



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.  
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**

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


**TÍTULO:**

Creación de una empresa de consultoría y apoyo para emprendedores en áreas financiera, administrativa, marketing, legal y social en la ciudad de Manta.

**AUTORA: Hernández García Michelle Ariana.**

**TUTOR: Ing. Byron Coral Almeida.**

**MANTA-MANABÍ-ECUADOR.  
2022-2023.**

	<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO:</b> <b>CERTIFICADO DE TUTOR(A)</b>	<b>CÓDIGO: PAT-01-F-010</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO</b>	<b>REVISIÓN: 2</b> Página 1 de 1

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, bajo la autoría de la estudiante Hernández García Michelle Ariana, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas período académico 2020-2021, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Emprendimiento, cuyo tema del proyecto es “Creación de una empresa de consultoría y apoyo para emprendedores en áreas financiera, administrativa, marketing, legal y social en la ciudad de Manta”.

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 designa la autoridad competente.

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

Manta, 27 de Julio de 2022.

Lo certifico,



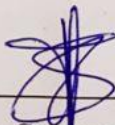
Firmado electrónicamente por:  
 BYRON VICENTE DE PAUL  
 BERNANDO CORAL ALMEIDA

**ING. BYRON CORAL**  
**ALMEDIA.**  
**Docente**  
**Tutor(a) Área:**

**APROBACIÓN DEL TRABAJO.**

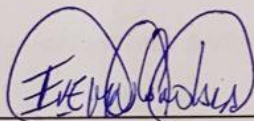
Los miembros del tribunal examinador de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación denominado: **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y APOYO PARA EMPRENDEDORES EN ÁREAS FINANCIERA, ADMINISTRATIVA, MARKETING, LEGAL Y SOCIAL EN LA CIUDAD DE MANTA.”**, elaborado por la egresada Hernández García Michelle Ariana, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones de la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Administración de Empresas.

Manta, Agosto del 2022.




Ing. Carmen Bayas.

**PRESIDENTE DE TRIBUNAL.**



Ing. Evelyn Cano.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL.**



Eco. Óscar Calderón

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL.**

**AGRADECIMIENTO.**

*“La única forma de hacer un gran trabajo, es amar lo que haces”* (Jobs, 2005)

A Dios, por brindarme salud, sabiduría y fuerza para culminar esta nueva etapa académica de mi vida con éxito.

A mis padres, Miguel Hernández y Rosario García por su amor, consejos, por creer en mi capacidad de poder cumplir mis metas dandome su apoyo para poder conseguirlos y por los valores que me han inculcado; a mis hermanos y sobrino por ser el motor de vida e inspiración.

A María Vélez por ser mi compañera de estudios y nunca dejarme caer, por el apoyo desde inicio a fin de mi carrera.

A la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí en su Facultad Ciencias Administrativas por abrirme las puertas para continuar cumpliendo mi meta académica, a mi tutor Ing. Byron Coral Almeida por brindarme su experiencia y su compromiso siendo mi guía orientandome y motivandome para culminar este trabajo; a cada docente por impartirme sus conocimientos a lo largo de 5 años.

**DEDICATORIA.**

En primer lugar, a Dios por ser mi guía en este paso fundamental en mi vida y formación académica.

A Yemilt Cedeño, por ser el pilar fundamental en mi vida siendo mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día y así luchar por un futuro mejor para él.

A mis padres, Miguel Hernández y Rosario García, hermanos Yelena Castro y Álvaro Hernández; quienes han sido una parte fundamental para la realización del ser humano que soy en la actualidad.

A mi ángel en el cielo Sub. Oficial Segundo. Alexy Delgado Bustos y a la Abg. Andrea Palma por sus consejos sabios brindados en algún momento de mi infancia y adolescencia; por ser como unos segundos padres para mí.

## ÍNDICE.

<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>12</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>14</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>17</b>
<b>1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>17</b>
<b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>17</b>
1.1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
<b>1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....</b>	<b>19</b>
1.2.1 OBJETIVO GENERAL.....	19
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	19
<b>1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>19</b>
1.3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	19
1.3.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	20
1.3.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	20
<b>1.4 DELIMITACIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>21</b>
1.4.1 DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA.....	21
1.4.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	21
1.4.3 DELIMITACIÓN SOCIAL (BENEFICIARIOS).....	21
<b>1.5 PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO.....</b>	<b>22</b>
1.5.1 VISIÓN.....	22
1.5.2 MISIÓN.....	22
1.5.3 VALORES EMPRESARIALES.....	22
1.5.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	23
<b>1.6 ANÁLISIS INTERNO DEL PROYECTO.....</b>	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>25</b>
<b>2. ESTUDIO DE MERCADOTECNIA/ PROPUESTA DE VALOR.....</b>	<b>25</b>
<b>2.1 ANÁLISIS EXTERNO.....</b>	<b>25</b>
<b>2.2 SEGMENTO DEL MERCADO.....</b>	<b>26</b>

2.2.1	CRITERIO DE SEGMENTACIÓN. ....	26
2.2.2	Población.....	26
2.2.3	Perfil del consumidor. ....	27
2.2.4	Muestra. ....	27
<b>ENCUESTAS:.....</b>		<b>28</b>
<b>2.3</b>	<b>ESTUDIO DE VARIABLES DEL MARKETING MIX (PRODUCTO, PRECIO, PROMOCIÓN Y PLAZA). ....</b>	<b>35</b>
2.3.1	PRODUCTO.....	35
2.3.2	PRECIO. ....	35
2.3.3	PROMOCIÓN.....	36
2.3.3.5	LOGO. ....	36
2.3.3.6	SLOGAN. ....	36
2.3.4	PLAZA.....	37
<b>2.4</b>	<b>ANÁLISIS COMPETITIVO (PORTER).....</b>	<b>37</b>
2.4.1	PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES. ....	38
2.4.2	AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES ENTRANTES.....	38
2.4.3	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.....	39
2.4.4	AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS. ....	39
2.4.5	RIVALIDAD COMPETITIVA. ....	40
<b>2.5</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO. ....</b>	<b>40</b>
<b>2.6</b>	<b>CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DEL PRODUCTO/SERVICIO. ....</b>	<b>41</b>
<b>2.7</b>	<b>ANÁLISIS COMPARATIVOS CON PRODUCTOS SIMILARES.....</b>	<b>43</b>
<b>CAPÍTULO III.....</b>		<b>44</b>
<b>3.</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>44</b>
<b>3.1</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO. ....</b>	<b>44</b>
<b>3.2</b>	<b>REALIZACIÓN DE UN BOSQUEJO DEL ÁREA DE TRABAJO. ....</b>	<b>45</b>
<b>3.3</b>	<b>DIAGRAMA DE PROCESOS.....</b>	<b>46</b>
<b>3.4</b>	<b>LISTADO DE RECURSOS (MÁQUINAS, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS, ETC) 48</b>	

3.5	<b>CÁLCULO DE LOS MATERIALES Y MATERIA PRIMA A UTILIZAR EN EL PROCESO PRODUCTIVO.....</b>	<b>48</b>
3.6	<b>LISTADO DE LOS PROVEEDORES.....</b>	<b>48</b>
	<b><i>CAPÍTULO IV. ....</i></b>	<b><i>49</i></b>
4.	<b><i>ESTUDIO ORGANIZACIONAL. ....</i></b>	<b><i>49</i></b>
4.1	<b>ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL. ....</b>	<b>49</b>
4.2	<b>FUNCIONES SEGÚN LAS RESPONSABILIDADES DE CADA PERSONA. 50</b>	
4.3	<b>PREVISIÓN DE RRHH.....</b>	<b>52</b>
	<b><i>CAPÍTULO V.....</i></b>	<b><i>53</i></b>
5.	<b><i>ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO. ....</i></b>	<b><i>53</i></b>
5.1	<b>MARCO LEGAL.....</b>	<b>53</b>
5.2	<b>REQUISITOS PARA SU LEGITIMIDAD. ....</b>	<b>54</b>
	<b><i>CAPÍTULO VI. ....</i></b>	<b><i>55</i></b>
6.	<b><i>ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO. ....</i></b>	<b><i>55</i></b>
6.2	<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN.....</b>	<b>55</b>
6.3	<b>ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS.....</b>	<b>56</b>
6.4	<b>PROYECCIÓN DE VENTAS. ....</b>	<b>56</b>
6.4.1	<b>PROYECCIÓN DE VENTAS (UNIDADES).....</b>	<b>56</b>
6.4.2	<b>PROYECCIÓN DE VENTAS (MONETARIO). ....</b>	<b>57</b>
6.5	<b>PLAN DE INVERSIÓN. ....</b>	<b>57</b>
6.6	<b>LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO. ....</b>	<b>58</b>
6.7	<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO (5 AÑOS).....</b>	<b>60</b>
6.8	<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS (5 AÑOS).....</b>	<b>61</b>
6.9	<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO (5 AÑOS). ....</b>	<b>62</b>
	<b><i>CAPÍTULO VII.....</i></b>	<b><i>63</i></b>
7.	<b><i>EVALUACIÓN FINANCIERA.....</i></b>	<b><i>63</i></b>



<b>7.1</b>	<b>WACC/ COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL.</b>	<b>63</b>
<b>7.2</b>	<b>VAN/TIR.</b>	<b>65</b>
<b>7.3</b>	<b>RELACION BENEFICIO/COSTO (RBC)</b>	<b>65</b>
<b>7.4</b>	<b>RAZONES FINANCIERAS</b>	<b>66</b>
7.4.1	LIQUIDEZ	66
7.4.2	ENDEUDAMIENTO	67
7.4.3	RAZÓN DEUDA CAPITAL	67
7.4.4	RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL	67
7.4.5	RENTABILIDAD CON RELACIÓN A LAS VENTAS	67
<b>7.5</b>	<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.</b>	<b>68</b>
<b>8.</b>	<b>CONCLUSIONES.</b>	<b>70</b>
<b>9.</b>	<b>RECOMENDACIONES.</b>	<b>72</b>
<b>10.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA.</b>	<b>73</b>
<b>11.</b>	<b>ANEXOS.</b>	<b>75</b>

## ÍNDICE DE TABLAS.

<b>Tabla 1.</b>	<b>Criterios de segmentación del mercado.</b>	<b>26</b>
-----------------	---	-----------

<b>Tabla 2.</b> Servicios prestados.....	35
<b>Tabla 3.</b> Precio de los servicios.....	36
<b>Tabla 4.</b> Características de los servicios prestados. ....	40
<b>Tabla 5.</b> Características específicas de los servicios.....	41
<b>Tabla 6.</b> Lista de máquinas, equipos y herramientas. ....	48
<b>Tabla 7.</b> Precios de materiales.....	48
<b>Tabla 8.</b> Lista de proveedores. ....	48
<b>Tabla 9.</b> Lista de funciones de los empleados.....	50
<b>Tabla 10.</b> Rol de pagos.....	52
<b>Tabla 11.</b> Costos unitarios de producción,.....	55
<b>Tabla 12.</b> Estructurado de costos y gastos. ....	56
<b>Tabla 13.</b> Proyecciones de ventas en unidades. ....	57
<b>Tabla 14.</b> Proyecciones de ventas monetarias.....	57
<b>Tabla 15.</b> Cálculo del plan de inversión y origen de fondos.....	58
<b>Tabla 16.</b> Líneas de financiamiento. ....	59
<b>Tabla 17.</b> Estado de flujo de caja proyectado en 5 años. ....	60
<b>Tabla 18.</b> Estado de Resultados proyectado en 5 años. ....	61
<b>Tabla 19.</b> Estado de Situación Financiera proyectado en 5 años.....	62
<b>Tabla 20.</b> Tasa de riesgo del accionista.....	63
<b>Tabla 21.</b> Tasa Mínima Atractiva de Retorno.....	63
<b>Tabla 22.</b> Cálculo del WACC. ....	64
<b>Tabla 23.</b> Cálculo del VAN y TIR.....	65
<b>Tabla 24.</b> Relación beneficio/costo.....	65
<b>Tabla 25.</b> Representación del punto de equilibrio.....	66
<b>Tabla 26.</b> Periodo de Recuperación de la inversión.....	68
<b>Tabla 27.</b> Periodo de recuperación.....	69
<b>Tabla 28.</b> Datos de amortización.....	76
<b>Tabla 29.</b> Amortización.....	77

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

<b>Ilustración 1.</b> Mapa de localización del proyecto.....	21
--	----

<b>Ilustración 2.</b> Pregunta 1. De encuesta. ....	28
<b>Ilustración 3.</b> Pregunta 2. De Encuesta.....	29
<b>Ilustración 4.</b> Pregunta 3. De Encuesta.....	30
<b>Ilustración 5.</b> Pregunta 4. De Encuesta.....	30
<b>Ilustración 6.</b> Pregunta 5. De encuesta. ....	31
<b>Ilustración 7.</b> Pregunta 6. De encuesta. ....	32
<b>Ilustración 8.</b> Pregunta 7. De encuesta. ....	33
<b>Ilustración 9.</b> Pregunta 8. De encuesta. ....	34
<b>Ilustración 10</b> Pregunta 9. De encuesta. ....	34
<b>Ilustración 11.</b> Propuesta de logo del proyecto. ....	36
<b>Ilustración 12.</b> Propuesta del slogan del proyecto.....	37
<b>Ilustración 13.</b> Localización del negocio.....	45
<b>Ilustración 14.</b> Bosquejo del área de trabajo. ....	46
<b>Ilustración 15.</b> Flujograma del proceso operativo. ....	47
<b>Ilustración 16.</b> Diagrama estructural. ....	49
<b>Ilustración 17.</b> Diagrama funcional. ....	49
<b>Ilustración 18.</b> Punto de equilibrio. ....	66
<b>Ilustración 19.</b> Anexo. ....	77

## Document Information

Analyzed document	HERNANDEZ GARCIA MICHELLE.docx (D142524623)
Submitted	7/29/2022 9:27:00 PM
Submitted by	
Submitter email	e1350504823@live.uleam.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	byron.coral.uleam@analysis.arkund.com

## Sources included in the report

<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / FAUSTO SUAREZ MACIAS PROYECTO.docx</b> Document FAUSTO SUAREZ MACIAS PROYECTO.docx (D111853360) Submitted by: faustolsm97@gmail.com Receiver: otto.macias.uleam@analysis.arkund.com
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / TESIS EMPRENDIMIENTO JULISSA RODRIGUEZ.docx</b> Document TESIS EMPRENDIMIENTO JULISSA RODRIGUEZ.docx (D126227544) Submitted by: genesis.heredia@uleam.edu.ec Receiver: genesis.heredia.uleam@analysis.arkund.com
<b>W</b>	URL: <a href="http://revistas.bnjm.cu/index.php/BAI/article/view/196Espinosa">http://revistas.bnjm.cu/index.php/BAI/article/view/196Espinosa</a> Fetched: 7/29/2022 9:27:00 PM
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / Modelo de negocio para la producción y exportación de patacones al mercado de florida.pdf</b> Document Modelo de negocio para la producción y exportación de patacones al mercado de florida.pdf (D141339671) Submitted by: juan.anchundia@uleam.edu.ec Receiver: juan.anchundia.uleam@analysis.arkund.com
<b>W</b>	URL: <a href="https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/viewFile/50/44Biblioteca">https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/viewFile/50/44Biblioteca</a> Fetched: 7/29/2022 9:28:00 PM

## Entire Document

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

TÍTULO:

Creación de una empresa de consultoría y apoyo para emprendedores en áreas financiera, administrativa, marketing, legal y social en la ciudad de Manta.

AUTORA: Hernández García Michelle Ariana.

TUTOR: Ing. Byron Coral Almeida.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA.

MANTA-MANABÍ-ECUADOR. 2022-2023.

AGRADECIMIENTO: "La única forma de hacer un gran trabajo, es amar lo que haces" CITATION Job 1:1033 (Jobs, 2005)

A Dios, por brindarme salud, sabiduría y fuerza para culminar esta nueva etapa académica de mi vida con éxito. A mis padres, Miguel Hernández y Rosario García por su amor, consejos, por cre poder conseguirlos y por los valores que me han inculcado; a mis hermanos y sobrino por ser el motor de vida e inspiración. A María Vélez por ser mi compañera de estudios y nunca dejarme. "Eloy Alfaro" de Manabí en su Facultad Ciencias Administrativas por abrirme las puertas para continuar cumpliendo mi meta académica, a mi tutor Ing. Byron Coral Almeida por brindarme su es para culminar este trabajo; a cada docente por impartirme sus conocimientos a lo largo de 5 años.

DEDICATORIA.

En primer lugar, a Dios por ser mi guía en este paso fundamental en mi vida y formación académica. A Yemil Cedeño, por ser el pilar fundamental en mi vida siendo mi fuente de motivación e mejor para él. A mis padres, Miguel Hernández y Rosario García, hermanos Yelena Castro y Álvaro Hernández, quienes han sido una parte fundamental para la realización del ser humano que s Delgado Bustos y a la Abg. Andrea Palma por sus consejos sabios brindados en algún momento de mi infancia y adolescencia; por ser como unos segundos padres para mí.

ÍNDICE.

RESUMEN EJECUTIVO. 13 ABSTRACT. 14

INTRODUCCIÓN. 15

CAPÍTULO I. 17

DESCRIPCIÓN

DEL PROYECTO. 17 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. 17 1.1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA. 19 1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO. 19 1.2.1 OBJETIVO GENERAL. 19 1.2.2 OBJETIVOS ESPI

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA. 19 1.3.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA. 20 1.3.3 JUSTIFICACIÓN

METODOLÓGICA. 20 1.4 DELIMITACIÓN DEL PROYECTO. 20 1.4.1 DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA. 20 1.4.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL. 21 1.4.3 DELIMITACIÓN SOCIAL (

BENEFICIARIOS). 21 1.5

PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO. 21 1.5.1 VISIÓN. 21 1.5.2 MISIÓN. 22 1.5.3 VALORES EMPRESARIALES. 22 1.5.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS. 22 1.6 ANÁLISIS INTERNO DEL PROYECTO. 23 CAP

24 2.1 ANÁLISIS EXTERNO. 24 2.2 SEGMENTO DEL MERCADO. 25 2.2.1

CRITERIO DE SEGMENTACIÓN. 25 2.2.2 Población. 25 2.2.3 Perfil del consumidor. 26 2.2.4 Muestra. 26 ENCUESTAS. 27 2.3

ESTUDIO DE VARIABLES DEL MARKETING MIX (PRODUCTO, PRECIO, PROMOCIÓN Y PLAZA). 34 2.3.1 PRODUCTO. 34 2.3.2 PRECIO. 34 2.3.3 PROMOCIÓN. 35 2.3.3.5 LOGO. 35 2.3.3.6 SLOGO

COMPETITIVO (PORTER). 36 2.4.1 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES. 36 2.4.2 AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES ENTRANTES. 37 2.4.3 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS I

2.4.5 RIVALIDAD COMPETITIVA. 38 2.5

DESCRIPCIÓN

DEL PRODUCTO. 39 2.6 CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS

DEL PRODUCTO/SERVICIO. 40 2.7

ANÁLISIS

COMPARATIVOS CON PRODUCTOS SIMILARES. 43 CAPÍTULO III. 44 3. ESTUDIO

TÉCNICO 44 3.1 DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOCALIZACIÓN

DEL NEGOCIO. 44 3.2 REALIZACIÓN DE

UN BOSQUEJO DEL ÁREA DE TRABAJO. 45 3.3 DIAGRAMA DE PROCESOS. 46 3.4 LISTADO DE RECURSOS (MÁQUINAS, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS.

## **RESUMEN EJECUTIVO.**

El plan de negocios muestra que un porcentaje alto de emprendedores de la ciudad de Manta no tienen estudios culminados administrativos lo que da como resultado que sus actividades en la empresa se realicen de manera empírica.

El siguiente trabajo investigativo es desarrollado para el estudio de la creación de una empresa de servicios de gestiones organizacionales destinado a la consultoría y apoyo para potenciar ideas o proyectos de negocios ejecutados y por ejecutar, capacitar y asesorar a emprendedores en diferentes áreas con la realización de tareas del área financiera, administrativa, marketing, legal y social.

### **1.1 PALABRAS CLAVES:**

Proyecto, negocios, servicios de gestión organizacional, consultoría, apoyo, capacitar, asesorar, emprendedores, Manta.

## **ABSTRACT.**

The business plan shows that a high percentage of entrepreneurs in the city of Manta do not have completed administrative studies, which results in their activities in the company being carried out empirically.

The following investigative work is developed for the study of the creation of an organizational management services company for consulting and support to promote ideas or business projects executed and to be executed, training and advising entrepreneurs in different areas with the realization of tasks in the financial, administrative, marketing, legal and social areas.

### **1.2 KEY WORDS:**

Project, business, organizational management services, consulting, support, training, advising, entrepreneurs, Manta.

## INTRODUCCIÓN.

El presente plan de negocios da a conocer la problemática existente en las empresas en el ámbito de la gestión empresarial; la actual situación del mundo muestra como las empresas deben buscar ser desarrolladas, desde la innovación y la investigación inclusive si se busca desde el exterior a la organización; de aquí surge esta idea de servir como apoyo a los emprendedores en el cantón Manta.

Se busca que de alguna forma se fomente el gestionar a una empresa con sólidos conocimientos para un crecimiento económico en el entorno mantense de tal forma cubriría de manera eficiente una demanda insatisfecha por parte de los empresarios manabitas e inclusive ecuatorianos quienes buscan siempre el bienestar corporativo.

En el área financiera se enfoca en realizar actividades como llevar contabilidad, realizar estados contables y en base a ellos hacer análisis financieros para servir de soporte en las sugerencias de decisiones de los emprendedores de Manta; en el área administrativa se enfoca en la prestación de asesorías sobre tendencias de venta, comunicación en la empresa, gestionar calendarios, gestionar actividades, entre otros.

Dentro del área de marketing asesorar con planes y estrategias de mercadología para el avance de empresas; luego en el aspecto legal se darán acercamientos en tramitación y legalización de documentos, constituciones de empresas, prestaciones del servicio de abogados destinados a la rama corporativa y se culmina con lo social que exista en el talento humano de las empresas un correcto entorno, asesoría para la correcta selección y reclutamiento del personal según el objetivo del puesto, entre otros.

Existirá el servicio de capacitaciones en estas áreas con temas que aborden sobre el servicio al cliente, herramientas de marketing, selección de personal, tendencias que surgen en el mercado, etc.

Actualmente el proyecto no ha comenzado con sus operaciones gestionando un capital propio de \$ 7.537,50 a pesar de que se busca de el financiamiento externo de \$17.587,50, en vista de esto se obtendrán ingresos de la prestación de servicios dichos con anterioridad.

El estudio de mercado fue realizado mediante fuentes primarias a través de encuestas, el resultado muestra que el consumidor objetivo de la empresa está conformado por el segmento de micro y pequeñas empresas y los encuestados tienen un sinnúmero de adversidades en el momento de emprender.

El proyecto está estructurado por capítulos dividiéndose en la explicación de una descripción del proyecto y su problemática, sus objetivos, delimitaciones, justificación, misión y visión.

Presentando el estudio de mercadotecnia con la ayuda de las encuestas se puede definir el mercado objetivo, promoción, plaza, precios y la presentación de los servicios; se presenta el estudio técnico y el societario dando a conocer los requisitos para la constitución de la organización para que en base a esto se de el plan financiero y la evaluación del mismo.



## **CAPÍTULO I.**

### **1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.**

Creación de una empresa de consultoría y apoyo para emprendedores en áreas financiera, administrativa, marketing, legal y social en la ciudad de Manta, conlleva a la propuesta de la implementación de una empresa dedicada a la consultoría y apoyo para los emprendedores potenciando, capacitando y asesorando a emprendedores, acompañado del servicio de la realización de tareas del área financiera, administrativa, marketing, legal y social.

La división de los servicios será en asesorías, capacitaciones y la realización de tareas, subdividiéndose en áreas en la cual el área financiera presentará asesorías contables acompañado de capacitaciones y ejecución de tareas relacionadas al área; el área administrativa se centrará en asesorías, capacitaciones y actividades enfocadas en la planificación, organización, dirección y control de los clientes que requieran el servicio, marketing con servicios prestados referente a consultorías y apoyos del ámbito publicitario y atrayente de los clientes, mientras tanto el área legal efectuará procesos que se enfoquen en el ambiente legislativo, por otro lado lo social que analizará el servicio desde las perspectiva del talento humano de las empresas.

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

Dicho por el autor (Uribe, 2013) “Se entiende el emprendimiento como un conjunto de competencias, que parte de la actitud de la persona, para captar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistémico, convertirlas en ideas innovadoras con base en su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes campos, para beneficio propio y de su entorno.”

Desde el punto de vista del argumento del autor Uribe dado en su libro del año 2013 indica que el emprendimiento es una unión de elementos que generan competencia por parte

del individuo en la capacidad de encontrar oportunidades en los problemas de su ambiente, con ideas y proyectos innovadores para el mercado generando soluciones eficientes y beneficios propios y a la sociedad.

“1 de cada 3 ecuatorianos, es emprendedor (más que en el resto de países de América Latina); sin embargo, el 90% de los emprendimientos en Ecuador, no llega a los tres años.” (Edes Business School, 2018)

Estadísticas de la Escuela de Negocios EDES indican que Ecuador es uno de los países con mayores cantidades de emprendimiento, pero a su vez en pocos años los negocios quiebran.

En la provincia de Manabí, específicamente en el cantón Manta existe por parte de un porcentaje considerable de emprendedores un desconocimiento de las estrategias que brinda una correcta gestión de administración de empresas, debido a que la mayoría de dueños de los negocios han comenzado en el mundo organizacional de manera empírica y no con los debidos estudios corporativos; las empresas son elementos de suma importancia en las naciones ya que ayudan con la generación de empleos y conllevan a un crecimiento económico.

Desconociendo no solamente las tareas administrativas de las diferentes áreas y como potenciarlas para generar beneficios, si no también el uso correcto de los procesos administrativos de una planificación, organización, dirección y control de las actividades corporativas; dicho esto los emprendedores ecuatorianos pasan por varias adversidades que pueden llegar a afectar con la pervivencia del negocio.

En base a este planteamiento se busca realizar un plan de negocios para crear una empresa con el fin de satisfacer las necesidades de los emprendedores y la gestión en sus empresas, aprovechando esta oportunidad en el mercado para brindar un servicio de asistencia técnica empresarial en las áreas financieras, administrativas, legales, de talento

humano y marketing en los diferentes negocios de la mano de capacitaciones, asesoramientos con la más alta calidad en diferentes ramas de dichas áreas para potenciar los emprendimientos de Manta; con el valor agregado de que se realizan actividades y tareas que amerite la empresa en sus diferentes necesidades corporativas.

### **1.1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

La implementación de una empresa de consultoría y apoyo para dar asesorías y capacitaciones acompañado de realizaciones de tareas corporativas a emprendedores en el área financiera, administrativa, legal, social y marketing potenciará el progreso del sector empresarial en Manta.

## **1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO.**

### **1.2.1 OBJETIVO GENERAL.**

Desarrollar un plan de negocios para estudiar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a brindar servicios de asistencia empresarial.

### **1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Identificar el nivel de eficiencia de gestión en los negocios de Manta.
- Elaborar un estudio de mercado para la creación de una empresa de servicios de asistencia administrativa.
- Establecer un estudio técnico y financiero para la creación de una empresa de servicios de asistencia administrativa.

## **1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.**

### **1.3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.**

El presente plan de negocios para el desarrollo de una microempresa que brinda asistencia de gestión corporativa a otros emprendimientos; justificandolo teóricamente por parte de los análisis de diversos autores y aplicando los conocimientos obtenidos durante la carrera de Administración de Empresas.

Determinando diversos factores para comprobar la viabilidad si se crea la empresa, aplicando conocimientos en el área de investigación de mercados, mercadotecnia, organización estructural, talento humano, finanzas y aplicar conocimientos de gestión empresarial siendo el servicio brindado.

La necesidad de estudiar la factibilidad de esta empresa nace por la falta de una eficiente gestión en los emprendimientos de Manta aplicando herramientas administrativas que nos ayuden a alcanzar un beneficio, dentro de la sociedad es de suma importancia que se creen nuevos emprendimientos y de la mano de asistencia, asesorías, capacitaciones brindadas por profesionales administrativos crearían un avance empresarial en el país.

### **1.3.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.**

El desarrollo del estudio de este emprendimiento de asistencia para potenciar, asesorar y capacitar en el área administrativa se da por varias inconsistencias en la gestión de las empresas aportando a la mejora de los procesos administrativos de las organizaciones de Manta con un desarrollo económico local para generar un valor agregado como empresa y así mismo un valor agregado a los emprendimientos de la localidad satisfaciendo las necesidades existentes en la sociedad.

### **1.3.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.**

La metodología a ocupar es la cuantitativa y descriptiva que como su nombre lo indica consistirá en la descripción de información obtenida por datos numéricos y estadísticos por parte de estudios de campo y bibliográficos con su debido análisis para llegar a conclusiones sobre la fiabilidad de la implementación de la empresa de asistencia corporativa, con ayuda de herramientas como la encuesta.

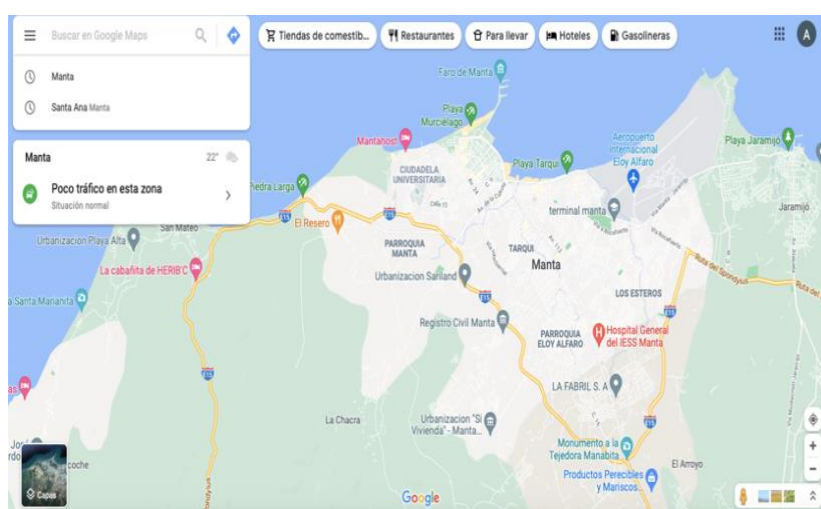
## 1.4 DELIMITACIÓN DEL PROYECTO.

### 1.4.1 DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA.

La investigación dada como proyecto de emprendimiento será dada en la provincia de Manabí con relevancia específica en el cantón Manta.

#### Ilustración 1.

*Mapa de localización del proyecto.*



Nota. Capturada de Google Maps.

### 1.4.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL.

La investigación comenzó en el mes de noviembre del 2021 y culminará en el mes de julio del 2022; mientras que su proyección será dada por 5 años.

### 1.4.3 DELIMITACIÓN SOCIAL (BENEFICIARIOS).

El emprendimiento tendrá como principales beneficiarios a los clientes que son los empresarios de la ciudad de Manta, colaboradores de la empresa y sus familias, los ciudadanos de la ciudad de Manta y quien ejecuta el proyecto.

## **1.5 PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO.**

### **1.5.1 VISIÓN.**

Ser la firma de emprendedores líderes de mayor trascendencia administrativa y social en el país, generando para nuestros socios y colaboradores un crecimiento profesional, laboral; así como una empresa de servicios que pase de generación en generación siendo reconocida por sus altos estándares de calidad y profesionalidad, por su prestigio y reputación propia y de sus clientes.

### **1.5.2 MISIÓN.**

Brindar servicios administrativos confiables y con la más alta calidad con propuestas de soluciones contundentes, personalizadas según el estudio de caso, innovadoras, creativas y funcionales, que generen el éxito total de los proyectos empresariales de nuestros clientes.

### **1.5.3 VALORES EMPRESARIALES.**

- Lealtad; la fidelidad existente desde la corporación y sus aliados a los clientes.
- Orientación; la misma es dada al cliente y a su negocio.
- Implicación y cercanía con nuestros clientes.
- Respeto y honestidad; hacia la empresa, aliados y clientes.
- Excelencia en cada proceso efectuado.
- Innovación y tecnología.
- Trabajo en equipo.
- Mejora continua.
- Responsabilidad y conciencia corporativa con el medio ambiente.
- Responsabilidad social y ética corporativa.

- Responsabilidad sobre la seguridad de la información que clientes y aliados nos brindan.

#### 1.5.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

- Conseguir facturar \$185.350,00 en servicios administrativos en los años de inicio del proyecto.
- Alcanzar una acogida del 85% de la clientela manabita.
- Ser líderes a nivel nacional en asesoría administrativa.

#### 1.6 ANÁLISIS INTERNO DEL PROYECTO.

Se presenta el análisis interno, con las fortalezas y debilidades detalladas en el proyecto a continuación.

##### **Fortaleza.**

- Capacidad de brindar soluciones en tiempos eficientes.
- Personal especializado en la materia.
- Servicio único y diferenciador.
- Manejo de diferentes áreas administrativas.

##### **Debilidades.**

- Dificultades financieras.
- Falta de infraestructura para brindar el servicio.
- No posicionamiento en el mercado.

Entre las fortalezas detalladas se observa que se presenta la capacidad de poder brindar las soluciones administrativas a los sucesos de los emprendedores en tiempos eficientes; contando con un personal especializado manejando temas en cada área como marketing, finanzas, administración, talento humano y el aspecto legal con un servicio único y diferenciador.

Por otro lado, se cuenta con dificultades financieras para empezar el negocio con una falta de infraestructura para brindar el servicio y culminando con la debilidad de no contar con un posicionamiento en el mercado.

La fortaleza de poder brindar soluciones en tiempos adecuados conseguirá frenar la debilidad de ser entes nuevos en el mercado incluso así el personal especializado conseguirá generar fidelidad a los clientes, el prestar un servicio único y diferenciador logrará que de alguna forma se pueda financiar para una infraestructura; el no posicionamiento en el mercado disminuirá con la ayuda del poder manejar a diferentes áreas administrativas.



## CAPÍTULO II.

### 2. ESTUDIO DE MERCADOTECNIA/ PROPUESTA DE

#### VALOR.

##### 2.1 ANÁLISIS EXTERNO.

###### **O**portunidades.

- La rama administrativa esta en crecimiento.
- Conocimiento del mercado.
- Entrar en nuevos segmentos o mercados.
- Ofrecer sucursales a largo plazo.
- Tecnología.

###### **A**menazas.

- Crisis económica post-covid.
- Incertidumbre con respecto a la aceptación dentro del mercado.
- Crecimiento lento dentro del mercado.

En el análisis externo en cuanto a las oportunidades se observa como la rama administrativa está en crecimiento y como empresa se tiene el conocimiento del mercado para entrar en nuevos segmentos y proyectar en implementar u ofrecer nuevas sucursales en Manabí y el resto del país a largo plazo.

En cuanto a las amenazas algo que esta abarcando a todas las empresas es la crisis económica post-covid, sumándose la incertidumbre de si tendrá o no acogida dentro del mercado y el mismo vaya teniendo un crecimiento lento generando posibles consecuencias poco favorables.

Una amenaza muy fuerte que atraviesa el mundo es la crisis económica post-covid pero debido a que la rama administrativa está en crecimiento haría una fuerte determinante a que existan oportunidades, una latente amenaza es que la incertidumbre con respecto a la aceptación dentro del mercado se frenaría con la oportunidad que se tiene del conocimiento que se maneja del mismo de la mano de conseguir nuevos segmentos y mercados ofreciendo sucursales a largo plazo con la ayuda de la tecnología a pesar de que amenaza el crecimiento lento dentro del mercado.

## 2.2 SEGMENTO DEL MERCADO.

La segmentación de mercado fue determinada en función de los emprendedores de la ciudad de Manta con los diversos factores que vayan a englobar identificando el mercado meta en cuestión, tomando como datos principales a la población de los emprendedores de Manta.

### 2.2.1 CRITERIO DE SEGMENTACIÓN.

Esta propuesta va dirigida a empresas en general que se encuentren en el cantón Manta de la provincia de Manabí.

**Tabla 1.**

*Criterios de segmentación del mercado.*

VARIABLES	CRITERIOS
Geográfica	Empresas de cualquier tipo ubicadas en el cantón Manta.
Demográfica	Empresas.
Nivel socioeconómico	Bajo, medio.

*Nota.* Los criterios se establecen en base a necesidades.

Como podemos observar en la tabla 1, a nivel micro la empresa se enfocará en atender a emprendedores de Manta de nivel socioeconómico bajo, medio.

### 2.2.2 Población.

El segmento que se seleccionó para la presentación de esta propuesta, son todas aquellas empresas que se encuentren en Manta, cuya actividad no afecte en nada, ya que son todas incluidas, para un mayor alcance también se procedió a realizar encuestas con la finalidad de saber sus preferencias y la eficiencia en llevar los procesos administrativos, cuanto estarían dispuestos a pagar, esto a una aproximación de 3240 que corresponde a las empresas registradas en (SUPERCIAS, 2022) hasta el mes de marzo.

Según el (Directorio de Empresas, 2014) del INEC, los cantones de Portoviejo (24%) y Manta (24%) concentran el mayor número empresas de la provincia de Manabí.

### 2.2.3 Perfil del consumidor.

El perfil del consumidor esta enfocado en los dueños de las diferentes empresas existentes en la ciudad de Manta sin importar su tamaño, dicho esto se ha realizado un estudio por medio de encuestas para analizar correctamente el mercado al cual se quiere llegar.

El consumidor siendo los empresarios y emprendedores deben de querer satisfacer las necesidades administrativas que estén teniendo sus negocios; buscando asesorías, capacitaciones y la realización de tareas de las diferentes áreas de la empresa para así potenciar sus negocios.

### 2.2.4 Muestra.

#### DATOS.

**n:** ?

**N:** 3.240

**Z:** 95% = 1,96

**p:** 50% = 0,5

**q:** 50% = 0,5

**e:** 5% = 0,05

$$n = \frac{Z^2 (N) (p) (q)}{[e^2 - (N-1)] + [Z^2 (p) (q)]}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (3240) (0,5) (0,5)}{[0,05^2 (3240-1)] + [1,96^2 (0,5) (0,5)]}$$

$$n = \frac{3111,696}{[8,0975] + [0,9604]}$$

$$n = \frac{3111,696}{9,0579}$$

n= 343,53= 344.

### ENCUESTAS:

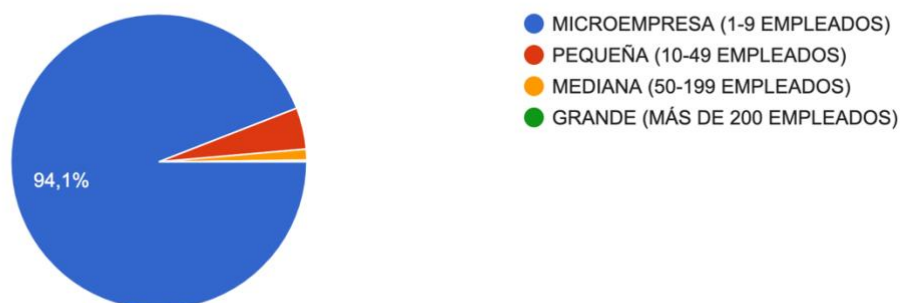
Las siguientes preguntas fueron construidas a través del conocer cuales son los criterios de los potenciales clientes, necesidades a satisfacer, entre otros aspectos; la encuesta fue realizada en el mes de febrero a marzo por medio de la plataforma forms enviada a correos corporativos y presencialmente en algunas de las diferentes microempresas encontradas en Manta.

### 2.3 RESULTADOS.

#### Ilustración 2.

*Pregunta 1. De encuesta.*

1. ¿Qué tipo de empresa según su tamaño usted tiene?  
507 respuestas



#### Análisis:

Según el análisis de la pregunta 1 que dice ¿qué tipo de empresa según su tamaño usted tiene?, el 94,1% señala que tiene microempresas comprendida entre 1-9 empleados con un mínimo de 4,5% de pequeñas empresas. De acuerdo a los resultados obtenidos se genera una gran demanda y una oportunidad para que el proyecto de emprendimiento brinde las

asesorías requeridas en el ambiente administrativo a este tipo de empresas, convirtiéndose en el nicho de mercado de la empresa; dejando por otro lado la alternativa de que se generen estrategias para ganar y fidelizar a los clientes de las grandes empresas.

### Ilustración 3.

*Pregunta 2. De Encuesta.*

2. ¿Considera que UD y su personal necesitan asesorías o capacitaciones en las áreas financiera, administrativa, legal y social de su empresa para potenciarla?

507 respuestas



**Análisis:** Los encuestados nos presentan que el 99,8% necesita junto con su personal asesorías o capacitaciones en diferentes áreas dejando con un 0,20% quienes consideran lo contrario; los resultados demuestran que hay una gran demanda de gestores microempresariales que van a requerir de nuestros servicios de asesoría, por lo tanto el proyecto de emprendimiento es la guía que fomentará productividad a los microempresarios para tener un crecimiento económico.

**Ilustración 4.***Pregunta 3. De Encuesta.*

3. ¿Utilizaría nuestros servicios de asesorías y capacitaciones administrativas en sus diferentes áreas?

507 respuestas

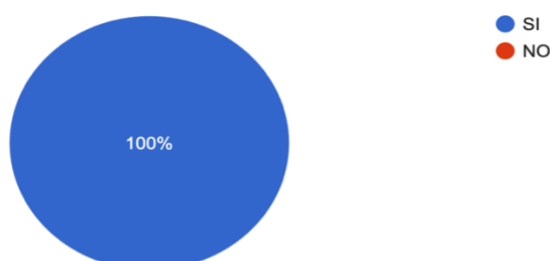


**Análisis:** Los encuestados presentan en la siguiente pregunta que el 99,8% utilizarían los servicios que brinda la empresa dejando con un 0,20% quienes consideran lo contrario; interpretando que el proyecto presentado tendrá acogida por parte del mercado ya que un gran porcentaje de la población estaría dispuesta a adquirirlo; dejando en evidencia que existe un interés por parte de los microempresarios por ende se debería de buscar estrategias para fidelizarlos.

**Ilustración 5.***Pregunta 4. De Encuesta.*

4. ¿Le gustaría que una empresa se dedique a brindar el servicio de la realización de actividades en las áreas financiera, administrativa, legal, social y marketing?

507 respuestas



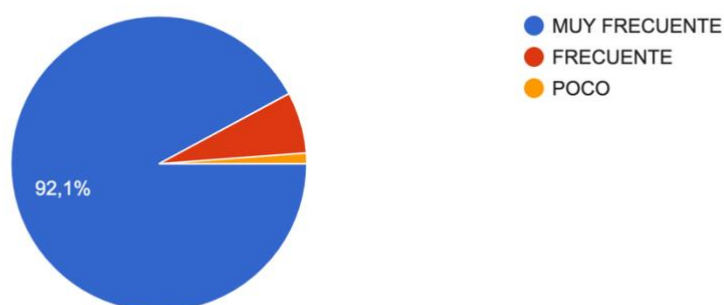
**Análisis:** En la pregunta 4 se presenta que el 100% de encuestados empresariales les gustaría contar con este servicio al alcance de sus manos, interpretando que los

emprendedores necesitan ayuda para realizar actividades corporativas por ende el surgimiento de este proyecto de negocios satisfacería necesidades del mercado corporativo en la ciudad de Manta.

### **Ilustración 6.**

*Pregunta 5. De encuesta.*

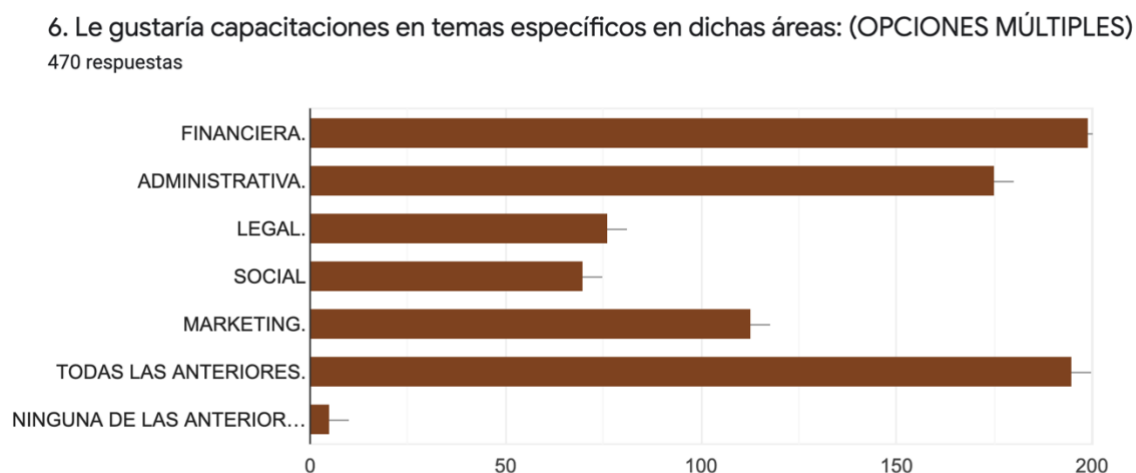
5. ¿Con que frecuencia adquiriera dichos servicios que brinda nuestra organización?  
507 respuestas



**Análisis:** El 92,10% afirma que utilizaría muy frecuente este servicio, mientras que el 6,7% frecuentemente buscando que se genere fidelización de adquisiciones a nuestro servicio en este grupo de mercado, dejando al restante con poco dando paso a que se enfoque en atraer a este segmento de forma frecuente por medio de estrategias de mercadología y atracción de usuarios.

**Ilustración 7.**

*Pregunta 6. De encuesta.*



**Análisis:** Los resultados muestran que las áreas que más ocuparían serían financiera y administrativa, dejando al 41,5% aclarando que utilizarían todas las anteriores; buscando potenciar las menos escogidas para generar atención por parte de los emprendedores de la ciudad de Manta.

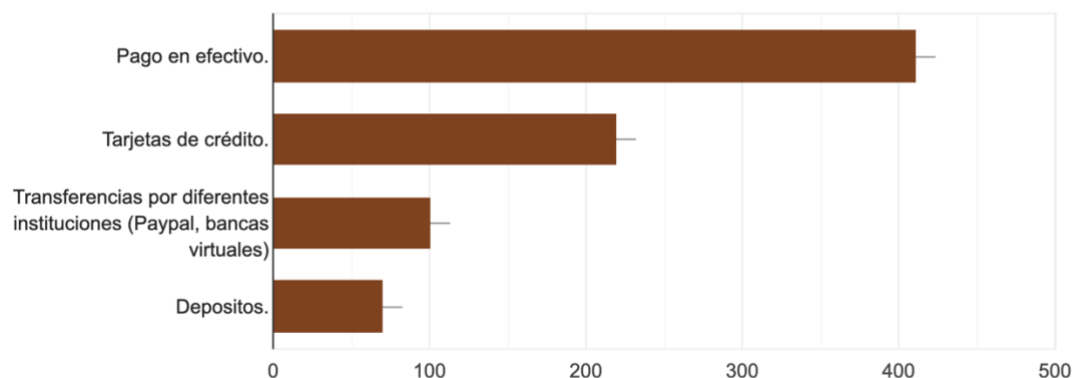


**Ilustración 8.**

*Pregunta 7. De encuesta.*

**7. Qué formas de pago le gustaría que manejemos? (OPCIONES MÚLTIPLES)**

470 respuestas

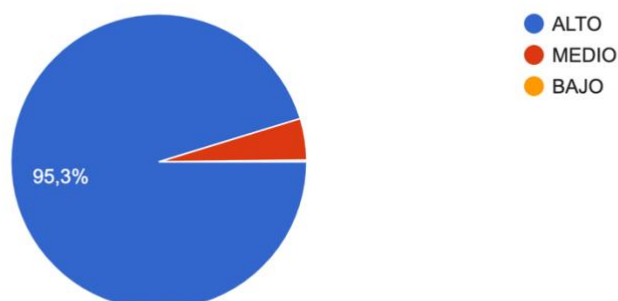


**Análisis:** La forma de pago con mayor resultado fue pago en efectivo buscando mejorar las estrategias para este sistema de cobranza como el hecho de que se deposite constantemente el efectivo en bancos para evitar sucesos que no sean favorables para la organización; continuando con tarjetas de crédito que más de 200 encuestados escogieron esta opción, culminando con transferencia y depositos.

### Ilustración 9.

Pregunta 8. De encuesta.

8. Nivel de aceptación respecto al servicio  
507 respuestas

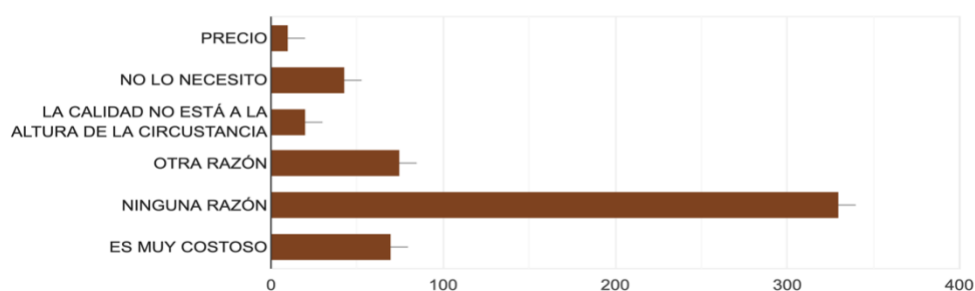


**Análisis:** El nivel de aceptación fue alto con un 95,3%; demostrando que la implementación de este proyecto sería aceptado por parte de los clientes, dicho esto se busca un posicionamiento de la empresa.

### Ilustración 10

Pregunta 9. De encuesta.

9. ¿Cuál es la razón por la que no puede elegir nuestro producto/servicio? (OPCIONES MÚLTIPLES)  
518 respuestas



**Análisis:** Ninguna fuera la razón por la que el 63,70% de encuestados no ocuparía el servicio; dejando como resultado que se busque satisfacer la variable precio para que exista un balance del mismo entre la futura empresa y sus clientes.

## 2.3 ESTUDIO DE VARIABLES DEL MARKETING MIX (PRODUCTO, PRECIO, PROMOCIÓN Y PLAZA).

En este punto del capítulo se analizará las variables del marketing mix que son producto, precio, promoción y plaza referente a la empresa de asistencia administrativa.

“El marketing mix es 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.” (Fernández, 2015)

Fernández en el año 2015 indica que el marketing mix es una combinación de cuatro herramientas que den un resultado de una estrategia de marketing adecuada, de tal manera que el precio, el producto, la plaza y la promoción se unan y generen beneficios dentro de la empresa.

### 2.3.1 PRODUCTO.

En la tabla a continuación se presentan los servicios que se brindan.

**Tabla 2.**  
*Servicios prestados.*

<b>SERVICIOS.</b>
Asesorías administrativas.
Capacitaciones administrativas.
Actividades en las áreas de la empresa.

La empresa prestará servicios destinados ha asesorar administrativamente, capacitar y realizar actividades en las diferentes áreas de la empresa.

### 2.3.2 PRECIO.

El detalle del precio de los servicios son de suma importancia dentro del mercado, se calcularían para que de tal forma deje utilidades dentro de la empresa.

“El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc.” (Espinosa, 2014)

**Tabla 3.**

*Precio de los servicios.*

<b>SERVICIOS.</b>	<b>PRECIO ESTIMADO.</b>
Asesorías.	Varía según el tipo de asesoría.
Capacitaciones.	\$25,00 un día. \$35,00 dos días. \$45,00 tres días. Más de 5 personas de una empresa \$10 el día, 15 dos días, \$20 tres días.
Actividades en las áreas.	Varía según el tipo de actividad.

Los precios varían según el tipo de servicios que se de y su magnitud pero claramente se hizo un presupuesto de un aproximado.

### **2.3.3 PROMOCIÓN.**

#### **2.3.3.5 LOGO.**

El proyecto presenta el siguiente logo.

#### **Ilustración 11.**

*Propuesta de logo del proyecto.*



#### **2.3.3.6 SLOGAN.**

Presentando a continuación el slogan propuesto.

**Ilustración 12.**

*Propuesta del slogan del proyecto.*



El punto de la promoción se manejará por medio de la comunicación:

- Redes Sociales y página web, presentando de tal forma las publicidades por estos medios que pueden llegar a ser gratuitos para así llegar al cliente de una manera digital que es una gran estrategia en la actualidad.

- Se manejaran sorteos, regalos y cupones por las contrataciones de nuestros servicios.

- Correos electrónicos, se enviaran correos masivos en el cual se brinde información a una base de clientes potenciales.

**2.3.4 PLAZA.**

La plaza será determinada en un zona estratégica como tienda propia, aunque se plantearía la opción que los servicios que se puedan también se den de manera virtual para comodidad del cliente.

**2.4 ANÁLISIS COMPETITIVO (PORTER).**

Según (Porter, 1980) el análisis competitivo es una herramienta que utilizan las empresas para conocer, análisis y proponer estrategias en el mercado meta. Dicho análisis está basado en el estudio de cinco fuerzas que posee el mercado, en el cual cada una de ellas proporciona una visión y relación de la empresa con su entorno.

De esta forma en esta sección se presentarán las 5 fuerzas de Porter que contiene este proyecto.

### **2.4.1 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.**

En el mercado se debe de manejar de forma correcta el poder de negociación que se tenga con los compradores de esta manera se genera una gran ventaja competitiva, generando de tal forma una fidelización por parte del comprador, dando como resultado mayores ventas de los productos o servicios para así tener mayores ingresos.

Por motivo de que la empresa recién empezará a incursionar en el mercado el poder de negociación con los clientes es bajo ya que no se conoce el servicio que se esta brindando; es por esto que se presentan las siguientes estrategias:

- Se garantizará que los servicios estén publicados en diferentes redes sociales, para que lleguen mas clientes; mejorando el marketing y la publicidad.
- Aplicar sucursales en diferentes sitios del país, para que muchos más clientes puedan adquirir el servicio.
- Constantemente estar preparandose académicamente para brindar un buen servicio.
- Constantemente agregar valores añadidos al servicio.

### **2.4.2 AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES ENTRANTES.**

Claramente la situación se complicaría con la entrada de nuevos competidores, pero hay que comprometerse a ser líderes en el servicio que brindamos, en el mercado actual es casi inexistente la competencia en este tipo de negocios.

Generaría una desventaja que lleguen otras empresas con el mismo servicio ya que un mercado saturado de empresas con la misma rama genera riesgos, así mismo se deben de crear barreras fuertes para que la amenaza no sea tan invasiva, midiendo la capacidad de la competencia y aprovechar oportunidades.

Dicho esto, se presentan las siguientes estrategias a plantear en la organización de este proyecto:

- Diferenciaciones e innovaciones de nuestros servicios de manera constante.
- Aumentar canales de distribución del servicio.
- Revisar los inconvenientes y problemas existentes para buscar soluciones eficientes.
- Buscar constantemente estrategias para implementar en las operaciones que se realizan en la organización.

#### **2.4.3 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.**

Para que la empresa continúe en marcha de gran forma se debe de tener un poder de negociación de los proveedores ya que es un tema que abarcaría gran ventaja, a pesar de que es un servicio intelectual se necesitará de proveedores para materiales indirectos para la oficina, las capacitaciones, etc; es por esto que se presentan las siguientes estrategias:

- Alianzas con empresas que nos brinden los materiales más económicos.
- Ir aumentando carteras de proveedores.

#### **2.4.4 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS.**

Los productos sustitutos en este caso servicios similares hacen que exista una mayor oferta y que el cliente tienda a elegir aunque de esta forma disminuiría el consumo a nuestro servicio, mucho más si vienen con precios más bajos y otras ventajas para ellos que no beneficiarían a la empresa.

Se presentan las siguientes estrategias:

- Incrementar constantemente la calidad del servicio.
- Estar atentos a las nuevas novedades y necesidades de los clientes para poder satisfacerlas a tiempo.
- Diversificar el servicio a nuevas áreas corporativas.

#### 2.4.5 RIVALIDAD COMPETITIVA.

La rivalidad competitiva se pone dura entre mas competencia exista más complicaciones existen, siendo esta sección el resultado de las cuatro fuerzas anteriores dejando estrategias para que la empresa encuentre un posicionamiento en el mercado y una fidelización con la clientela; se determina por el número de competidores en un mismo mercado y las estrategias son las siguientes:

- Invertir en el área de marketing para tener mayor acogida.
- Asociarse con otras empresas.
- Trabajar en la experiencia del cliente.

#### 2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

El servicio específicamente es brindado para potenciar los emprendimientos de Manta, con capacitaciones, asesorías y tareas específicas que requiera el emprendedor para su empresa.

**Tabla 4.**

*Características de los servicios prestados.*

SERVICIOS.	CARACTERÍSTICAS.
Asesorías.	Asesorías en las áreas financieras, administrativas, legal, talento humano y marketing; con situaciones específicas, por ejemplo se acerca un emprendedor porque está en un dilema con un trabajador; nuestro equipo de talento humano buscará la mejor alternativa de solución.
Capacitaciones.	Capacitaciones en las áreas financieras, administrativas, legal, talento humano y marketing; con temas específicos; como capacitaciones de servicio al cliente, de liderazgo, gestión de empresas, manejo de finanzas en las microempresas, planificación organizacional, entre otros.
Actividades en las áreas.	Actividades a realizar como llevar contabilidad, declaraciones, planes de negocios, planes de marketing, constituciones de empresas, estudios de mercado, etc.



## 2.6 CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DEL PRODUCTO/SERVICIO.

En la tabla 5 presentada a continuación se muestran las características de los servicios que brinda la organización:

**Tabla 5.**

*Características específicas de los servicios.*

#	FINANCIERA	ADMINISTRATIVA	MARKETING	LEGAL	SOCIAL
<b>ASESORÍA</b>	Asesorar a los emprendedores en el área financiera por sucesos en la misma o para direccionar en la toma de decisiones; consistiendo en que el emprendedor se acerque a oficina detalle el caso y se remita en un lapso de tiempo un informe detallando observaciones, sugerencias, etc.	Se plantea este servicio para brindarle al emprendedor asesorías corporativas para tomar decisiones encaminadas en la planificación, organización, dirección y control; consiste en que el emprendedor describa el acontecimiento y se remita con sugerencias, observaciones, etc por medio de un informe.	Por parte de esta área se busca asesorar al emprendedor para brindarle asistencia en temas relacionadas a la misma ofreciendo que se presente el suceso y se remita la asesoría con sugerencias por parte del informe.	La asesoría muestra por parte de esta área la consultoría en temas legislativos dentro de la empresa; conlleva la misma dinámica de áreas nombradas con anterioridad es decir detallar el acontecimiento para previamente argumentar con sugerencias por parte de un informe.	En esta área buscamos el trabajar con la empresa específicamente en un recurso tan importante como es el del talento humano, presentando el suceso para culminar con un informe presentando detalles relevantes y sugerencias.
<b>CAPACITACIONES</b>	Las capacitaciones en esta área van direccionadas en presentar conferencias enfocadas en temas	En el ambito administrativo consiste en la misma ejecución pero con temas de planificación estratégica, organización empresarial, entre otros;	Las capacitaciones en mercadotecnia son para temas como servicio al cliente, promociones, uso de aplicaciones y redes sociales con el fin	Lo legislativo abarca temas en conferencias sobre normas corporativas en Ecuador, normas de importaciones y	El ambito social presenta conferencias relaciones al talento humano como una eficiente selección y

	<p>contables y financieros (análisis financiero, NIIF, salarios, etc); consistiendo en dos formas presentar calendarios de capacitaciones a todo público o en que el emprendedor busque una capacitación personalizada para un grupo (empleados) de personas.</p>	<p>consistiendo en dos formas presentar calendarios de capacitaciones a todo público o en que el emprendedor busque una capacitación personalizada para un grupo (empleados) de personas.</p>	<p>comercial, etc; consistiendo en dos formas presentar calendarios de capacitaciones a todo público o en que el emprendedor busque una capacitación personalizada para un grupo (empleados) de personas.</p>	<p>exportaciones; consistiendo en dos formas presentar calendarios de capacitaciones a todo público o en que el emprendedor busque una capacitación personalizada para un grupo (empleados) de personas.</p>	<p>reclutamiento del personal, etc; consistiendo en dos formas presentar calendarios de capacitaciones a todo público o en que el emprendedor busque una capacitación personalizada para un grupo (empleados) de personas.</p>
<p><b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b></p>	<p>Este servicio se enfoca en presentar asistencia con las actividades financieras que el emprendedor requiera como llevar contabilidad, declaraciones de impuestos, analizar estados financieros entre otros; previamente se agenda cita y se nos solicita la actividad, determinamos un plazo para la entrega.</p>	<p>En el área administrativa buscamos el trabajar con el emprendedor en tareas como el sugerir tendencias de venta, planes de negocios, comunicación en la empresa, gestionar calendarios, gestionar actividades, entre otros; previamente se agenda cita y se nos solicita la actividad, determinamos un plazo para la entrega.</p>	<p>Las actividades en el área de mercadotecnia que se realizarán es la de planes de marketing, publicidades, administración de redes sociales de los negocios, etc; previamente se agenda cita y se nos solicita la actividad, determinamos un plazo para la entrega.</p>	<p>En el aspecto legal abarcan actividades como las de constituciones de empresas, tramitaciones de documentos, permisos, prestaciones de abogados en el ámbito corporativo, etc; previamente se agenda cita y se nos solicita la actividad, determinamos un plazo para la entrega.</p>	<p>La rama social presta servicios de talento humano para la escogencia de un personal idóneo según los requerimientos que busca la empresa, estrategias de recursos humanos, etc; previamente se agenda cita y se nos solicita la actividad, determinamos un plazo para la entrega.</p>

## **2.7 ANÁLISIS COMPARATIVOS CON PRODUCTOS SIMILARES.**

Actualmente en Manta y sus alrededores existen algunas empresas que brindan servicios parecidos pero por separado; por ejemplo la empresa Branding que es una agencia de publicidad ubicados en la calle 13 y avenida 22, otra empresa es Byles asesoría contable ellos se dedican a realizar actividades contables a diferentes empresas, así mismo existen más empresas que se dedican a brindar servicios de estas características pero ninguna uniendo cada una de las áreas.

Dicho esto en el proyecto se propone la creación de una empresa dedicada a brindar cada uno de estos servicios en un solo lugar.

## **CAPÍTULO III.**

### **3. ESTUDIO TÉCNICO**

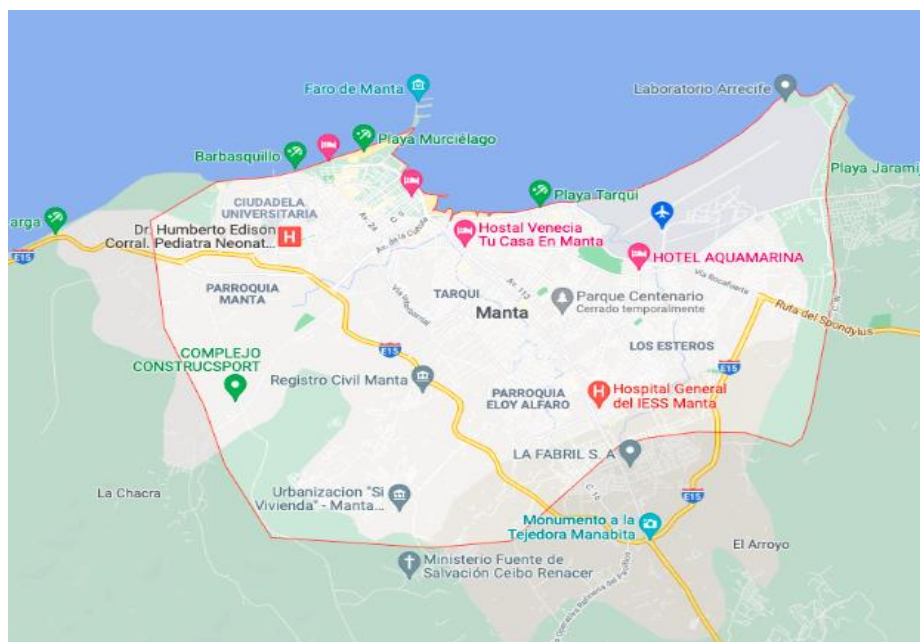
“En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable.” (Lopez, n.d.)

Por esto, es que en este capítulo se presentarán las descripciones de las características de la localización del negocio, bosquejo del área de trabajo, diagramas de procesos, listado de recursos a ocupar, cálculo de materiales junto con el listado de los diferentes proveedores.

#### **3.1 DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO.**

El emplazamiento de la empresa estará ubicada en una zona concurrida, visible para los emprendedores operativos y los posibles que deseen emprender este gran reto económico por zonas comerciales en Manta cerca de nuestros clientes potenciales, un lugar que sea de fácil llegada por parte de los consumidores y que la empresa tenga las comodidades para poder atender al cliente, de igual forma el emprendimiento no necesita de muchas instalaciones por el tamaño y actividad que se realizará.

**Ilustración 13.**  
*Localización del negocio.*



### **3.2 REALIZACIÓN DE UN BOSQUEJO DEL ÁREA DE TRABAJO.**

Debería existir un área administrativa para llevar las gestiones en la empresa, un aula como auditorio para dar las capacitaciones, oficina para las asesorías y la realización de las actividades que nos pidan los consumidores, el área de recepción para la toma de información y turnos, baños.

**Ilustración 14.**

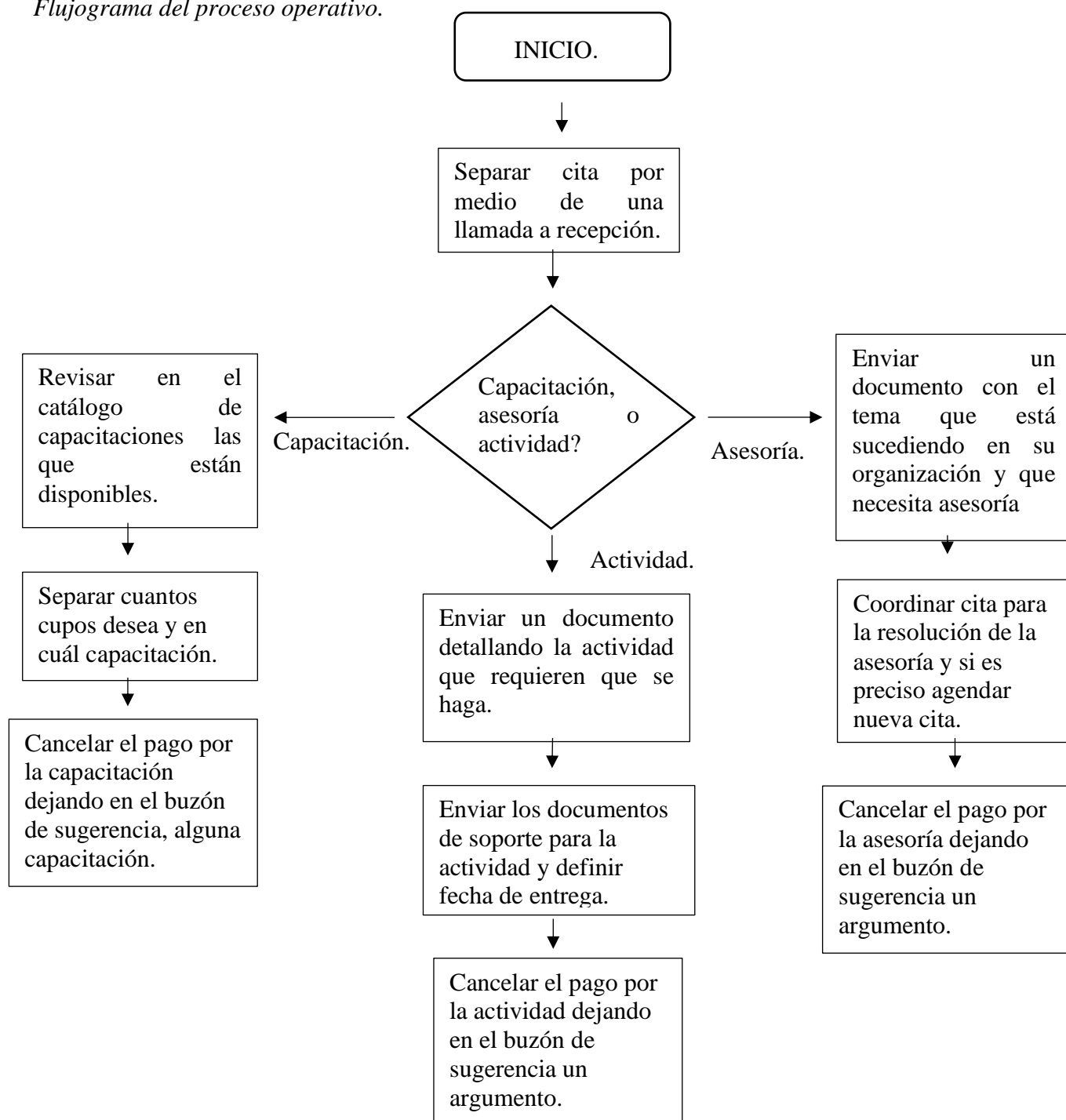
*Bosquejo del área de trabajo.*



Se presenta el bosquejo de las oficinas del proyecto con adecuaciones para atender a los futuros clientes de tal forma que sea eficiente.

### **3.3 DIAGRAMA DE PROCESOS.**

En la sección de este capítulo se encuentra con el diagrama de procesos que presenta las actividades que realizaría el consumidor para llegar a obtener el servicio que necesite para su empresa.

**Ilustración 15.***Flujograma del proceso operativo.*

### 3.4 LISTADO DE RECURSOS (MÁQUINAS, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS, ETC)

**Tabla 6.**

*Lista de máquinas, equipos y herramientas.*

CANTIDAD	EQUIPO	COSTO
3	COMPUTADORAS	\$400,00
1	IMPRESORA	\$ 75,00
1	PROYECTOR	\$175,00

Los equipos destinados fueron cotizados en empresas como Artefacta y Mercado Libre.

### 3.5 CÁLCULO DE LOS MATERIALES Y MATERIA PRIMA A UTILIZAR EN EL PROCESO PRODUCTIVO.

**Tabla 7.**

*Precios de materiales.*

CANT	MATERIALES	PRECIO
100	Hojas bond	\$ 4,00
100	Bolígrafos	\$25,00
100	Carpetas	\$10,00

Los materiales a ocupar fueron cotizados en la Empresa “Todo y Papelería” ubicada en Manta.

### 3.6 LISTADO DE LOS PROVEEDORES.

**Tabla 8.**

*Lista de proveedores.*

PROVEEDOR	DIRECCIÓN	MATERIAL
Todo y papelería	Manta	Hojas bond, bolígrafos, carpetas.
Artefacta	Manta	Computadores e impresora
Mercado libre	Manta	Proyector.



## CAPÍTULO IV.

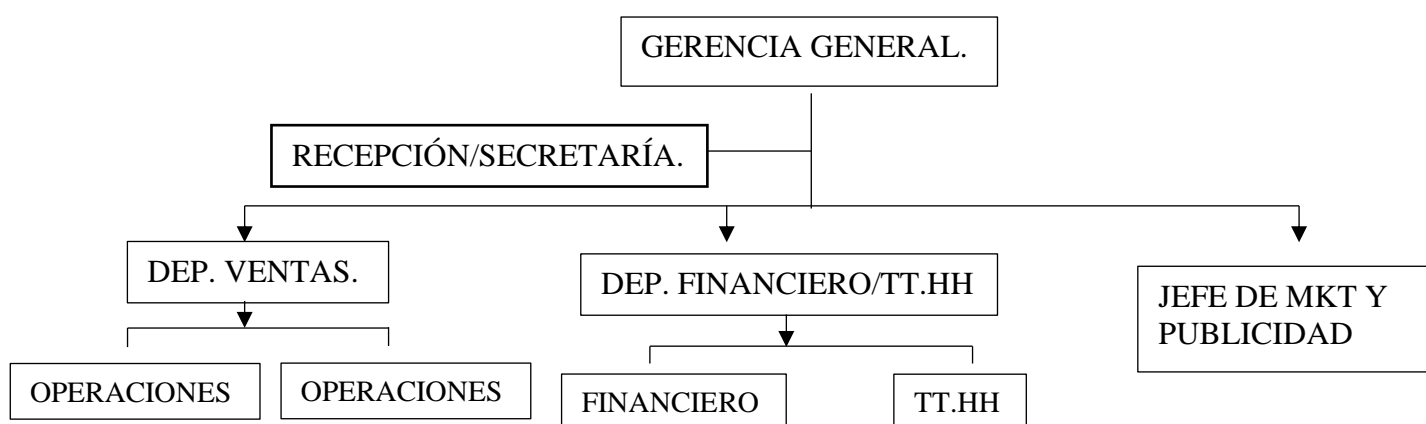
### 4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

#### 4.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL.

##### DIAGRAMA ESTRUCTURAL.

###### Ilustración 16.

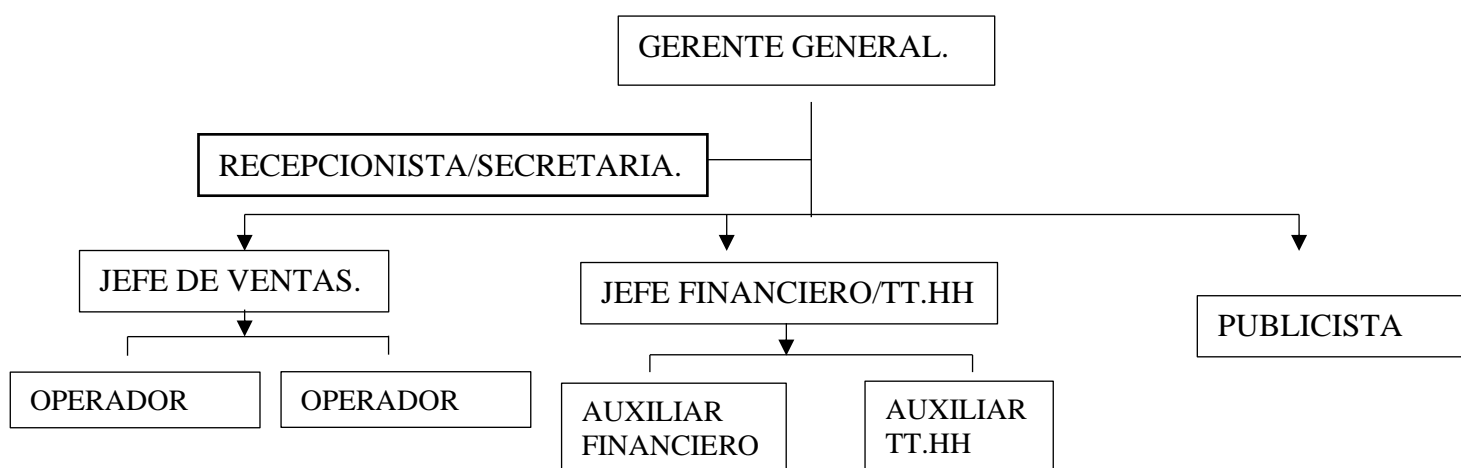
*Diagrama estructural.*



##### DIAGRAMA FUNCIONAL.

###### Ilustración 17.

*Diagrama funcional.*



## 4.2 FUNCIONES SEGÚN LAS RESPONSABILIDADES DE CADA PERSONA.

**Tabla 9.**

*Lista de funciones de los empleados.*

ÁREA	CARGO	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	FUNCIONES	FORMACIÓN	EXPERIENCIA
Gerencia	Gerente General	Desarrollar cada uno de los procesos administrativos en la empresa; planificación, organización, control y ejecución, desarrollando estrategias para cumplir las metas propuestas.	-Representar legalmente a la empresa. -Gestionar los recursos de la organización. -Controlar los avances y resultados en los departamentos. -Hacer que evolucionemos en el mercado. -Estar al pendiente de las situaciones de la empresa.	Lcdo. Administración de Empresas	3-4 años
Gerencia	Secretaria general.	Colaborar con el gerente general, documentaciones de la empresa y atenciones con el público.	-Asistir a gerencia general. -Tomar turnos de los clientes que quieran unirse al servicio. -Recibir llamadas. -Coordinar documentaciones.	Lcdo. Administración de Empresas	1-2 años
Ventas	Jefe de ventas	Encargado de gestionar los procesos en el área de Ventas.	-Planificar los procesos en el área de ventas. -Controlar las actividades en el área de ventas.	Lcdo. Administración de Empresas	1-2 años
Ventas	Operador	Trabajar en la prestación del servicio en el área legal.	-Asesorar a los clientes en el área legal organizacional. -Capacitar a los clientes en el área legal organizacional. -Realizar actividades que el cliente solicite en el área legal.	Abogado	1-2 años
Ventas	Operador	Trabajar en la prestación del servicio en el área financiera, administrativa, talento humano y marketing.	-Asesorar a los clientes en el área financiera, administrativa, talento humano y marketing.	Lcdo. Administración de Empresas	1-2 años

			-Capacitar a los clientes en el área financiera, administrativa, talento humano y marketing. -Realizar actividades que el cliente solicite en el área financiera, administrativa, talento humano y marketing.		
Financiera / TT.HH	Jefe financiero/ TT.HH	Encargado de gestionar los procesos en el área financiera y talento humano.	-Planificar los procesos en el área financiera y de TT.HH -Controlar las actividades en el área financiera y de TT.HH	Lcdo. Administración de Empresas	1-2 años
Financiera / TT.HH	Auxiliar financiero.	Desarrollar y servir como soporte en las actividades financieras de la organización.	-Colaborar con las actividades financieras y contables de la empresa.	Lcdo. En Auditoria	1-2 años
Financiera / TT.HH	Auxiliar TT.HH	Desarrollar y servir como soporte en las actividades de talento humano de la organización.	-Colaborar con las actividades de talento humano de la empresa.	Lcdo. Administración de Empresas	1-2 años
Marketing y publicidad	Publicista	Encargado de gestionar los procesos de mercadotecnia y publicidad en la empresa.	-Planificar y desarrollar los procesos en el área de marketing -Controlar las actividades en el área financiera y de TT.HH	Lcdo. En Marketing.	1-2 años

### 4.3 PREVISIÓN DE RRHH.

**Tabla 10.**  
*Rol de pagos.*

<b>CARGO</b>	<b>CANT</b>	<b>SUELDO</b>	<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>DEC. TERCERO</b>	<b>DEC. CUARTO</b>	<b>FONDO DE RESERVA</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>A. PATRONAL</b>	<b>A. PERSONAL</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANNUAL</b>
Gerente General	1	\$800,00	\$800,00	\$41,67	\$35,42	\$66,64	\$33,33	\$89,20	\$75,60	\$990,66	\$11.887,88
Secretaria General	1	\$500,00	\$500,00	\$50,00	\$35,42	\$41,65	\$20,83	\$55,75	\$47,25	\$656,40	\$7.876,80
Jefe de ventas	1	\$600,00	\$600,00	\$83,33	\$35,42	\$49,98	\$25,00	\$66,90	\$56,70	\$803,93	\$9.647,16
Operador	2	\$500,00	\$1.000,00	\$50,00	\$70,84	\$83,30	\$41,67	\$111,50	\$94,50	\$1.262,81	\$15.153,68
Jefe financiero	1	\$600,00	\$600,00	\$41,67	\$35,42	\$49,98	\$25,00	\$66,90	\$56,70	\$762,26	\$9.147,16
Auxiliar financiero	1	\$500,00	\$500,00	\$41,67	\$35,42	\$41,65	\$20,83	\$55,75	\$47,25	\$648,07	\$7.776,80
Auxiliar TT.HH	1	\$500,00	\$500,00	\$41,67	\$35,42	\$41,65	\$20,83	\$55,75	\$47,25	\$648,07	\$7.776,80
Publicista	1	\$500,00	\$500,00	\$416,67	\$35,42	\$41,65	\$20,83	\$55,75	\$47,25	\$1.023,07	\$12.276,80
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>\$4.500,00</b>	<b>\$5.000,00</b>	<b>\$766,67</b>	<b>\$318,76</b>	<b>\$416,50</b>	<b>\$208,33</b>	<b>\$557,50</b>	<b>\$472,50</b>	<b>\$6.795,26</b>	<b>\$81.543,08</b>

## CAPÍTULO V.

### 5. ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO.

#### 5.1 MARCO LEGAL

El marco legal en Ecuador esta conformado por varias leyes y normas a pesar que la máxima ley es la de la Constitución de la República del Ecuador en la cual nos indica los siguientes artículos:

El estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 325 (... Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos...) (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Art. 326 (...El Estado impulsará el pleno empleo y la eliminación del subempleo y del desempleo...) (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Código orgánico de la producción, comercio e inversiones, El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. (COPCI, 2017)

Ley de compañías, Ley que regula las actividades contractuales de dos o mas personas que unen el capital con un mismo objetivo. (Ley de compañías , 2013)

Código de trabajo, este código es el encargado de regular y controlar las relaciones entre el empleado y el empleador en cualquier de las modalidades contractuales de trabajo. (Código de trabajo, 2019)

Ley de Seguridad Social, estas leyes establecen que los sujetos a la seguridad social, IESS, en calidad de afiliados son todos aquellos que percibe ingresos por la realización de

una actividad física o intelectual en relación de dependencia. (Ley de seguridad social, 2017 )

Ley de Régimen Tributario Interno, Regula y controla todas las actividades comerciales para tributación en base a lo establece el estado, basándose en el cálculo de los distintos impuestos que deben aportar las personas naturales y jurídicas. (Ley de regimen tributario interno, 2014)

## **5.2 REQUISITOS PARA SU LEGITIMIDAD.**

El sitio web (Lex Pro Ecuador, 2021) nos muestra los siguientes requisitos para la creación de la empresa:

- 1) Aprobación de nombre ante la Superintendencia de Compañías
- 2) Elaboración de Minuta de la escritura de constitución y del nombramiento.
- 3) Agenciamiento y cierre de escritura en la Notaría.
- 4) Trámite de aprobación e inscripción de la escritura en el Registro Mercantil con el nombramiento del Representante Legal
- 5) Notificación y obtención en la Superintendencia de Compañías de la nómina de accionistas, Certificado de Cumplimiento de Obligaciones y Número de Expediente.
- 6) Obtención del Registro Único de Contribuyentes ante el SRI.
- 7) Elaboración de Libro de Acciones y Accionistas y títulos de acciones con sus respectivos talonarios.

Se constituirá como una empresa unipersonal de responsabilidad limitada es decir que se llevará a cabo siendo una persona jurídica diferente e independiente de la persona natural a la que pertenezca.

## CAPÍTULO VI.

### 6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.

Este capítulo se detallará un análisis económico financiero de la empresa presentado en proyecciones.

#### 6.2 COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN.

**Tabla 11.**  
*Costos unitarios de producción,*

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>MP</b>	<b>MOD</b>	<b>CIF</b>	<b>TOTAL</b>
Asesorías	1	\$25,00	\$12,00	\$10,00	\$47,00
Capacitaciones	1 día.	\$30,00	\$12,00	\$10,00	\$52,00
Capacitaciones	Dos días.	\$40,00	\$12,00	\$10,00	\$62,00
Capacitaciones	Tres días.	\$50,00	\$12,00	\$10,00	\$72,00
	Más de 5				
	personas	\$10,00 un día,	\$12,00 un día,	\$8,00 un día,	\$30,00 un día,
	de una	\$15,00 dos días,	\$16,00 dos días,	\$7,00 dos días,	\$38,00 dos días,
Capacitaciones	empresa.	\$20 tres días	\$22,00 tres días	\$6,00 tres días	\$48,00 tres días
Tareas	1	\$25,00-\$30,00	\$12,00-\$14,00	\$8,00-\$12,00	\$45,00-\$56,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$349,00</b>

En la tabla presentada a continuación se da a conocer sobre los costos unitarios, los mismos fueron detallados por cada servicio que se brinda con un mínimo de costos de la materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación con un total de la suma de los elementos nombrados con anterioridad.

### 6.3 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS.

**Tabla 12.**

*Estructurado de costos y gastos.*

	VALOR	
	MENSUAL	ANUAL
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS.</b>		
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$1.300,00	\$15.600,00
ÚTILES DE OFICINA	\$40,00	\$480,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$50,00	\$600,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$1.390,00</b>	<b>\$16.680,00</b>
<b>COSTOS DE VENTAS</b>		\$0,00
PUBLICIDAD	\$700,00	\$8.400,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$42,00	\$504,00
SUELDOS EN VENTAS	\$3.200,00	\$38.400,00
ÚTILES DE OFICINA	\$45,00	\$540,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$3.987,00</b>	<b>\$47.844,00</b>
	<b>\$5.377,00</b>	<b>\$64.524,00</b>

La estructura de los gastos fue dividida en dos secciones, comenzando con los gastos administrativos que se desglosaron los sueldos, útiles de oficina y los servicios básicos; dejando un subtotal mensual de \$1.390,00 llegando a tener un subtotal en el año de \$15.600,00 en dichos gastos.

Los segundos gastos se efectuaron en el área de ventas y marketing con publicidad, servicios básicos, sueldos en ventas y útiles de oficina arrojando un valor mensual de \$5.377,00 y anualmente dando \$47.844,00.

Dicho esto en la estructura de los gastos abarca un valor de \$5.377.00 de forma mensual y anual \$64.524,00.

### 6.4 PROYECCIÓN DE VENTAS.

#### 6.4.1 PROYECCIÓN DE VENTAS (UNIDADES).

Se establece el cumplir una meta del 17% de unidades en servicio del total de la población (3240) con un aumento del 4% anual.



**Tabla 13.***Proyecciones de ventas en unidades.*

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Asesorías	550	572	595	619	643
Capacitaciones	550	572	595	619	643
Capacitaciones	550	572	595	619	643
Capacitaciones	550	572	595	619	643
Capacitaciones	550	572	595	619	643
Tareas	550	572	595	619	643

#### **6.4.2 PROYECCIÓN DE VENTAS (MONETARIO).**

Con los precios y unidades establecidas se proyectan las ventas en valores monetarios.

**Tabla 14.***Proyecciones de ventas monetarias.*

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Asesorías	\$25.850,00	\$26.884,00	\$27.959,36	\$29.077,73	\$30.240,84
Capacitaciones	\$28.600,00	\$29.744,00	\$30.933,76	\$32.171,11	\$33.457,95
Capacitaciones	\$34.100,00	\$35.464,00	\$36.882,56	\$38.357,86	\$39.892,18
Capacitaciones	\$39.600,00	\$41.184,00	\$42.831,36	\$44.544,61	\$46.326,40
Capacitaciones	\$26.400,00	\$27.456,00	\$28.554,24	\$29.696,41	\$30.884,27
Tareas	\$30.800,00	\$32.032,00	\$33.313,28	\$34.645,81	\$36.031,64
<b>TOTAL</b>	<b>\$185.350,00</b>	<b>\$192.764,00</b>	<b>\$200.474,56</b>	<b>\$208.493,54</b>	<b>\$216.833,28</b>

#### **6.5 PLAN DE INVERSIÓN.**

En esta sección se presentará un listado de diferentes elementos para la apertura de la microempresa.

**Tabla 15.**  
*Cálculo del plan de inversión y origen de fondos.*

<b>PLAN DE INVERSIÓN Y ORIGEN DE FONDOS</b>				
<b>INVERSION INICIAL</b>				
	<b>Monto</b>	<b>Aporte</b>	<b>Credito</b>	<b>Total</b>
<b>ACTIVOS</b>				
Terreno	\$ 10.000,00	\$ 3.000,00	\$ 7.000,00	\$ 10.000,00
Edificio	\$ 2.500,00	\$ 1.000,00	\$ 1.500,00	\$ 2.500,00
Adecuaciones	\$ 300,00	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 300,00
Maquinarias, equipos y herramientas	\$ 689,00	\$ 282,50	\$ 406,50	\$ 689,00
Equipo de compputo	\$ 910,00	\$ 100,00	\$ 810,00	\$ 910,00
Muebles y equipos de oficina	\$ 3.000,00	\$ 700,00	\$ 2.300,00	\$ 3.000,00
Gastos de Constitución y otros impuestos.	\$ 2.000,00	\$ 600,00	\$ 1.400,00	\$ 2.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 19.399,00</b>	<b>\$ 5.782,50</b>	<b>\$ 13.616,50</b>	<b>\$ 19.399,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>				
Costo indirecto	\$ 349,00	\$ 100,00	\$ 249,00	\$ 349,00
Gastos Administrativos	\$ 1.390,00	\$ 1.000,00	\$ 390,00	\$ 1.390,00
Gastos de ventas	\$ 3.987,00	\$ 655,00	\$ 3.332,00	\$ 3.987,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.726,00</b>	<b>\$ 1.755,00</b>	<b>\$ 3.971,00</b>	<b>\$ 5.726,00</b>
<b>GRAN TOTAL</b>				<b>\$ 25.125,00</b>
Del cual;				
<hr/>				
<b>DESTINO</b>	<b>CAPITAL</b>			
PRÉSTAMO	\$17.587,50	<b>70%</b>		
APORTE PROPIO	\$ 7.537,50	<b>30%</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>\$25.125,00</b>			

## 6.6 LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO.

La forma de financiamiento será distribuida por parte de un aporte propio y con la realización de un crédito.

**Tabla 16.**  
*Líneas de financiamiento.*

	<b>APORTE</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>
<b>ACCIONISTA</b>	PERSONAL	\$ 7.537,50	30%
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	CRÉDITO (CFN)	\$ 3.971,00	
<b>ACTIVOS FIJOS.</b>	CRÉDITO (CFN)	\$ 13.616,50	70%
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 25.125,00</b>	

Las líneas de financiamiento son dadas por parte del aporte personal del accionista con un monto del 30% de \$7.537,50 siendo dividido el capital de trabajo con \$3.971,00 y los activos fijos con \$13.616,50 sumando el 70% del total de inversión porcentualmente que se financiará por parte de un crédito que se realizará en la CFN; llegando al análisis de un total de \$23.125,00 que se busca financiar.

## 6.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO (5 AÑOS).

**Tabla 17.**

*Estado de flujo de caja proyectado en 5 años.*

<b>ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO</b>						
Rubros	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
Ventas netas		\$185.350,00	\$192.764,00	\$200.474,56	\$208.493,54	\$216.833,28
<b>TOTAL DE INGRESOS OPERATIVOS</b>		\$185.350,00	\$192.764,00	\$200.474,56	\$208.493,54	\$216.833,28
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
Costos de ventas		\$47.844,00	\$48.322,44	\$48.805,66	\$49.293,72	\$49.786,66
Gastos varios		\$53.244,00	\$53.889,24	\$54.540,93	\$52.199,14	\$50.863,93
Participación de trabajadores.	\$0,00	\$8.561,53	\$9.979,69	\$11.488,17	\$13.093,50	\$14.802,72
Impuesto a la renta	\$0,00	\$12.128,83	\$14.137,89	\$16.274,91	\$18.549,12	\$20.970,53
Dividendos	\$0,00	\$10.915,95	\$12.724,10	\$14.647,42	\$16.694,21	\$18.873,47
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>		\$132.694,31	\$139.053,36	\$145.757,10	\$149.829,69	\$155.297,31
<b>EGRESOS DE FINANCIAMIENTO</b>						
Gastos de financiamiento		\$12.959,62	\$10.238,72	\$7.245,75	\$3.953,47	\$331,97
Pago de capital		\$ 4.639,54	\$ 4.639,54	\$ 4.639,54	\$ 4.639,54	\$ 4.639,54
<b>TOTAL DE EGRESOS DE FINANCIAMIENTO</b>		\$17.599,16	\$14.878,26	\$11.885,29	\$8.593,01	\$4.971,51
<b>OTROS EGRESOS</b>		\$23.198,11	\$27.477,22	\$31.937,62	\$36.580,46	\$41.405,39
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>		\$173.491,58	\$181.408,84	\$189.580,01	\$195.003,16	\$201.674,21
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
CREDITO	\$17.587,50	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
APORTE PROPIO	\$7.537,50	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>TOTAL DE INGRESOS NO OPERATIVOS</b>	\$25.125,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
Activos fijos	\$17.399,00					
Activos diferidos	\$2.000,00					
<b>TOTAL DE EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	\$19.399,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>FLUJO FINANCIERO</b>	\$5.726,00	\$11.858,42	\$11.355,16	\$10.894,55	\$13.490,39	\$15.159,07
<b>FLUJO DEL AÑO ANTERIOR</b>		\$5.726,00	\$17.584,42	\$28.939,58	\$39.834,13	\$53.324,52
<b>FLUJO DE CAJA</b>		\$17.584,42	\$28.939,58	\$39.834,13	\$53.324,52	\$68.483,59

### 6.8 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS (5 AÑOS).

**Tabla 18.**

*Estado de Resultados proyectado en 5 años.*

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS</b>					
Rubros	1	2	3	4	5
VENTAS NETAS	\$185.350,00	\$192.764,00	\$200.474,56	\$208.493,54	\$216.833,28
COSTO DE VENTAS	\$48.322,44	\$48.805,66	\$49.293,72	\$49.786,66	\$50.284,52
UTILIDAD BRUTA	\$137.027,56	\$143.958,34	\$151.180,84	\$158.706,88	\$166.548,76
(-)Gastos operativos	\$65.244,00	\$65.889,24	\$66.540,93	\$67.199,14	\$67.863,93
UTILIDAD OPERATIVA	\$71.783,56	\$78.069,10	\$84.639,91	\$91.507,74	\$98.684,83
(-)Gastos financieros	\$ 14.706,71	\$ 11.537,84	\$ 8.052,09	\$ 4.217,76	\$ 0,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$57.076,85	\$66.531,26	\$76.587,82	\$87.289,98	\$98.684,83
(-)Particip. Empl. 15%	\$8.561,53	\$9.979,69	\$11.488,17	\$13.093,50	\$14.802,72
UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA.	\$48.515,32	\$56.551,57	\$65.099,65	\$74.196,49	\$83.882,10
(-)Impuesto a la renta 25%	\$12.128,83	\$14.137,89	\$16.274,91	\$18.549,12	\$20.970,53
UTILIDAD NETA	\$36.386,49	\$42.413,68	\$48.824,73	\$55.647,36	\$62.911,58
DIVIDENDOS 30%	\$10.915,95	\$12.724,10	\$14.647,42	\$16.694,21	\$18.873,47
RESERVA LEGAL 10%	\$3.638,65	\$4.241,37	\$4.882,47	\$5.564,74	\$6.291,16
UTILIDAD RETENIDA	<b>\$21.831,90</b>	<b>\$25.448,21</b>	<b>\$29.294,84</b>	<b>\$33.388,42</b>	<b>\$37.746,95</b>

## 6.9 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO (5 AÑOS).

**Tabla 19.**

*Estado de Situación Financiera proyectado en 5 años.*

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.							
	PERIODOS (en años)						
	Rubros	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS	<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
	Caja	\$5.726,00	\$6.584,90	\$7.572,64	\$8.708,53	\$10.014,81	\$11.517,03
	Servicios prestados	\$0,00	\$46.807,04	\$73.276,58	\$103.422,79	\$123.468,20	\$136.587,56
	<b>TOTAL ACT. CTE.</b>	<b>\$5.726,00</b>	<b>\$53.391,94</b>	<b>\$80.849,21</b>	<b>\$112.131,32</b>	<b>\$133.483,01</b>	<b>\$148.104,60</b>
	<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
	Terreno	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00
	Edificio	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00
	Adecuaciones	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
	Equipo de cómputo	\$910,00	\$910,00	\$910,00	\$910,00	\$910,00	\$910,00
	Maquinarias, equipos y herramientas	\$689,00	\$689,00	\$689,00	\$689,00	\$689,00	\$689,00
	Muebles y equipos de oficina	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00
	(-) Depreciación		\$143,24	\$143,24	\$143,24	\$43,14	\$43,14
	(-) Depreciación acumulada		\$143,24	\$286,48	\$429,72	\$472,86	\$516,00
	<b>TOTAL ACT. FIJO NETO</b>	<b>\$17.399,00</b>	<b>\$17.255,76</b>	<b>\$17.112,52</b>	<b>\$16.969,28</b>	<b>\$16.926,14</b>	<b>\$16.883,00</b>
	<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
	Gastos de Constitución y otros impuestos.	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00
	(-) Amortización		\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00
	(-) Amortización acumuladas		\$400,00	\$800,00	\$1.200,00	\$1.600,00	\$2.000,00
	<b>TOTAL ACT. DIF. NETO</b>	<b>\$2.000,00</b>	<b>\$1.600,00</b>	<b>\$1.200,00</b>	<b>\$800,00</b>	<b>\$400,00</b>	<b>\$0,00</b>
	<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$25.125,00</b>	<b>\$72.247,70</b>	<b>\$99.161,73</b>	<b>\$129.900,60</b>	<b>\$150.809,15</b>	<b>\$164.987,60</b>
PASIVO	<b>PASIVO A CORTO PLAZO</b>						
	Participación de trabajos.	\$0,00	\$8.633,29	\$10.052,17	\$11.561,38	\$13.167,44	\$14.877,40
	Impuesto a la renta	\$0,00	\$12.230,50	\$14.240,58	\$16.378,62	\$18.653,87	\$21.076,32
	Dividendos	\$0,00	\$3.669,15	\$4.272,17	\$4.913,59	\$5.596,16	\$6.322,90
	<b>TOTAL DE PASIVO A CORTO PLAZO</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$24.532,94</b>	<b>\$28.564,92</b>	<b>\$32.853,59</b>	<b>\$37.417,47</b>	<b>\$42.276,62</b>
	<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>						
PATRIMONIO	Crédito bancario	\$ 17.587,50	\$14.706,71	\$11.537,84	\$8.052,09	\$4.217,76	\$0,00
	<b>TOTAL PAS. LARGO PLAZO</b>	<b>\$17.587,50</b>	<b>\$14.706,71</b>	<b>\$11.537,84</b>	<b>\$8.052,09</b>	<b>\$4.217,76</b>	<b>\$0,00</b>
	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$17.587,50</b>	<b>\$39.239,65</b>	<b>\$40.102,76</b>	<b>\$40.905,68</b>	<b>\$41.635,23</b>	<b>\$42.276,62</b>
	Capital	\$7.537,50	\$7.537,50	\$7.537,50	\$7.537,50	\$7.537,50	\$7.537,50
	Reserva legal	\$0,00	\$3.638,65	\$4.241,37	\$4.882,47	\$5.564,74	\$6.291,16
	Utilidad Retenida	\$0,00	\$21.831,90	\$25.448,21	\$29.294,84	\$33.388,42	\$37.746,95
	Utilidad de años anteriores	\$0,00	\$0,00	\$21.831,90	\$47.280,10	\$62.683,26	\$71.135,37
	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$7.537,50</b>	<b>\$33.008,04</b>	<b>\$59.058,97</b>	<b>\$88.994,91</b>	<b>\$109.173,92</b>	<b>\$122.710,97</b>
<b>TOTAL DE PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$25.125,00</b>	<b>\$72.247,70</b>	<b>\$99.161,73</b>	<b>\$129.900,60</b>	<b>\$150.809,15</b>	<b>\$164.987,60</b>	

## CAPÍTULO VII.

### 7. EVALUACIÓN FINANCIERA.

#### 7.1 WACC/ COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL.

“El WACC (Weighted average cost of capital) para toda firma es el costo promedio ponderado de una deuda y el patrimonio. Es decir, la parte que se toma entre la deuda y el patrimonio que se usa para el financiamiento de los activos, lo que se conoce como la estructura de capital o estructura financiera.” (Diez, 2016)

Diez indica que el WACC o Costo Promedio Ponderado del Capital siendo el mismo el costo promedio de la deuda junto al patrimonio, siendo la parte de entre los dos usado para el financiamiento de los activos de la empresa siendo la estructura de capital o de la estructura financiera.

**Tabla 20.**

*Tasa de riesgo del accionista.*

<b>CÁLCULO DE LA TASA DE RIESGO DEL ACCIONISTA</b>	
Tasa de inflación anual	2,56
Tasa sin riesgo	1,55
<hr/>	
Tasa de riesgo país	8,06
<hr/>	
<b>TMAR DEL ACCIONISTA</b>	<b>12,17%</b>

**Tabla 21.**

*Tasa Mínima Atractiva de Retorno.*

<b>TASA MINIMA ATRACTIVA DE RETORNO (TMAR DE LA INVERSIÓN)</b>					
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO TOTAL	VALOR ESPERADO	COSTO (%)	FACTOR DE PONDERACIÓN	PONDERACIÓN (%)
Accionistas	\$ 7.537,50	\$ 917,10	12,17%	30%	3,65%
Préstamo Bancario	\$ 17.587,50	\$ 1.758,75	10,00%	70%	7,00%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 25.125,00</b>	<b>\$ 2.675,85</b>		<b>1,00</b>	<b>10,65%</b>

Luego de calcular este valor se procede a la siguiente formula:

$$WACC = (TMAR * We) + [Wd * (1 - T) * i]$$

Dónde:

TMAR = Tasa de Riesgo del Accionista (12,17)

We = Porcentaje de inversión de los socios (30%)

Wd = Porcentaje de financiamiento bancario (70%)

i = Tasa de interés del banco (10,00)

T = Tasa Mínima atractiva de Retorno (11,51)

Al reemplazar se obtiene:

**Tabla 22.**

*Cálculo del WACC.*

<b>CÁLCULO DEL WACC</b>	
<b>WACC=</b>	<b>(12,17* 30%) + [70% * (1 - 10,65%) *10,00%]</b>
<b>WACC=</b>	<b>9,90%</b>

En base a este resultado se menciona que, los flujos de fondo se deben actualizar a una tasa del 9,90%.

En el presente segmento se detallará una evaluación financiera que presentará el cálculo del VAN y el TIR, así mismo la relación del beneficio costos; para culminar con las razones financieras que nos mostrarán la liquidez, endeudamiento y la rentabilidad.



## 7.2 VAN/TIR.

**Tabla 23.**

*Cálculo del VAN y TIR.*

<b>TASA</b>	10,00%	<b>Inversión Inicial</b>	\$25.125,00
			-\$25.125,00
			\$11.858,42
			\$11.355,16
			\$10.894,55
			\$13.490,39
			\$15.159,05
		<b>VAN</b>	\$21.851,74
		<b>TIR</b>	0,39

Ya que el valor del VNA es mayor a 0 se puede percibir de que el proyecto crea valor mientras que arroja un porcentaje del TIR del 39% representando una rentabilidad mínima exigida.

## 7.3 RELACION BENEFICIO/COSTO (RBC)

**Tabla 24.**

*Relación beneficio/costo.*

<b>Precio vta. Unitario</b>	\$350,00
<b>Unidades vendidas</b>	550
<b>Ingreso total</b>	\$192.500,00
<b>Costo fijo total</b>	\$16.680,00
<b>Costo variable total</b>	\$47.844,00
<b>Costo V unit=Cvt #unidades vendidas</b>	\$86,99
<b>Cantidad de equilibrio=CFT/(P-Cvunt)</b>	63,42
<b>Valor monetario de equilibrio</b>	\$22.196,80

### Representación del punto de equilibrio.

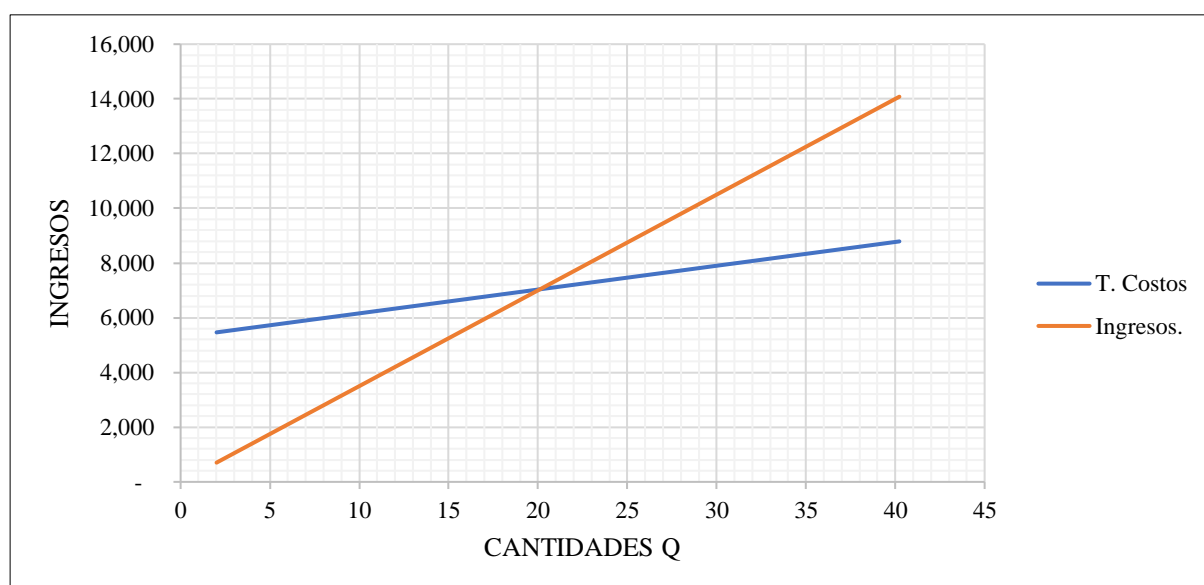
**Tabla 25.**

*Representación del punto de equilibrio.*

Punto de Equilibrio Cantidad		Punto de Equilibrio \$	
Descripción	Anual	Descripción	Anual
Costo Fijo	\$5.290,00	Costo Fijo	\$ 5.290,00
Costo Variable	\$87,00	Costo Variable	\$ 87,00
Precio	\$350,00	Precio	\$ 350,00
<b>P.E.Q</b>	<b>20</b>	<b>P.E</b>	<b>\$ 7.039,92</b>

**Ilustración 18.**

*Punto de equilibrio.*



Según lo calculado la empresa debe prestar un mínimo de 20 servicios entre capacitaciones, asesorías y actividades mensualmente que en temas monetarios representa un total de \$7.039,92 para poder cubrir costos sin que haya pérdidas ni ganancias en el negocio.

## 7.4 RAZONES FINANCIERAS.

### 7.4.1 LIQUIDEZ

#### RELACIÓN CORRIENTE O DE LIQUIDEZ.

Relación corriente o de liquidez: Activo corriente/pasivo corriente.

Relación corriente o de liquidez: \$53.391,94/\$24.532,94

Relación corriente o de liquidez: **2,18 veces.**

Se analiza que la empresa puede cubrir por parte de los activos corrientes 2,18 veces el valor de los pasivos corrientes.

#### **7.4.2 ENDEUDAMIENTO**

##### **RAZÓN DEUDA A ACTIVOS.**

Razón deuda a activos: Pasivo total/activo total.

Razón deuda a activos: \$39.239,65/\$72.247,70

Razón deuda a activos: **0,54**

**54%**

Contamos con un análisis de que el 54% de los activos de la empresa son financiados por el crédito bancario.

#### **7.4.3 RAZÓN DEUDA CAPITAL.**

Razón deuda capital: Pasivo total/patrimonio

Razón deuda capital: \$39.239,65/\$33.008,04

Razón deuda capital: **1,18**

Los acreedores están financiando un 1,18 a la empresa.

#### **1.1.1 RENTABILIDAD**

#### **7.4.4 RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL.**

Rendimiento sobre capital: Utilidad neta/capital social.

Rendimiento sobre capital: \$36.386,49/\$7.537,50

Rendimiento sobre capital: **4,83**

Por cada dólar invertido de capital la empresa gana un 4,83 porcentualmente.

#### **7.4.5 RENTABILIDAD CON RELACIÓN A LAS VENTAS.**

Rentabilidad con relación a las ventas: Utilidad neta/ventas

Rentabilidad con relación a las ventas: \$36.386,49/\$185.350,00

Rentabilidad con relación a las ventas: **0,20**

Es decir, que por cada dólar de venta existe una ganancia neta de 0,20 centavos de dólar.

### 7.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

“Mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días.”

(Biblioteca ITSON, n.d.)

**Tabla 26.**

*Periodo de Recuperación de la inversión.*

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
Años	Inversión	FFN	VP FFN	VP Acum.	Recup.
0	-\$ 25.125,00				-\$ 25.125,00
1		\$ 11.858,42	\$ 10.701,67	\$ 10.701,67	-\$ 14.423,33
2		\$ 11.355,16	\$ 9.247,89	\$ 19.949,56	-\$ 5.175,44
3		\$ 10.894,55	\$ 8.007,25	\$ 27.956,81	\$ 2.831,81
4		\$ 13.490,39	\$ 8.947,94	\$ 36.904,75	\$ 11.779,75
5		\$ 15.159,05	\$ 9.073,93	\$ 45.978,68	\$ 20.853,68

Se procede ha aplicar la siguiente fórmula:

$$PR = a + [(b - c)/d]$$

Dónde:

a = Año anterior de retorno de la inversión (2)

b = Total de inversión (\$25.125,00)

c = Suma de Flujos año 1 y 2 (\$19.949,56)

d = Flujo en que se cubre la inversión (\$8.007,25)

Al reemplazar se obtiene:

**Tabla 27.***Periodo de recuperación.*

<b>A</b>	2
<b>B</b>	\$ 25.125,00
<b>C</b>	\$ 19.949,56
<b>D</b>	\$ 8.007,25
<b>PRI</b>	2,65

Según lo que se muestra el periodo de recuperación es de 2 año y 6 meses siendo un tiempo favorable.

## 8. CONCLUSIONES.

- Se concluye con la creación de una empresa dedicada a asesorar y capacitar a emprendedores en los negocios que en la actualidad son tan dinámicos y los niveles de competitividad exigentes obligan a los microempresarios a tener herramientas competitivas administrativas, financieras, de marketing, social y legal; ya que el nivel de eficiencia de los negocios viene en decadencia post-covid de aquí surge el estudiar a los negocios de Manta para presentar como propuesta la asistencia empresarial de la mano de herramientas administrativas para conseguir beneficios; se busca que los principales beneficiarios sean los emprendedores de Manta buscando ser líderes en el mercado generando crecimiento profesional y laboral en la ciudad de Manta presentando soluciones idóneas y personalizadas según el caso consiguiendo éxito en el ámbito empresarial en Manta e incluso del resto del país.

- La propuesta de valor del estudio de mercado lleva a la conclusión de que la rama administrativa está en crecimiento a pesar de la crisis económica, para segmentar específicamente a emprendedores en la ciudad de Manta registrados en la Super Intendencia de Compañías siendo geográficamente las empresas de cualquier tipo ubicadas en Manta de nivel bajo-medio de las cuales se registran 3240; demostrando que el nicho de mercados son las microempresas quienes consideran que ellos y el personal ameritan asesorías y capacitaciones por ende si ocuparían de los servicios de la empresa de manera muy frecuente siendo las áreas financiera y administrativa las más solicitadas, su forma de pago se realizaría por mayor petición en efectivo por su aceptación alta con un 95,3% diciendo que ninguna razón o variable precio serían la razón por la cual no requieran el servicio; los servicios presentados son asesorías, capacitaciones y actividades corporativas con precios accesibles según el caso haciendo la promoción principalmente por redes sociales, el

sitio se concluye con la descripción de su localización en una zona de la cual sea muy transitada por emprendedores con un lugar que sea de fácil llegada, el proceso de la adquisición del producto comienza con separar cita escogiendo el o los servicios que se desean adquirir, previamente con el proceso de ponerse de acuerdo, hacer la debida tramitación y culminar cancelando; se ocuparían computadoras, impresora y proyector.

- El estudio organizacional muestra organigramas de los cuales se dividen los cargos estructuralmente y por función para previamente desglosar con la conclusiones de las funciones y sus responsabilidades para presentar el área del cual requiere el empleado, el cargo, la descripción del mismo, sus funciones y la formación con su experiencia que solicita, dejando en análisis una previsión de talento humano de \$81.543,08, concluyendo con el Estudio económico financiero que muestra que la empresa en cuestión debe manejar un costo unitario diferente por cada servicio prestado, planteando la satisfacción del 17% de los clientes meta o la población que da como resultado 550 unidades en el primer año con un aumento del 4% anual por 5 años; para el financiamiento se manejará por parte préstamos a la CFN de \$17.587,50 y aporte propio de \$7.537,50 con un total de \$25.125,00 el total del cual se busca invertir; el estado de resultados no muestra una utilidad neta de \$36.386,49.

## **9. RECOMENDACIONES.**

- Dentro del cantón Manta se recomienda que se analice los diferentes departamentos dentro de la empresa, esto por la crisis económica post-covid dejando en evidencia el desempleo en la ciudad y el alto nivel de emprendedores que lideran de manera empírica por ello los emprendimientos necesitarán de un complemento en sus operaciones sirviendo como soporte inclusive de la mano de municipalidades y otras entidades ya que este emprendimiento a pesar de ser privado surge con el único fin de que exista un crecimiento económico dentro de la ciudad y con el pasar de los años dentro del país.



## 10. BIBLIOGRAFÍA.

Uribe, M. (2013). *Emprendimiento y empresarismo*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

Directorio de Empresas. (2014). *INEC*. Obtenido de [https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/faq\\_33.pdf](https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/faq_33.pdf)

SUPERCIAS. (04 de enero de 2022).

Fernández, V. (2015). *Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto*. Obtenido de <http://revistas.bnjm.cu/index.php/BAI/article/view/196>

Espinosa, R. (06 de mayo de 2014). *Marketing Mix (4Ps): qué es, definición y ejemplos*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>

Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. Obtenido de Techniques for Analysing Industries.

Lopez, E. (s.f.). *Estudio Técnico; Elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión*. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudiotecnico.pdf>

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Obtenido de <https://vlex.ec/vid/constitucion-republica-ecuador-631446215>

COPCI. (2017). Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

Ley de compañías . (2013). Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPAÑIAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>

Código de trabajo. (2019). Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Código-de-Tabajo-PDF.pdf>

Ley de seguridad social. (2017 ). Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_segu.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_segu.pdf)

Ley de regimen tributario interno. (2014). Obtenido de <https://derechoecuador.com/ley-de-regimen-tributario-interno-lrti/>

Lex Pro Ecuador. (2021). Obtenido de <https://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>

Jobs, S. (2005). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2011/10/09/1/1379/steve-jobs-la-unica-forma-hacer-un-gran-trabajo-amando-lo-hacen.html/>

Diez, S. (22 de agosto de 2016). Obtenido de METODOLOGÍA DE CÁLCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL EN EL MODELO DEL WACC: <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/viewFile/50/44>

Biblioteca ITSON. (s.f.). Obtenido de [http://biblioteca.itson.mx/oa/contaduria\\_finanzas/oa1/planeacion\\_evaluacion\\_financiera/p11.htm](http://biblioteca.itson.mx/oa/contaduria_finanzas/oa1/planeacion_evaluacion_financiera/p11.htm)

## 11. ANEXOS

### ENCUESTA.

La presente encuesta es para recopilar información acerca de la aceptación por parte del mercado de una organización dedicada a la asistencia administrativa a empresas de los diferentes tipos de tamaño.

### RUBRICAS:

Creación de bufete para emprendedores en el área financiera, administrativa, marketing, legal y social en la ciudad de Manta.

- La encuesta es anónima por favor responder con toda la honestidad posible.
- Escoga la respuesta que usted considere correcta, ninguna es incorrecta.
- De ante mano muchas gracias por su colaboración.

### INICIO DE ENCUESTA.

1. **¿Qué tipo de empresa según su tamaño usted tiene?**  
**MICROEMPRESA. (1-9 EMPLEADOS)**  
**PEQUEÑA. (10-49 EMPLEADOS)**  
**MEDIANA. (50-199 EMPLEADOS)**  
**GRANDE. (MAS DE 200 EMPLEADOS)**
2. **¿Considera que UD y su personal necesitan asesorías o capacitaciones en las áreas financiera, administrativa, legal y social de su empresa para potenciarla?**  
**SI**  
**NO**
3. **¿Utilizaría nuestros servicios de asesorías y capacitaciones administrativas en sus diferentes áreas?**  
**SI**  
**NO**
4. **¿Le gustaría que una empresa se dedique a brindar el servicio de la realización de actividades en las áreas financiera, administrativa, legal, talento humano y marketing?**  
**SI**  
**NO**
5. **¿Con que frecuencia adquiriera dichos servicios que brinda nuestra organización?**  
**MUY FRECUENTE.**  
**FRECUENTE.**  
**POCO.**
6. **Le gustaría capacitaciones en temas específicos en dichas áreas: (OPCIONES MÚLTIPLES)**  
**FINANCIERA.**  
**ADMINISTRATIVA.**

**LEGAL.**

**SOCIAL.**

**MARKETING.**

**TODAS LAS ANTERIORES.**

**NINGUNA DE LAS ANTERIORES.**

7. **¿Qué formas de pago le gustaría que manejemos? (OPCIONES MÚLTIPLES)**

**Pago en efectivo.**

**Tarjetas de crédito.**

**Transferencias por diferentes instituciones (Paypal, bancas virtuales)**

**Depositos.**

8. **Nivel de aceptación respecto al servicio**

**ALTO**

**MEDIO**

**BAJO**

9. **¿Cuál es la razón por la que no puede elegir nuestro producto/servicio?**

**ES MUY COSTOSO.**

**NO LO NECESITO.**

**LA CALIDAD NO ESTÁ A LA ALTURA DE LAS CIRCUNSTANCIAS.**

**YA LO TENGO.**

**OTRA RAZÓN.**

10. **Que otro servicio administrativo recomienda que integráramos a la organización para ser brindado?**

---



---



---

## **AMORTIZACIÓN.**

### **Tabla 28.**

*Datos de amortización.*

<b>Valor del préstamo</b>	17.587,50
<b>TNA (30/360)</b>	10%
<b>Años</b>	5
<b>Frecuencia de Pago</b>	Anual
<b>Interés equivalente</b>	10,000%
<b>N° de pagos por año</b>	1
<b>N° Total de Cuotas</b>	5

**Tabla 29.**  
*Amortización.*

Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO
0				\$ 17.587,50
1	\$ 4.639,54	\$ 1.758,75	\$ 2.880,79	\$ 14.706,71
2	\$ 4.639,54	\$ 1.470,67	\$ 3.168,87	\$ 11.537,84
3	\$ 4.639,54	\$ 1.153,78	\$ 3.485,75	\$ 8.052,09
4	\$ 4.639,54	\$ 805,21	\$ 3.834,33	\$ 4.217,76
5	\$ 4.639,54	\$ 421,78	\$ 4.217,76	\$ 0,00

**Ilustración 19.**  
Anexo.

