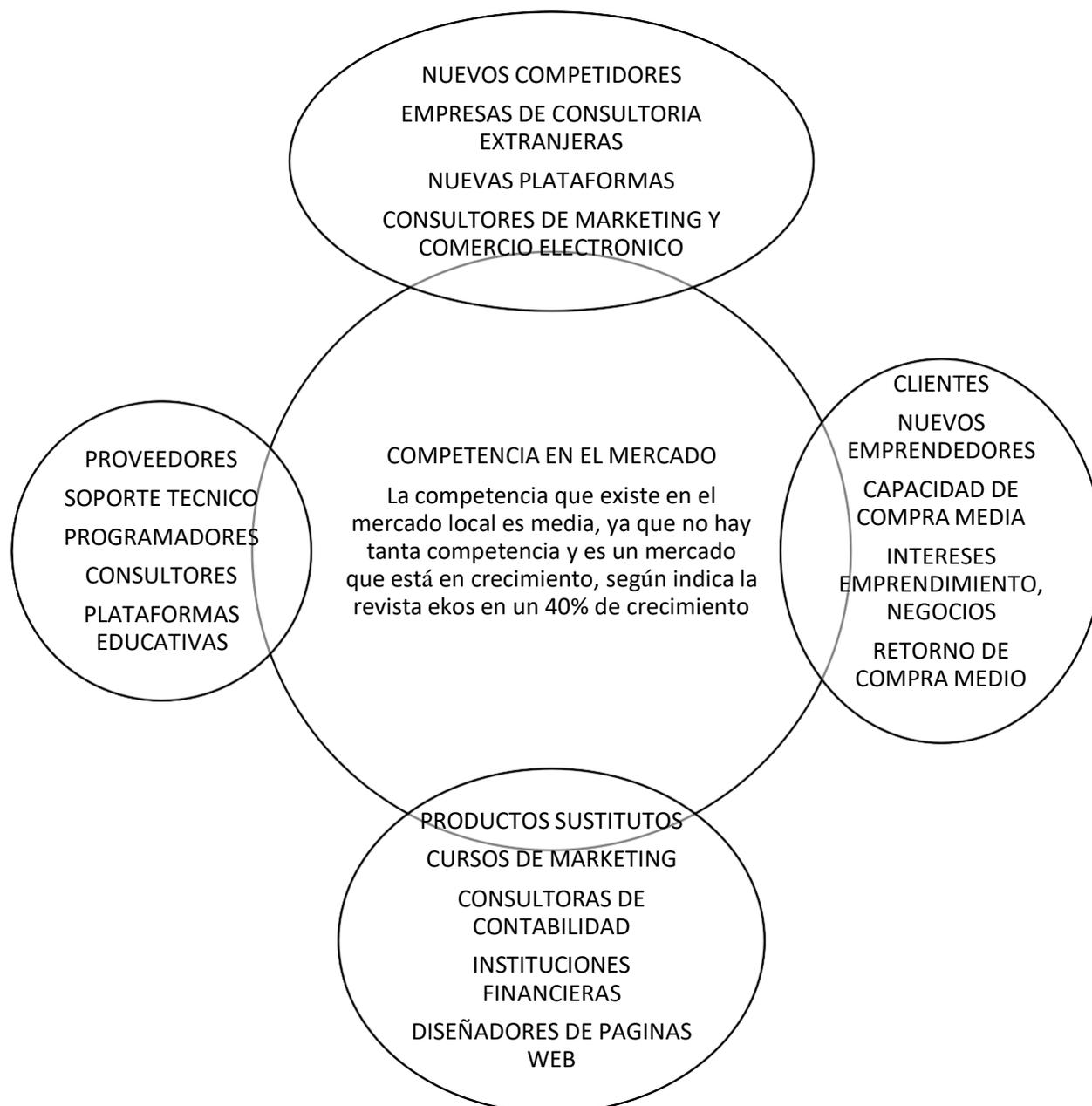
PRECIO	<p>El precio que vamos a manejar es muy accesible y tenemos un aspecto diferenciador como valor agregado, ya que para poder establecer el precio realizamos un estudio previo, tomando como referencia a la competencia y el poder de adquisición de nuestros clientes.</p> <p>Mensual</p> <p>Suscripción normal: 90\$</p> <p>Suscripción personalizada: 125\$</p> <p>Suscripción personalizada premium: 145\$</p> <p>Trimestral</p> <p>Suscripción normal: 80\$</p> <p>Suscripción personalizada: 115\$</p> <p>Suscripción personalizada premium: 135\$</p> <p>Semestral</p> <p>Suscripción normal: 75\$</p> <p>Suscripción personalizada: 110\$</p> <p>Suscripción personalizada premium: 130\$</p> <p>Los precios fueron debidamente analizados en comparación a nuestra competencia (Plataformas, cursos de Marketing, Institutos educativos)</p>
PROMOCIÓN	<p>Los canales de promoción de nuestro producto de vamos a utilizar son las redes sociales, Facebook, Instagram, Tik Tok, LinkedIn, WhatsApp, YouTube, Spotify, revistas, radios, Portal Web, blogs, y también ferias, vallas publicitarias y volantes.</p>
PLAZA	<p>Nuestro negocio va a estar dirigido para la ciudadanía de Manta, pero en un futuro ofreceremos nuestros servicios a toda la provincia de Manabí.</p>

2.7 Análisis Competitivo Porter

El modelo de las 5 fuerzas, ampliamente usado por directivos en todo el mundo, permite analizar el entorno competitivo de una industria, por lo que se trata de una herramienta fundamental a la hora de comprender la estructura competitiva de la misma. Esta herramienta de análisis simple

y eficaz permite identificar la competencia de una empresa, así como entender en qué medida esta es susceptible de reducir su capacidad de generar beneficio. (Michaux, 2020)

Tabla 15 Análisis de competencia de mercado



ANÁLISIS:

Después de analizar las 5 fuerzas de Porter en nuestro negocio podemos llegar a la conclusión de que tenemos una ventaja competitiva la cual nos va ayudar a marcar un aspecto diferenciador con nuestros competidores, porque es un mercado que está en crecimiento y existe una competencia local muy poco innovadora, los productos sustitutos no son específicos para el tipo de cliente en este mercado, los competidores más fuertes que tenemos son empresas extranjeras, pero locales muy poco, ya que no cuentan con todos los requerimientos que deseen los clientes

2.8 Descripción Del Producto

Gráfico 1 Descripción del producto

EMPRENDE Y APRENDE
"El aprendizaje de los empresarios como nunca"

Inicio Comunidad Información Contacto

¿Qué te ofrece Emprende y Aprende?

- Asesoría para nuevos emprendedores
Aplica los planes de estrategia y genera el presupuesto
- Definir tus ideas de negocio y llevarlas a cabo
- Crear negocios sostenibles y variables en el tiempo

Información para emprendedores

- 10 Herramientas digitales que puedes usar gratis para tu negocio
- 10 Tendencias en negocio
- 10 Estrategias comerciales para tu negocio
- 10 Formas de hacer crecer tu negocio
- 10 Formas de evitar fracasos en tu negocio

Nota: Elaboración Propia

Descripción

El primer paso para poder ingresar a nuestra plataforma es iniciar sesión o crearse una cuenta, en la parte principal vas a encontrar lo que te ofrecemos e información extra, también el acceso a la comunidad emprendedora y como nos puedes contactar para recibir una capacitación de la plataforma y los planes que ofrecemos

Gráfico 2 Descripción del producto

The screenshot displays the 'EMPRENDE Y APRENDE' platform interface. At the top, there is a navigation bar with the logo, a search bar for 'Ideas' (Buscar ideas de negocios), a notifications bell icon, and a user profile for 'Rememora Quintero Monte'. The main content is divided into two sections:

1 Tipo de Negocio

- Industrial
- Comercial
- Servicios
- Otros

Below these buttons, there is a text input field labeled 'Describe tu negocio' and a placeholder 'Cuéntanos más acerca de tu negocio...'. A comment box for the 'Comunidad Emprendedora' is also visible.

2 Departamentos

Comercial	Administrativo	Operativo	Financiero
<ul style="list-style-type: none"> Creación y diseño de la marca Plan de Marketing PUBLICIDAD Plan de ventas Indicadores de gestión Variables marketing mix 	<ul style="list-style-type: none"> Método Lanza FODA Balance score card Recursos Humanos Organograma estructural y funcional Indicadores de gestión 	<ul style="list-style-type: none"> Eficiencia/Eficacia Producción Transporte/Logística Entrega/Ventila Tiempo/Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> Costo unitario de producción Estructura de costos y gastos Proyección de ventas Plan de Inversión Línea de financiamiento Flujo de caja proyectado Estado de resultados proyectados Estado de situación financiera proyectado VAN TIR Relación beneficio/costo (B/C) Razones financieras Liquidez Endeudamiento Sostenibilidad

Below the departmental lists, there are three purple buttons with the following text:

- Las Nuevas tendencias en Negocios!
- Los negocios con más potencial en el futuro!
- Los negocios más estables en la actualidad.

The footer contains 'About us - Contact us', 'Copyright 2022. All rights reserved Emprende y Aprende.', and social media icons for Facebook and Twitter.

Nota: Elaboración Propia

Descripción

Después de ingresar vas a poder elegir tu tipo de negocio ya sea comercial, industrial, de servicios u otros, también lo vas a poder describir, ya que en base a eso la plataforma se encargara de enviarte la información, herramientas y material de capacitación para tu tipo de negocio, la asesoría se divide en 5 departamentos, comercial, administrativo, operativo, contable y financiero, cada uno de estos departamentos lleva su material de estudio (videos explicativos, libros, artículos, herramientas digitales, matrices, procesos y estructuras) con un temario específico para cada área, tomando los puntos más importantes y relevantes de cada departamento, para así asegurar el éxito en la gestión general del negocio.

2.9 Análisis comparativos con productos similares.

LA EMPRESA NEXT U

Tabla 16 Análisis comparativo

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	EXCELENTE	BUENO	INTERMEDIO	MALO
ATENCIÓN AL CLIENTE			X	
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE		X		
CALIDAD DE LA INFORMACIÓN		X		
TUTORÍAS PERSONALIZADAS			X	
EXPERIENCIA DE LA ASESORÍA			X	
RESPALDO DE LA EMPRESA CON EL CLIENTE.			X	

EXPERIENCIA CON LA PLATAFORMA		X		
-------------------------------	--	---	--	--

LA EMPRESA PLATZI

Tabla 17 Criterios de evaluación

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	EXCELENTE	BUENO	INTERMEDIO	MALO
ATENCIÓN AL CLIENTE		X		
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	X			
CALIDAD DE INFORMACIÓN	X			
TUTORIAS PERSONALIZADAS		X		
EXPERENCIA DE LA ASESORIA		X		
RESPALDO DE LA EMPRESA CON EL CLIENTE.			X	
EXPERIENCIA CON LA PLATAFORMA		X		

Nota: Elaboración propia

3. Estudio Técnico

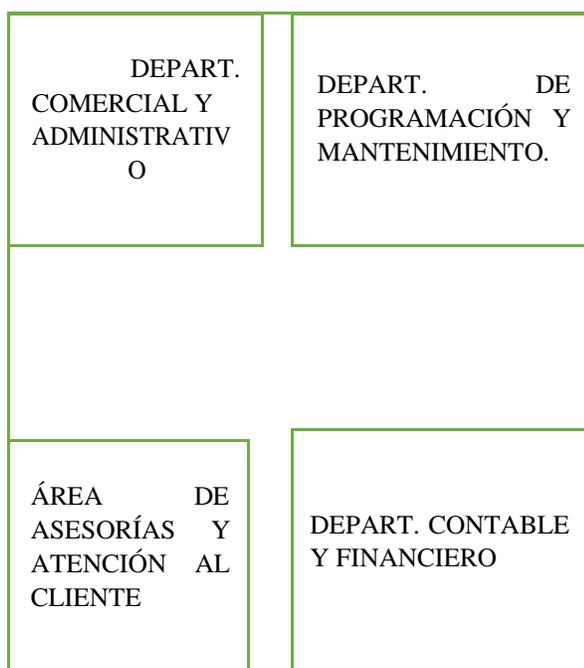
3.1 Realización Del Bosquejo De Trabajo

Su sede se encuentra en la vía Montecristi, Manta, urbanización Montecristo, manzana f casa 23.

Gráfico 3 Ubicación de la sede



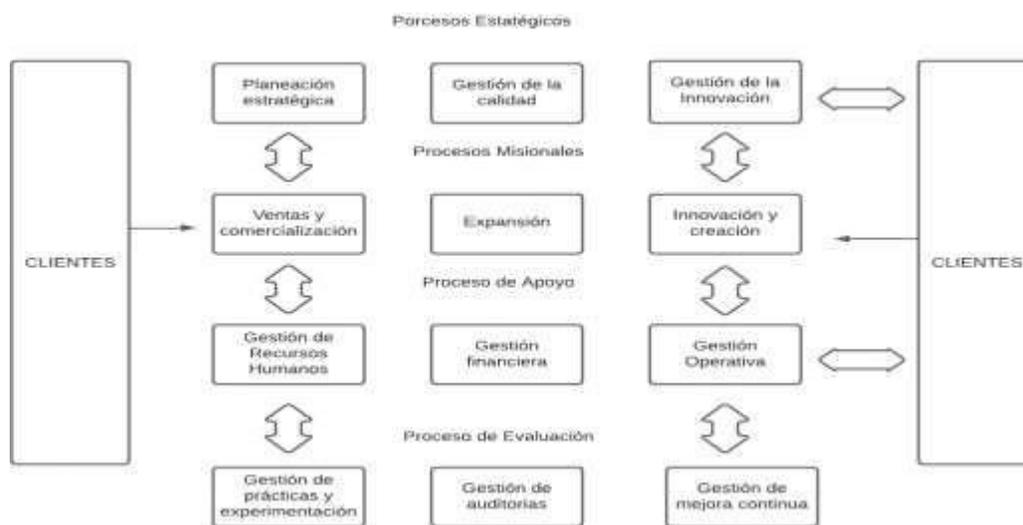
Gráfico 4 Bosquejo área de trabajo

**Nota: Elaboración Propia**

Cada departamento y área fueron distribuidos y ordenados para la correcta ejecución de las funciones asignadas a nuestros colaboradores, se realizó un estudio previo para poder dividir las áreas de trabajo y así asegurar la eficiencia y eficacia en cada área.

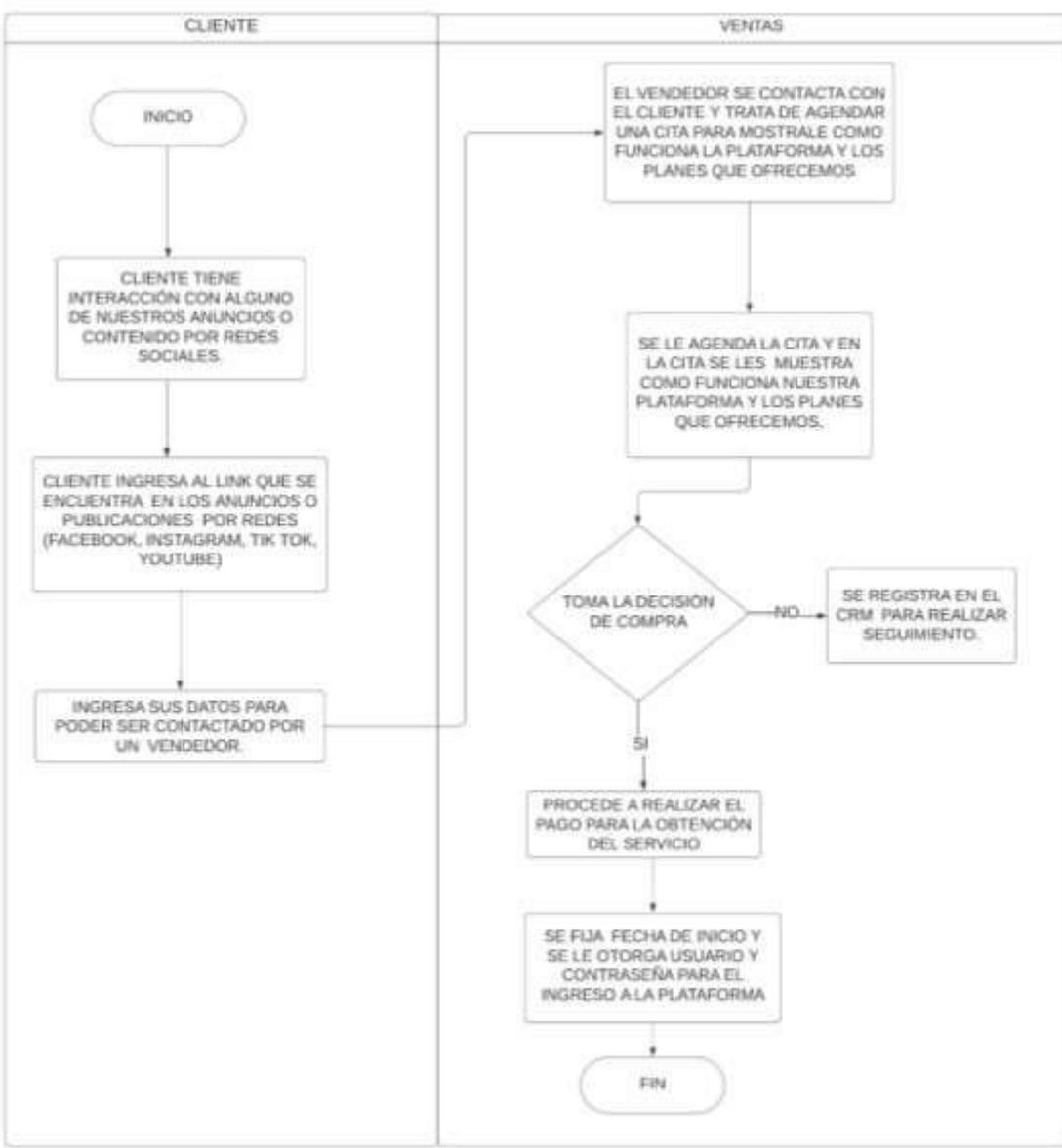
3.2 Diagrama De Procesos**Mapas de procesos general**

Gráfico 3 Mapa de procesos general

**Nota. Elaboración propia**

Proceso de venta

Gráfico 4 Mapa de proceso de venta



Nota: Elaboración propia.

3.2 Listado de máquinas, equipos y herramientas

- Computadoras
- Impresora
- Proyectores
- Teléfono
- Escritorio
- Sillas, mesas

3.3 Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo.

- 3 laptops
- 1 proyector
- 2 mesas y 4 sillas
- 1 impresora
- 1 teléfono

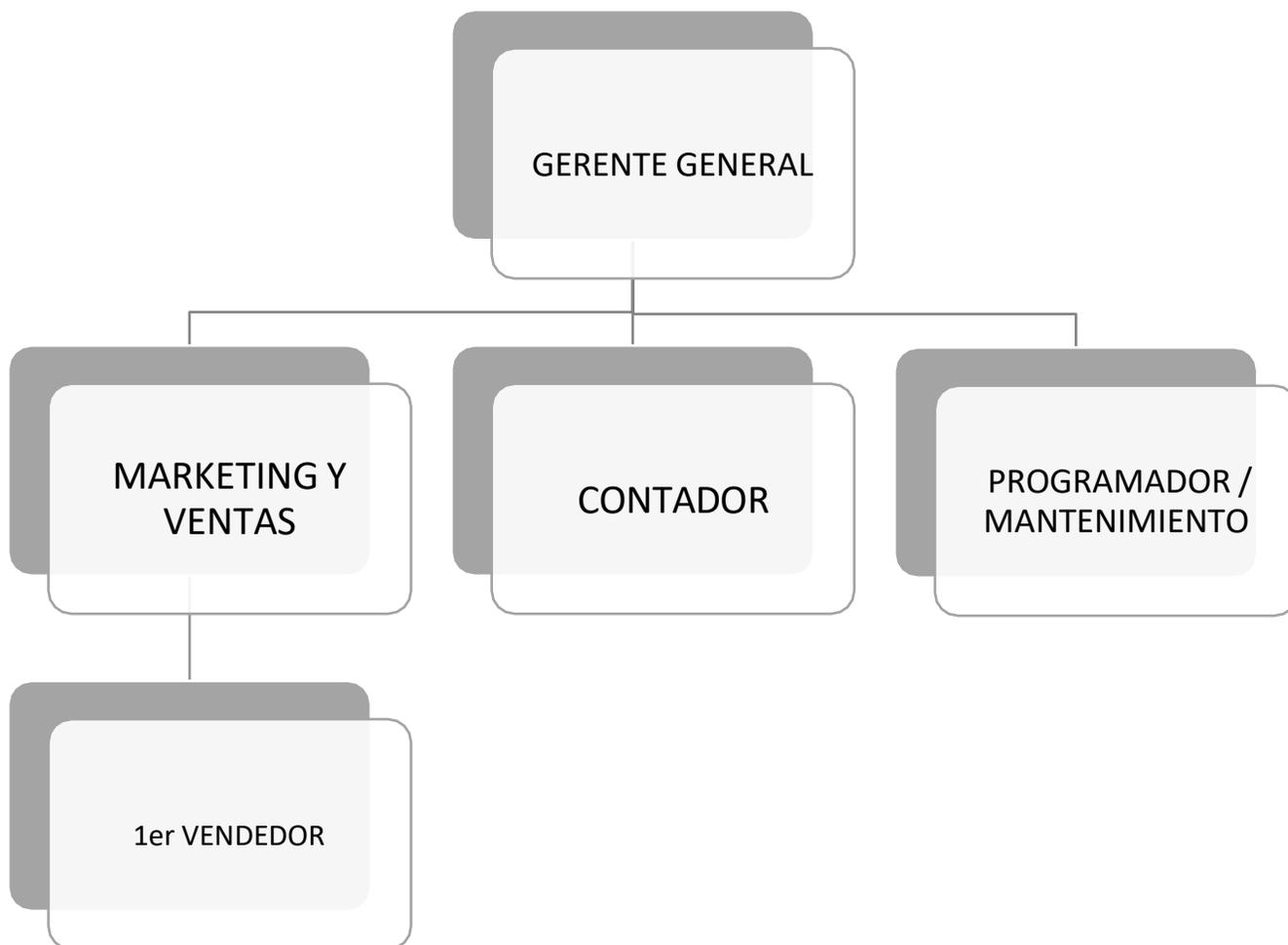
3.4 Listado de los proveedores

- Soporte técnico
- Plataformas educativas
- Programadores
- Cursos en línea
- Consultores externos
- Servicio de internet

4. Estudio organizacional

4.1 Organigrama estructural y funcional

Gráfico 5 Organigrama estructural y funcional



4.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona

Tabla 18 Responsabilidades individuales

CARGO	Director General
RESPONSABILIDADES	Supervisar los demás departamentos
FUNCIONES	Direccionar y asesorar a los demás colaboradores
DEPARTAMENTO QUE PERTENECE	Gerencia
LA JERARQUÍA (Sobre quien manda)	Jefe de la empresa

CARGO	Marketing y ventas
FUNCIONES	Generar todos los planes de marketing y ventas.
DEPARTAMENTO QUE PERTENECE	Comercial
LA JERARQUÍA (Sobre quien manda)	1er Vendedor

CARGO	Vendedor
FUNCIONES	Ejecutar los planes de ventas, asesorar y atender a los clientes
DEPARTAMENTO QUE PERTENECE	Comercial

CARGO	Programador/ Mantenimiento
RESPONSABILIDADES	Mejorar la plataforma digital
FUNCIONES	Actualizar y colgar información en la plataforma y realizar el mantenimiento del equipo de computación
DEPARTAMENTO QUE PERTENECE	Programación y Mantenimiento

CARGO	Contador
RESPONSABILIDADES	Llevar todas las cuentas de la empresa

FUNCIONES	Presentar todos los planes financieros y contables de la empresa.
DEPARTAMENTO QUE PERTENECE	Contabilidad y finanzas
LA JERARQUÍA (Sobre quien manda)	Logística y atención al cliente

4.3 Previsión De RRHH

El Plan de Previsión del Recurso Humano, tiene por objeto diseñar estrategias de planeación anual, técnica y económica que permita establecer la disponibilidad de personal en capacidad de desempeñar exitosamente los empleos de la entidad, siendo uno de los instrumentos más importantes en la administración y gerencia del talento humano con el que se podrá cubrir las necesidades de la planta de personal. (Camacho, 2021)

Tabla 19 Previsión de RRHH

PREVISIÓN DE RRHH					
AÑOS	1	2	3	4	5
SUELDOS					
	\$	\$	\$	\$	\$
GERENTE GENERAL	700,00	735,00	771,75	810,34	850,85
MARKETING	\$	\$	\$	\$	\$
/VENTAS	550,00	577,50	606,38	636,69	668,53
	\$	\$	\$	\$	\$
VENDEDOR	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75
	\$	\$	\$	\$	\$
CONTADORA	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75
	\$	\$	\$	\$	\$
PROGRAMADOR	550,00	577,50	606,38	636,69	668,53
TOTALES	\$ 2.800,00	\$ 2.940,00	\$ 3.087,00	\$ 3.241,35	\$ 3.403,42

Nota: Elaboración Propia

Se realizó la previsión de recursos humanos a nuestros colaboradores, mostrando su sueldo anual y proyectado a 5 años con una subida anual de un 5%, y el total del gasto en sueldo por cada año.

5. Estudio legal y societario

5.1 Marco legal

Emprende y Aprende se constituye como una empresa de responsabilidad limitada.

Según el Banco Mundial iniciar un negocio en el Ecuador requiere por lo menos catorce tramites, que incluyen desde un certificado de depósito en un banco hasta registro en la Superintendencia de Compañías, SRI, Cámara de Comercio, Registro Mercantil, Seguridad Social, Ministerio de Trabajo y Municipio. Para realizar estos trámites se requiere aproximadamente sesenta y nueve días hábiles dependiendo el giro comercial de la misma que en algunos casos se aumentaría la tramitología antes descripta (Flores, 2018).

5.2 Requisitos para su legitimidad

Para lograr la legitimidad de la empresa, se debe corresponder los pasos siguientes:

1. Debe decidir qué tipo de compañía se va a constituir.
2. Escoger el nombre de su empresa.
3. Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
4. Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es 400 dólares y para S. A. es 800 dólares).
5. Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía (se puede realizar en cualquier notaría).
6. Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
7. Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas).

8. Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares de este.
9. Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
10. Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
11. Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de estos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.
12. Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
13. Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
14. Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento de este, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliarse a sus trabajadores.
15. Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos. (Library, 2022)

5.3 Requisitos para un emprendimiento.

1. Inscribirse en el Ruc
2. Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI en todas sus ventas.
3. Llevar contabilidad o un registro de ingresos y gastos.
4. Presentar declaraciones de impuestos y pagar sus impuestos a tiempo. (SRI, s.f.)

6. Estudio económico financiero

6.1 Estructura de costos y gastos

Tabla 20 Estructura de costos y gastos

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS					
AÑOS	1	2	3	4	5
A. COSTOS					
COSTOS DE VENTAS 60% DE LA VENTA	\$ 79.200,00	\$112.320,00	\$151.200,00	\$178.200,00	\$206.460,00
B GASTOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 33.600,00	\$ 35.280,00	\$ 37.044,00	\$ 38.896,20	\$ 40.841,01
GASTOS DE VENTA	\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30
SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 180,00	\$ 198,00	\$ 217,80	\$ 239,58	\$ 263,54
GASTOS FINANCIEROS	\$ 120,00	\$ 132,00	\$ 145,20	\$ 159,72	\$ 175,69
SUBTOTAL DE GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 36.900,00	\$ 40.590,00	\$ 44.649,00	\$ 49.113,90	\$ 54.025,29
TOTAL DE COSTOS + GASTOS	\$116.100,00	\$152.910,00	\$195.849,00	\$227.313,90	\$260.485,29

Se presenta la estructura de costos y gastos, con un costo de ventas del 60% y un incremento anual de los gastos administrativos en un 5%, siendo así un total de costos y gastos en el primer año de \$116.100,00.

6.2 Proyección de ventas

Tabla 21 Proyección de ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS					
AÑOS	1	2	3	4	5
# DE CLIENTES	\$ 1.320,00	\$ 1.560,00	\$ 1.800,00	\$ 1.980,00	\$ 2.220,00
PROMEDIO DE COMPRAS	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 140,00	\$ 150,00	\$ 155,00
TOTAL DE VENTAS	\$132.000,00	\$187.200,00	\$252.000,00	\$297.000,00	\$344.100,00

Nuestra proyección de ventas en el primer año de \$132.000 y en el quinto año de \$344.100, nos proyectamos a mejorar cada año la rentabilidad de nuestro negocio.

6.3 Plan de Inversión

Tabla 22 Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN	
	VALOR
FIJAS	
VEHÍCULOS	\$ 4.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 3.000,00
SOFTWARE	\$ 5.000,00
SUBTOTAL DE INVERSIONES FIJAS	\$ 12.000,00
DIFERIDAS	
COSTOS Y ESTUDIOS DEL PROYECTO	\$ 150,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 100,00
MATERIALES DE OFICINA	\$ 50,00
PLATAFORMA WEB Y DOMINIO	\$ 400,00
SUBTOTAL INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 700,00
CAPITAL DE TRABAJO	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.800,00
GASTOS DE VENTA PUBLICIDAD	\$ 250,00
SUBTOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 3.050,00
TOTALDE INVERSIÓN	\$ 15.750,00

6.4 Líneas de financiamiento

Tabla 23 Líneas de financiamiento

PROPIO	PRESTAMO
\$ 5.750,00	\$ 10.000,00
37%	63%

Tabla 24 Plan de pago

PLAN DE PAGO	
1 AÑO	2463,12
2 AÑOS	2463,12
3 AÑOS	2463,12
4 AÑOS	2463,12
5 AÑOS	2463,12
TOTAL A PAGAR	12315,6

6.1 Estado de Situación financiera Projectado (5 años)

Tabla 25 Estado de situación financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO CORRIENTE	
CAJA	\$ 120,00	CUENTA POR PAGAR LP	\$ 10.000,00
BANCOS	\$ 2.800,00		
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 3.000,00	CAPITAL SOCIAL	\$ 5.750,00
SOTWARE	\$ 5.000,00		
VEHÍCULO	\$ 4.000,00		
ACTIVOS DIFERIDOS			
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 180,00		
PLATAFORMA WEB Y DOMINIO	\$ 400,00		
COSTOS Y ESTUDIOS DEL PROYECTO	\$ 150,00		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 100,00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 15.750,00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 15.750,00

La línea de financiamiento es del 37% (\$5.750) propio y el 63% (\$10.000) financiado por el Banco de Machala con una cuota mensual de \$205,26 por 5 años con una tasa de interés del 8,98% y un total a pagar de la deuda de \$12.315,6.

6.1 Estado de resultados proyectados (5 años)

Tabla 26: Estado de resultados proyectados

ESTADOS DE RESULTADOS					
AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$132.000,00	\$187.200,00	\$252.000,00	\$297.000,00	\$344.100,00
COSTO DE VENTA	\$ 79.200,00	\$ 99.360,00	\$126.000,00	\$151.200,00	\$178.560,00
UTILIDAD BRUTA	\$ 52.800,00	\$ 87.840,00	\$126.000,00	\$145.800,00	\$165.540,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 33.600,00	\$ 35.280,00	\$ 37.044,00	\$ 38.896,20	\$ 40.841,01
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30
SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 180,00				\$ 100,00
PUBLICIDAD	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 350,00	\$ 375,00
DEPRECIACIÓN	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00
TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES	\$ 38.730,00	\$ 40.530,00	\$ 42.624,00	\$ 44.889,20	\$ 47.358,31
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 14.070,00	\$ 47.310,00	\$ 83.376,00	\$100.910,80	\$118.181,69
GASTO FINANCIERO	\$ 120,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 120,00
UAPTI	\$ 13.950,00	\$ 47.210,00	\$ 83.276,00	\$100.790,80	\$118.061,69
PART. TRAB 15%	\$ 2.092,50	\$ 7.081,50	\$ 12.491,40	\$ 15.118,62	\$ 17.709,25
UAI	\$ 11.857,50	\$ 40.128,50	\$ 70.784,60	\$ 85.672,18	\$100.352,44
IR 22%	\$ 2.608,65	\$ 8.828,27	\$ 15.572,61	\$ 18.847,88	\$ 22.077,54
UTILIDAD NETA	\$ 9.248,85	\$ 31.300,23	\$ 55.211,99	\$ 66.824,30	\$ 78.274,90

6.2 Flujo de caja proyectado (5 años)

Tabla 27: Flujo de Caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
AÑOS	1	2	3	4	5
	\$	\$	\$	\$	\$
UTILIDAD OPERACIONAL	9.270,00	31.300,23	55211.99	66.824,30	78.274,90
	\$	\$	\$	\$	\$
GASTO FINANCIERO	120,00	132,00	145,20	159,72	175,69
	\$	\$	\$	\$	\$
UAPTI	\$ 9.150,00	31.168,23	55.066,79	66.664,58	\$ 78.099,21
PART. TRAB 15%	\$ 1.372,50	\$ 4.695,03	\$ 8.260,02	\$ 9.999,69	\$ 11.714,88
	\$	\$	\$	\$	\$
UAI	\$ 7.777,50	26.605,20	46.806,77	56.664,89	\$ 66.384,33
	\$	\$	\$	\$	\$
IR 22%	\$ 1.711,05	\$ 6.886,05	10.297,49	12.466,28	\$ 14.604,55
	\$	\$	\$	\$	\$
UTILIDAD NETA	6.066,45	19.719,14	36.509,28	44.198,62	51.779,78
DEPRECIACIÓN	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00
AMORTIZACIÓN	\$ 1.400,34	\$ 1.971,27	\$ 1.985,70	\$ 2.344,38	\$ 2.352,96
INVERSIÓN \$	15.750,00				
FLUJO DE CAJA	\$ 9.116,79	\$ 23.340,41	\$ 40.144,98	\$ 48.193,00	\$ 55.782,74

7. Evaluación financiera

7.1 VAN

En este caso el proyecto es rentable puesto a que el van es de \$165.868,15 puesto a que la inversión la inversión produce ganancias encima de la rentabilidad exigida.

7.1 TIR

La tasa interna de retorno es la tasa de interés máximo a la que es posible endeudarse en el proyecto cuando esta es mayor que 0 y es rentable y genera ganancias cuando es superior a la tasa de descuento. En este caso el TIR es de 74% lo que significa que el proyecto devuelve el capital invertido y más una ganancia a ese porcentaje.

7.2 Relación beneficio/costo (RBC)

La relación costo-beneficio es el proceso de analizar las decisiones de un negocio. Cuando una decisión está bajo consideración, el costo de una opción es restado del beneficio del mismo. Al realizar un análisis de costo-beneficio la administración puede decir si una inversión vale la pena o no para el negocio.

La relación beneficio costo tiene que dar mayor a uno para que genere rentabilidad e igual a uno para que no exista perdida y si es menor a 1 si va a existir una perdida por ende no es rentable el negocio, la relación beneficio costo es de \$1,58 por ende si es rentable el negocio ya que si existe una ganancia y por lo tanto rentabilidad.

7.3 Razones financieras

Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social.

7.4 Liquidez

Se llego a determinar que la razón de liquidez es de 1,58 esto demuestra que la empresa es capaz de cubrir sus pasivos corrientes 1,58 veces, formula es activo corriente/ pasivo corriente.

7.5 Endeudamiento

La fórmula para utilizar es de pasivos totales/ activos totales, la razón de endeudamiento nos indica la dependencia de la empresa para financiar sus activos en este caso es de 0,58 es bajo y bueno porque significa que el 58% de activos es financiado por terceros.

7.6 Rentabilidad

La rentabilidad es una medida de eficiencia de naturaleza económica ligada a la competitividad para controlar el nivel de costos y gastos presentados en la operación de la empresa, la rentabilidad genera la liquidez futura de la empresa siempre que exista un adecuado manejo financiero.

La siguiente formula a utilizar es la utilidad neta/activo total, el resultado es del 16% este es el indicador de rentabilidad sobre el activo total, es un porcentaje muy bueno, la siguiente formula es de utilidad neta/ventas netas nos da un resultado del 38% sobre las ventas lo cual es bueno porque ese es el porcentaje que ganamos por ventas.

8. Conclusiones y Recomendaciones

En conclusión, el presente proyecto se realizó con el fin de cubrir una necesidad muy importante, en este caso el fracaso de los nuevos emprendedores. Las encuestas a la población de estudio dieron datos muy positivos, los cuales mostraron la aceptación y demanda del proyecto. El objetivo principal que tenemos es orientar en toda la creación, formación y ejecución del negocio, para poder llevar a cabo nuestro proyecto, se realizaron algunos estudios, como de: mercado, técnico, legal y financiero, con el fin de poder establecer parámetros para la correcta operación del negocio y disminuir el porcentaje de posibilidad de fracaso también se evaluó la parte financiera para conocer la rentabilidad. Nuestro proyecto busca un aspecto diferenciador e innovador sobre la competencia brindando asesorías, guías, información y herramientas las cuales te ayudaran a poder realizar e implementar un correcto plan estratégico para el éxito y sostenibilidad de tu negocio.

Se recomienda implementar indicadores de gestión en cada departamento para poder medir, evaluar, planificar y mejorar cada uno de los procesos y estrategias aplicadas, para una correcta creación, formación y ejecución del negocio,

9. Bibliografía

- Camacho, M. P. (2021). Plan de previsión de recursos humanos 2022. *Ministerio de educación nacional*, 4. Obtenido de Mineducación: https://www.mineducacion.gov.co/1759/articulos-403113_recurso_07.pdf
- Camino, R. C. (2017). Emprendimiento e innovación en Ecuador, análisis de ecosistemas empresariales para la consolidación de pequeñas y medianas empresas. *UIDE*, 2(9.1), 73-78. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/504/1343>
- Espinoza, M. (2020). EL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE SU ACTUAL SITUACIÓN. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/349108465_EL_EMPRENDIMIENTO_EN_ECUADOR_UNA_REVISION_BIBLIOGRAFICA_DE_SU_ACTUAL_SITUACION
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. D. (2012). *Estrategia de Marketing* (Quinta ed.). Obtenido de <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Estrategia%20de%20Marketing.pdf>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (20 de Octubre de 2020). *SPEA*. Obtenido de [SPEA: https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf](https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf)
- Library. (2022). Obtenido de <https://1library.co/article/marco-legal-relacionado-operaci%C3%B3n-empresa.8ydg18jy>
- Lozada, J. G., Valarezo, C. A., Salcedo, V. E., & Sotomayor, J. G. (2020). Factores determinantes del fracaso empresarial. *Digital Publisher*, 3. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Downloads/389-Art%C3%ADculo-3679-1-10-20201220.pdf>
- Marcial, V. F. (11 de Noviembre de 2015). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la p de producto. *Dialnet*, 64-78. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-MarketingMixDeServiciosDeInformacion-5704542.pdf>
- Michaux, S. (22 de Marzo de 2020). *En 50 minutos - El modelo de las 5 fuerzas de Porter*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/document/565959157/En-50-minutos-El-modelo-de-las-5-fuerzas-de-Porter-Stephanie-Michaux#>
- Puchalt, J. (Octubre de 2020). El poder del eslogan en el marketing. *ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL*.
- Puchalt, J. (Octubre de 2020). El poder del eslogan en marketing. *Esic*. Obtenido de <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/importancia-poder-del-eslogan-en-marketing>

SRI. (s.f.). *SRI*. Obtenido de SRI: <https://www.sri.gob.ec/voy-a-emprender-mi-negocio#emisi%C3%B3n>

Valencia Cruzaty, L. (Agosto de 2017). Emprendimiento en Ecuador. Estudio de Caso: Provincia de. *Killkana Sociales*, 1(2). Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-EmprendimientoEnEcuadorEstudioDeCaso-6297479.pdf

10. Anexos

FORMATO DE ENCUESTA

Plataforma digital dedicada a la asesoría y guía de los nuevos emprendedores

1) ¿Cuál es tu rango de edad?

- 24-35 años
- 35-45 años
- 45- 58 años

2) ¿Tienes interés sobre temas de negocios y emprendimiento?

- Si
- No

3) ¿Has sido emprendedor en alguna etapa de tu vida?

- Si
- No

4) ¿Cuáles crees que sean las principales causas por las que fracasen los emprendimientos?

- Falta de conocimiento comercial, administrativo, operativo, contable y financiero.
- Falta de conocimientos en las herramientas digitales para emprender.
- Escases de innovación y diferenciación
- Poca sostenibilidad en el tiempo
- Todas las anteriores.

5) ¿Sabes cómo gestionar y llevar a cabo un emprendimiento?

- Si
- No

- Tal vez
- 6) ¿Te gustaría recibir asesorías, herramientas e información para poder emprender?
- Si
 - No
- 7) ¿Tienes la posibilidad de emprender?
- Si
 - No
 - Tal vez
- 8) ¿Crees poder adaptarte a las nuevas tendencias y herramientas digitales que se utilizan en los negocios?
- Si
 - No
- 9) ¿Estarías dispuesto a pagar por asesorías que te aseguren el éxito en tu negocio?
- Si
 - No