



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE ECONOMÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

ECONOMISTA

TEMA

**ESTUDIO ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
CAPACITACIÓN Y ASESORÍA FINANCIERA PARA MICROEMPREENDEDORES
UBICADO EN EL SECTOR LA FLORIDA NORTE, PARROQUIA TARQUI DE LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

TUTOR: Econ. HOLGER ÁLAVA MARTÍNEZ MSC.

AUTORA

CHIQUITO CHELE KERLY KATHERINE

GUAYAQUIL, 2019

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Estudio económico para la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera para micro emprendedores ubicado en el sector la florida norte, parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.	
AUTOR/ES: Chiquito Chele Kerly Katherine	REVISORES O TUTORES: Econ. HOLGER ÁLAVA MARTÍNEZ MSC.
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Economista
FACULTAD: Ciencias Sociales Y Derecho	CARRERA: ECONOMÍA
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2019	N. DE PÁGS.: 92
ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias Sociales y del Comportamiento	
PALABRAS CLAVE: Negocio; Capacitación; Financiamiento; Economía & Rentabilidad	
RESUMEN: El proyecto está enfocado en la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera dirigido a los micro empresarios del sector de Florida Norte de la ciudad de Guayaquil. Su finalidad es hacer que este sector netamente comercial tenga las bases sólidas por parte de los propietarios para que el desarrollo de su comercio sea eficiente, colaborando así al crecimiento económico de cada uno de ellos beneficiando directa e indirectamente a esta población. El centro tendrá sede dentro de los perímetros de la Florida norte, en el mismo se dictarán las charlas y capacitaciones a los ciudadanos que pasen a formar parte como socios del centro. Los servicios ofrecidos comprenden análisis del modelo de negocio, factibilidad financiera, optimización del flujo de efectivo, valuación de la empresa o negocio, asesoría estratégica financiera y análisis del mercado. Para la realización de este proyecto se estima la inversión inicial de nueve mil dólares americanos. Así también se pretende que la administración general sea realizada por parte del autor de dicho proyecto en compañía de un gerente administrativo. La marca tiene el nombre de CONSULIUM nombre que hace referencia del latín consejo. El slogan a implementar es: Construyendo negocios con	

<p>pasión, pasión por las finanzas y los comercios de nuestro público objetivo, los micro empresarios. Se contempla el centro tenga la cantidad de clientes superior al punto de equilibrio y de esta manera poder solventar los costos de operación marginando un porcentaje de utilidad, convirtiendo a este proyecto en un proyecto rentable y auto sustentable.</p>		
<p>N. DE REGISTRO (en base de datos):</p>	<p>N. DE CLASIFICACIÓN:</p>	
<p>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</p>		
<p>ADJUNTO PDF:</p>	<p>SI <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>NO <input type="checkbox"/></p>
<p>CONTACTO CON AUTOR/ES: Chiquito Chele Kerly Katherine</p>	<p>Teléfono: 098-8647608</p>	<p>E-mail: kerlichiquito2012@gmail.com</p>
<p>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</p>	<p>Abg. Marco Oramas Salcedo MSC. Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho Econ. Mónica Jacqueline Leoro Llerena MSC. Directora de la carrera de Economía Teléfono: 2596500 Decanato: Ext. 249 Dirección: Ext. 226 Decano E-mail: moramass@ulvr.edu.ec Directora E-mail: mleorol@ulvr.edu.ec</p>	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: tesis3dejunio.docx (D53426628)
Submitted: 6/4/2019 4:59:00 PM
Submitted By: halavam@ulvr.edu.ec
Significance: 3 %

Sources included in the report:

Aguilar Parra Jeanelly Cecilia y Silva Mendoza Marco Antonio FINAL.docx (D48031579)
TESIS REALIDAD AUMENTADA2.0.docx (D33137821)
ASESORIA EN GESTION DE EMPRENDIMIENTOS CANTON DURAN.docx (D30428904)
tesis jorge.docx (D24537616)
<http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v13n25/v13n25a09.pdf>
<http://www.omnimediastudio.com/demo/itesm/CGR/pdfs/gestion-efectiva.pdf>
https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Septiembre-2018/092018_Mercado%20Laboral.pdf
<http://files.gerenciadeproyectosctc.webnode.es/200000012-8e0ad8f050/1%20Evoluci%C3%B3n%20conceptual%20del%20emprendimiento.pdf>
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4724>
<http://claseinnovacion.blogspot.com/2008/11/final-la-innovacin-y-schumpeter.html>
a04af1de-688a-4795-b9fb-4e8c785a85e2

Instances where selected sources appear:

19



**DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS
PATRIMONIALES**

La Srta. **Kerly Katherine Chiquito Chele** declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, “Estudio económico para la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera para micro emprendedores ubicado en el sector la florida norte, parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil” corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autora

Firma: 

Kerly Katherine Chiquito Chele


C.I. 0930924030

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

- En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **Estudio económico para la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera para micro emprendedores ubicado en el sector la florida norte, parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **Estudio económico para la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera para micro emprendedores ubicado en el sector la florida norte, parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil**, presentado por la estudiante **Kerly Katherine Chiquito Chele** como requisito previo, para optar al Título de Economista, encontrándose apto para su sustentación.

Firma: 

Econ. Holger Álava Martínez MSC.

C.C. 0912075272

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por haberme permitido llegar a culminar un objetivo propuesto en mi vida, a mis padres quienes con sus consejos han sabido guiarme cada día, a mi tía Jessica Chele por su aporte económico cuando el negocio de empanadas no era tan rentable, un agradecimiento especial a Alexander Ullaguari por su asesoría, a todos mis clientes por sus compras diarias en el negocio y al Economista Holger Álava por su tiempo y enseñanzas en las tutorías con el fin de poder culminar con éxito mi tesis.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. A mis padres quienes han sido un motor de impulso para esforzarme en cada día ser mejor, con sus consejos desde que tengo uso de razón en especial a mi madre quien me motiva cada día a dar lo mejor de mí con sus infinitos consejos, a mis hermanos por sus ayudas en el negocio que me permitió pagar mis estudios y poder culminar mi carrera profesional con éxito.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.3 Formulación del Problema.....	5
1.4 Sistematización del Problema.....	5
1.5 Objetivo General.....	6
1.6 Objetivos Específicos.....	6
1.7 Justificación.....	6
1.8 Delimitación del Problema.....	7
1.9 Idea a Defender.....	8
1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad.....	8
CAPÍTULO II.....	9
2 MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Marco Teórico.....	9
2.1.1 Estado de Arte.....	9
2.1.2 Fundamentación teórica.....	13
2.1.2.1 La teoría económica sobre el emprendimiento.....	13
2.1.2.2 Teoría del emprendimiento social como marco de análisis.....	14
2.1.2.3 Teoría del emprendimiento social desde una mirada psicosocial.....	15
2.1.2.4 Evolución conceptual del emprendimiento.....	16
2.1.2.5 Teoría del Mercado.....	16
2.1.2.6 Teorías de la Producción.....	17
2.1.2.7 Teoría de la Planificación y Estrategias de Mercado.....	17
2.2 Marco Conceptual.....	18
2.3 Marco Legal.....	20
2.3.1 Constitución de la República del Ecuador.....	20
2.3.2 Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017- 2021.....	20
2.3.3 Código orgánico de la producción comercio e inversiones.....	21
2.3.4 Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada.....	21
CAPÍTULO III.....	23
3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
3.1 Metodología.....	23
3.2 Tipo de investigación.....	23
3.3 Enfoque.....	24

3.4	Técnica e instrumentos	25
3.5	Población	26
3.6	Muestra	27
3.6.1	Formula de la muestra	28
3.6.2	Presentación de resultados	30
3.6.2.1	Encuesta	30
3.6.2.1.1	Pregunta 1.- ¿Podría indicar su edad?	30
3.6.2.1.2	Pregunta 2.- ¿Usted es el dueño del establecimiento?	31
3.6.2.1.3	Pregunta 3.- ¿Cuáles son los inconvenientes que presentan en la administración de su establecimiento?	32
3.6.2.1.4	Pregunta 4.- ¿Usted a recibido alguna charla o asesoría en educación financiera en los últimos 3 meses?	33
3.6.2.1.5	Pregunta 5.- ¿Qué nivel considera usted que posee para llevar el control de sus finanzas?	34
3.6.2.1.6	Pregunta 6.- ¿Cree usted que los microempresarios de la zona necesitan asesoría en temas financieros?	35
3.6.2.1.7	Pregunta 7.- ¿En qué medida usted considera importante el contar con asesoría financiera?	36
3.6.2.1.8	Pregunta 8.- ¿Qué tan necesario considera la implementación de un centro de asesoría financiera a micro empresarios para el desarrolló del sector? 37	37
3.6.2.1.9	Pregunta 9.- ¿Le gustaría contar con un centro de asesoría que le ayuden con sus dudas sobre temas específicos en su establecimiento?	38
3.6.2.1.10	Pregunta 10.- ¿Cuántas veces al año ha participado usted en alguna capacitación?	39
3.6.2.1.11	Pregunta 11.- ¿Cuál sería el horario idóneo en base a sus necesidades para asistir a una capacitación y asesoría financiera?	40
3.6.2.1.12	Pregunta 12.- ¿Cuánto le gustaría que costara contratar los servicios de un centro de capacitación y asesoría financiera mensual?	41
3.6.2.1.13	Pregunta 13.- ¿Qué método de pago utilizaría para acceder a los servicios de capacitación y asesoría financiera?	42
3.6.2.1.14	Pregunta 14.- ¿Qué nombre considera usted se ajuste más a los servicios que ofrecemos?	43
3.6.2.1.15	Pregunta 15.- ¿Qué tipo de plataforma virtuales maneja usualmente?	44
3.7	Análisis de resultados	45
CAPÍTULO IV		47
4	INFORME FINAL	47
4.1	Descripción del negocio	47
4.1.1	Marca, Slogan & Logotipo del negocio	47
4.1.2	Misión	48
4.1.3	Visión	48
4.2	Análisis FODA	49
4.3	Servicios	51
4.3.1	Organigrama administrativo	52
4.3.2	Costo de los servicios	53
4.3.3	Precio del servicio	55

4.3.4	Formula Precio de venta	55
4.4	Demanda del servicio	56
4.4.1	Formula de la demanda:.....	56
4.5	Proyección de los costos.....	58
4.6	Análisis financiero.....	59
4.6.1	Inversión fija	59
4.6.2	Capital inicial	61
4.6.3	Financiamiento del proyecto.....	63
4.6.3.1	Formula de cuota en base al préstamo	64
4.6.4	Depreciación de activos fijos	67
4.7	Flujo de efectivo.....	67
4.7.1	Punto de equilibrio	69
4.7.2	Tasa de descuento.....	69
4.7.3	Retorno sobre la inversión.....	70
4.7.4	Valuar Actual Neto.....	70
4.7.5	Tasa interna de retorno	71
	CONCLUSIONES.....	72
	RECOMENDACIONES.....	73
	REFERENCIAS Y FUENTES BIBLIOGRAFÍA.....	74
	ANEXOS	77

ÍNDICES DE TABLAS

Tabla 1.	Resumen de la Delimitación Investigativa	8
Tabla 2.	Resumen de Técnicas e instrumentos de investigación	26
Tabla 3.	Composición de la Población total.....	27
Tabla 4.	Edad.....	30
Tabla 5.	Propietario	31
Tabla 6.	Inconvenientes	32
Tabla 7.	Charlas.....	33
Tabla 8.	Nivel Financiero.....	34
Tabla 9.	Necesita Asesoría.....	35
Tabla 10.	Importancia	36
Tabla 11.	Desarrollo	37
Tabla 12.	Contratar	38
Tabla 13.	Frecuencia.....	39
Tabla 14.	Horario.....	40
Tabla 15.	Precio.....	41
Tabla 16.	Método de pago.....	42
Tabla 17.	Nombre	43
Tabla 18.	Plataforma virtual.....	44
Tabla 19.	Mano de Obra Directa	53
Tabla 20.	Desglose salarial – Mano de Obra Directa	53
Tabla 21.	Mano de Obra Indirecta.....	53
Tabla 22.	Desglose salarial – Mano de Obra Indirecta.....	54

Tabla 23. Gastos Generales.....	54
Tabla 24. Gastos de Marketing.....	54
Tabla 25. Gastos de Administración.....	54
Tabla 26. Costos del Servicio.....	55
Tabla 27. Proyección de la Demanda Conservadora.....	57
Tabla 28. Proyección de la Demanda Conservadora en unidades.....	57
Tabla 29. Proyección de la Demanda en dólares.....	57
Tabla 30. Proyección de costos.....	58
Tabla 31. Equipos de computación.....	59
Tabla 32. Muebles de oficina.....	59
Tabla 33. Equipos de oficina.....	60
Tabla 34. Adecuaciones.....	60
Tabla 35. Gastos de Organización.....	60
Tabla 36. Inversión Total.....	61
Tabla 37. Capital de Trabajo proyectado.....	62
Tabla 38. Inversión Total.....	63
Tabla 39. Financiamiento del proyecto.....	63
Tabla 40. Tabla de amortización francesa.....	65
Tabla 41. Depreciación de activos fijos.....	67
Tabla 42. Estado de resultado proyectado.....	68
Tabla 43. Punto de equilibrio proyectado.....	69
Tabla 44. Calculo de la tasa de descuento (SIN DEUDA).....	69
Tabla 45. Calculo de la tasa de descuento (CON DEUDA).....	70
Tabla 46. ROI.....	70
Tabla 47. VAN.....	70
Tabla 48. TIR.....	71

ÍNDICES DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de planificación estratégica, implementación y control.....	17
Figura 2. Edad.....	30
Figura 3. Propietario.....	31
Figura 4. Inconvenientes.....	32
Figura 5. Charlas.....	33
Figura 6. Nivel Financiero.....	34
Figura 7. Necesita Asesoría.....	35
Figura 8. Importancia.....	36
Figura 9. Desarrollo.....	37
Figura 10. Contratar.....	38
Figura 11. Frecuencia.....	39
Figura 12. Horario.....	40
Figura 13. Precio.....	41
Figura 14. Método de pago.....	42
Figura 15. Nombre.....	43
Figura 16. Plataforma virtual.....	44
Figura 17. Marca & Slogan.....	48
Figura 18. Análisis FODA.....	49
Figura 19. FODA cruzado DOFA (FO, FA, DO & DA).....	50
Figura 20. Organigrama Administrativo.....	52
Figura 21. Proyección de Ingresos.....	58

ÍNDICES DE ANEXOS

Anexo I – Encuesta.....	77
Anexo II – Área de estudios.....	78
Anexo III – Área del establecimiento.....	79
Anexo IV. – Fotografías	80

INTRODUCCIÓN

El proyecto está enfocado en la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera dirigido a los micro empresarios del sector de Florida Norte de la ciudad de Guayaquil. Su finalidad es hacer que este sector netamente comercial tenga las bases sólidas por parte de los propietarios para que el desarrollo de su comercio sea eficiente, colaborando así al crecimiento económico de cada uno de ellos beneficiando directa e indirectamente a esta población. El centro tendrá sede dentro de los perímetros de la Florida norte, en el mismo se dictarán las charlas y capacitaciones a los ciudadanos que pasen a formar parte como socios del centro.

En Ecuador según estudios realizados (Cámara de comercio de Guayaquil, 2018) sobre la alta demanda del comercio informal 69% en zona rural y 39,3% zona urbana, se basa en la falta de preparación académica implicado por distintos factores; los mismos que conllevan a no gozar de un empleo y salario digno. Actualmente la Florida Norte es un sector que necesita la creación de un centro de capacitación, con el fin de mejorar la economía de los comerciantes; logrando el bienestar de las familias que necesiten capacitarse para lograr obtener mejores ingresos de manera digna incluso podrán crear nuevas fuentes de trabajo.

El centro de capacitación se basará en una modalidad pedagógica donde contará con una enseñanza práctica y participativa con estrategias y técnicas para un buen desarrollo económico, administrativo y financiero. El capacitarte en distintas áreas permitirá a las personas contar con ideas innovadoras y aprovechar el máximo de los recursos necesarios de manera óptima; los mismos que les ayudará a disminuir costos operativos y propiciar a trabajar en un modelo de producción rentable donde se pueda observar beneficios, alta producción y sobre todo eficiencia económica.

Las personas tendrán la satisfacción de contar con una mejor planificación, producción y una excelente administración de trabajo. Los beneficiarios indirectos de este centro de capacitación serán todas las personas que a futuro ingresen al centro de capacitación. Es de mucho interés para todas las personas que viven a los alrededores del sector la Florida norte ya que creándose este centro de capacitación asistirían y contarían con ayuda profesional y a su

vez tendrían otra perspectiva de ver la vida preparándose, animándose unos con otros para tener un mejor estilo de vida y gozar de un trabajo digno.

Los servicios ofrecidos comprenden análisis del modelo de negocio, factibilidad financiera, optimización del flujo de efectivo, valuación de la empresa o negocio, asesoría estratégica financiera y análisis del mercado. Para la realización de este proyecto se estima la inversión inicial de nueve mil dólares americanos. Así también se pretende que la administración general sea realizada por parte del autor de dicho proyecto en compañía de un gerente administrativo.

La marca tiene el nombre de CONSULIUM nombre que hace referencia del latín consejo. El slogan a implementar es: Construyendo negocios con pasión, pasión por las finanzas y los comercios de nuestro público objetivo, los micro empresarios. Se contempla el centro tenga la cantidad de clientes superior al punto de equilibrio y de esta manera poder solventar los costos de operación marginando un porcentaje de utilidad, convirtiendo a este proyecto en un proyecto rentable y auto sustentable.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Estudio económico para la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera para micro emprendedores ubicado en el sector la florida norte, parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.

1.2 Planteamiento del Problema

La ciudad de Guayaquil ubicada en el área urbana del cantón Guayaquil, también conocida como la Perla del Pacífico cuya limitación es; al norte con Nobol y Daule, al sur con el Golfo de Guayaquil, al este con Durán y Naranjal y al oeste con la Provincia de Santa Elena, según el censo realizado por INEC 2010 la ciudad posee 2'291,158 habitantes y se encuentra dividida en 75 sectores, 5 parroquias rurales y 16 urbanas entre ellas está la parroquia Tarqui con 835,486 habitantes siendo el 36,47% del total de la ciudad de Guayaquil. La parroquia Tarqui está constituida por 37 sectores, cuya investigación de éste proyecto se basa en la Florida Norte con 33,710 habitantes que corresponde a 1,47% del total de la población de la ciudad de Guayaquil (Centro de estudios e investigación Estadístico ICM- ESPOL, 2012), el sector posee una zona comercial muy amplia a lo largo de la Av. Eduardo Solá Franco conocida también como la entrada de la Florida y se limita al norte con la Perimetral, al sur con la Coop. Juan Montalvo, al este con Pascuales y al Oeste con la Proserpina.

Conformada por microempresas, almacenes comerciales de diversos productos y negocios informales, este sector tiene un comercio de actividad diaria que muchas veces sus ingresos económicos han sido afectados por la falta de conocimientos financieros ya que influye mucho en la actividad laboral. Esta investigación es con el propósito de realizar un estudio sobre el nivel de conocimiento financiero y económico que tienen los microempresarios ya sea para comerciantes informales, crear un negocio o en funcionamiento pero que necesitan asesoría financiera por el miedo a la pérdida de todo su capital por mala administración o muchas veces por no haber realizado un estudio de mercado.

En la actualidad según (INEC, 2018) en el entorno social ha aumentado el desempleo, sumando a esto, carencia de ingresos económicos afectando directamente a las familias y en especial a los adolescentes y jóvenes, con muchas ganas de superación abarcando la falta de conocimientos financieros para obtener ingresos y gozar de un trabajo digno; se ha presentado una cantidad excesiva de comerciantes en donde la mayoría cuenta con pocos conocimientos para apertura de un negocio y mejorar sus ganancias con la finalidad de administrar sus negocios de manera ordenada y eficiente. Según el último estudio económico del INEC (Directorio de empresas y establecimientos, 2016) muestra que existen 57,152 microempresas dedicadas al comercio en la provincia del Guayas, siendo el 88,11% del total de establecimientos por tamaño de empresa (64,867). Cabe recalcar que este censo fue en año 2017 y existe un mayor porcentaje de establecimientos que no tienen la autorización de funcionamiento o son negocios informales. Según (Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2017) considera que “En el área urbana de la población total de la provincia del Guayas el 71,7% está en edad de trabajar (PET), el 65,2% de la población PET se encuentra económicamente activa (PEA) y de la población PEA solo el 94,3% tienen empleo”.

En el mercado laboral según estudios realizados entre septiembre 2017 y 2018 de (Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, 2017) en la ciudad de Guayaquil la tasa de empleo adecuado incrementó 2,3%, con un resultado del 50,2% y la tasa de desempleo disminuyó 1,2% con un resultado de 3,4%. Cabe mencionar que el empleo adecuado o sector comercial que es el principal generador de ofertas laborales, que del total de la población económicamente activa (PEA) (5'519,515) a nivel nacional, el 48,77% pertenece al indicador de empleo adecuado que según (Cámara de comercio de Guayaquil, 2018) el promedio salarial es de \$412 mensuales. Este estudio se lleva a cabo con el propósito de apoyar a las personas que están empezando a crear una micro empresa, las mismas que tienen la idea, pero no saben cómo y cuándo plantear su negocio para que sea un éxito, otras que necesitan asesoría financiera por el miedo más grande que todo empresario tiene al principio la pérdida de todo su capital por mala administración o muchas veces por no haber realizado un estudio de mercado; por esto y mucho más es necesario capacitarlos y cubrir falencias financieras que muchos tenemos al principio de crear una microempresa.

De acuerdo a los estudios realizados recientemente; en el centro de capacitación se basará en una modalidad pedagógica donde contaremos con una enseñanza práctica y participativa con estrategias y técnicas que impulsen directamente a los demandantes. El capacitarte en distintas áreas permitirá a un microempresario contar con ideas innovadoras y aprovechar el máximo de los recursos necesarios de manera óptima; los mismos que les ayudará a disminuir costos operativos y propiciar a trabajar en un modelo de producción rentable donde se pueda observar beneficios, alta producción y sobre todo eficiencia económica. Los microempresarios tendrán la satisfacción de contar con una mejor planificación, producción y una excelente administración de trabajo.

1.3 Formulación del Problema

¿Por qué motivo en el sector la florida norte no existe un centro de capacitación y asesoría financiera para microempresarios?

1.4 Sistematización del Problema

La presente investigación busca brindar el apoyo a cada uno de los microempresarios brindando capacitaciones y asesoría financiera; específicamente en el sector la florida norte.

Actualmente se puede manifestar que la situación del sector se encuentra con una alta gama de microempresarios tanto formales como informales, investigación que ha sido realizada con el transcurso del tiempo; por lo tanto, se tomó en consideración los siguientes puntos:

- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos que soportan el tema de investigación propuesto?
- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de los microemprendedores en el sector Florida Norte?
- ¿Cuál es la situación actual de los microemprendedores en el sector Florida Norte?
- ¿Cuál es la factibilidad financiera del proyecto en el sector la florida norte, parroquia Tarqui, ciudad de Guayaquil?

1.5 Objetivo General

Elaborar un estudio económico para la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera para micro emprendedores en el sector la florida norte, parroquia Tarqui, ciudad de Guayaquil.

1.6 Objetivos Específicos

- Sistematizar los fundamentos teóricos que soportan el tema de investigación propuesto.
- Identificar mediante un análisis del FODA las fortalezas y debilidades de los microemprendedores en el sector Florida Norte.
- Analizar la situación actual de los microemprendedores en el sector Florida Norte.
- Determinar la factibilidad financiera del proyecto en el sector la florida norte, parroquia Tarqui, ciudad de Guayaquil.

1.7 Justificación

Este proyecto de titulación se fundamenta en el Art. 33 (Constitución de la republica del Ecuador, s.f.) donde manifiesta que el trabajo es un derecho y un deber social, asegurar el derecho económico y garantizar a las personas trabajadoras el pleno respeto a un trabajo digno con remuneraciones y retribuciones justas; desempeñando un trabajo saludable y libremente aceptado. En Ecuador según estudios realizados (Cámara de comercio de Guayaquil, 2018) sobre la alta demanda del comercio informal 69% en zona rural y 39,3% zona urbana, se basa en la falta de preparación académica implicado por distintos factores; los mismos que conllevan a no gozar de un empleo y salario digno. Actualmente la Florida Norte es un sector que necesita la creación de un centro de capacitación, con el fin de mejorar la economía de los comerciantes; logrando el bienestar de las familias que necesiten capacitarse para lograr obtener mejores ingresos de manera digna incluso podrán crear nuevas fuentes de trabajo.

El Plan Nacional de Desarrollo (2017 – 2021), en su objetivo 6, afirma como una de sus políticas, fomentar el trabajo y el empleo digno en las zonas rurales del ecuador resaltando las actividades productivas. Fortaleciendo el apoyo focalizado del estado e impulsando el emprendimiento. Su objetivo principal es obtener una sociedad en igualdad de condiciones

promoviendo el comercio justo; lo que permitirá el crecimiento económico de esta zona. Por lo expuesto anteriormente se considera importante realizar un “Estudio económico de un centro de capacitación y asesoría financiera para microempresarios en el sector la florida norte” para determinar si es factible o no. Los beneficios ayudarán a los comerciantes y microempresarios que cuenten con un negocio propio sin los conocimientos suficientes para ser totalmente legalizados y disminuir el comercio informal del sector llegando a obtener la rentabilidad deseada.

El centro de capacitación se basará en una modalidad pedagógica donde contará con una enseñanza práctica y participativa con estrategias y técnicas para un buen desarrollo económico, administrativo y financiero. El capacitarte en distintas áreas permitirá a las personas contar con ideas innovadoras y aprovechar el máximo de los recursos necesarios de manera óptima; los mismos que les ayudará a disminuir costos operativos y propiciar a trabajar en un modelo de producción rentable donde se pueda observar beneficios, alta producción y sobre todo eficiencia económica. Las personas tendrán la satisfacción de contar con una mejor planificación, producción y una excelente administración de trabajo. Los beneficiarios indirectos de este centro de capacitación serán todas las personas que a futuro ingresen al centro de capacitación. Es de mucho interés para todas las personas que viven a los alrededores del sector la Florida norte ya que creándose este centro de capacitación asistirían y contarían con ayuda profesional y a su vez tendrían otra perspectiva de ver la vida preparándose, animándose unos con otros para tener un mejor estilo de vida y gozar de un trabajo digno.

1.8 Delimitación del Problema

El presente proyecto de investigación se llevará a cabo mediante encuestas que analizará la causa y efecto sobre el estudio económico para la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera en el sector la florida norte; y las consecuencias de tener un negocio informal. (Anexo II – p. 82)

Tabla 1. Resumen de la Delimitación Investigativa

DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	Campo	Económico
	Área	Socio – Económico
	Aspecto	Concientizar la seguridad de las mujeres en taxis
	Tema	Estudio económico para la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera para micro emprendedores ubicado en el sector la florida norte
	Problema Central	Déficit financiero en micro emprendedores ubicado en el sector la florida norte
	Universo	Guayaquil
	Lugar	Sector Florida Norte
	Segmento	<i>Psicográfico:</i> Microempresas
	Temporal	Segundo trimestre 2019

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

1.9 Idea a Defender

A través de un estudio económico se creará un centro de capacitación y asesoría financiera para micro emprendedores ubicado en el sector Florida Norte.

1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad.

Como línea de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho carrera Economía de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil se tiene, desarrollo sostenibilidad económica y matriz productiva y como línea de investigación está, sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunidad. (ULVR, 2017)

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Estado de Arte

El presente estudio del proyecto considera necesario presentar las siguientes argumentaciones referentes al tema: “ESTUDIO ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN Y ASESORÍA FINANCIERA PARA MICROEMPREENDEDORES UBICADO EN EL SECTOR LA FLORIDA NORTE, PARROQUIA TARQUI DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”, y es así como se puede determinar las investigaciones relacionados al mismo y tener un mejor conocimiento del tema.

Ullari & Romero, (2014), en su tesis realizada previa a la obtención del título de Ingeniera comercial “Propuesta de creación de un Centro de Capacitación para Emprendimiento en negocio familiar y PYMES en el Cantón San Felipe de Oña, período 2013-2014” de la universidad de cuenca de la facultad de ciencias económicas y administrativas tiene como fin un trabajo similar; emprender un centro de capacitación en negocio familiar y PYMES; tomando en cuenta que en el sector mencionado hay una alta demanda en el sector productivo y comercial, los mismos recursos que no han sido aprovechados por la ciudadanía. Se observar que para el desarrollo de esta investigación se realizó un análisis de la situación del cantón Oña; donde se observó las variables del sector social, comercial, productivo y económico.

De esta manera se sobreentiende; que para determinar las variables se utilizó datos estadísticos de la población, tomando en cuenta un numero signficante de edades, mismos que arrojaron como resultado, que en el cantón Oña el 83% de la población son de bajos recursos económicos, con un nivel de ingreso bajo, y esto no permite satisfacer todas sus necesidades básicas, datos que son respaldados por la INEC. En cuanto al sector productivo sobresale una alta gama de agricultores, como consecuencia de tener tierras muy productivas donde pequeños micro emprendedores comienzan su actividad sin un debido control, llevando esto a un fracaso

y las ganancias discontinuas del mismo; ya sea por la falta de conocimiento y asesoramiento en proyectos (pág. 36).

López & Tomalá, (2015) en su trabajo de grado previo a la obtención del título de economía “Fomentar el desarrollo económico a través de la implementación de un centro de capacitación en asesoría contable financiera para el sector arrocero del recinto boca de caña del cantón Samborondón de la provincia del Guayas” de la universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil muestra como resultado lo siguiente: Asesoramiento tipo contable y financiero: se puede resumir que se ha tomado una gran importancia en el ámbito empresarial motivos por lo que se considera obligatoriamente dentro de los registros contables contar con MYPINES, (2012) por lo que es totalmente indispensable para tener un excelente control, un buen manejo de recursos tanto en la productividad y rentabilidad ya sea de cualquier actividad económica. (p. 35)

Se debe tener muy en claro que para que un negocio o emprendimiento funcione correctamente sujeto a lo que dispone la ley de cualquier país debe contar con asesoría contable financiera, con un solo propósito; que es poder controlar un rendimiento positivo para la empresa, a esto sumado todas las obligaciones tributarias y obligaciones legales las cuales como empresas están obligadas a llevar.

Para la elaboración de este proyecto se puede observar que trabajaron analizando las pymes, y a su vez optaron con una entrevista al presidente de la CAPIG, donde trabajaron con un número de muestra para realizar encuestas; los mismos datos que fueron como base principal para poder detectar una innumerable falta de control financiero, contable y fiscal en las pymes datos que dieron como un resultado positivo para llevar a cabo el proyecto en referencia los mismos datos que se pueden corroborar. (p. 44)

El presente estudio investigativo se puede observar que consideraron resultados obtenidos de diferentes países y regiones del mundo; considerando temas referentes a la

asesoría contable, financiera y tributaria sobre todo en un tema particular que es en el sector arrocero.

Dentro de los estudios destacados se ha tomado muy en cuenta el IAEN. (Instituto de Altos Estudios Nacionales), el mismo que se encarga de estudiar el “Desarrollo de la cultura Tributaria en el Ecuador en principios éticos y cívicos” podemos decir que hoy en día es la lucha contra la evasión tributaria y contrabando ya que este es un tema central en las agendas políticas sobre todo en los países latinoamericanos; los principales motivos son el elevado impacto tanto como en la estabilidad económica y en las estrategias de desarrollo en la gobernabilidad. (p. 42)

Podemos resaltar que en este proyecto la referencia más importante es la de servicio de rentas internas en su página web; motivos por lo que da el paso a paso de las obligaciones de cada contribuyente tanto en base teórica e investigativa. (p. 44)

Es importante destacar que la implementación de un centro de capacitación y asesoría tributaria en el cantón Samborondón; tienen como un objetivo principal primero asesorar y seguido brindar servicios tanto contables como tributarios rigiéndose a las leyes ya que bajo una observación se pudo manifestar que por falta de conocimiento muchas veces no cumplen con las obligaciones hacia la administración tributaria; teniendo en cuenta que este proyecto fue dirigido a Micros y Pequeños empresarios de la ciudad.

El propósito de este centro de capacitación se dio ya que existe el problema tanto en pequeños y medianos agricultores, en lo que se observó, que ellos trabajan de una manera informal motivos que genera una infinidad de problemas; como principal inconveniente tenemos en el momento de que ellos deseen aplicar un préstamo en una entidad financiera tienen un total desconocimiento acerca de las líneas crediticias que ofertan las instituciones tanto públicas como privadas. Esto a su vez conlleva que no avancen profesionalmente, por la falta de asesoría.

En definitiva, es muy importante que todos los emprendedores comprendan la necesidad de capacitarse para un mejor manejo de sus actividades.

Triana, (2015) en su estudio presentado para la obtención de título de grado magister en finanzas y proyectos corporativos “Estudio de factibilidad financiera para la reconstrucción de un centro de emprendimiento e incubadora de empresas agroindustriales para los agricultores de la provincia de los Ríos” indica lo siguiente:

A medida que ha pasado el tiempo el concepto de emprendimiento se ha incrementado de diversas maneras, una de las principales causas de esta demanda es el fenómeno de desempleo que ataca directamente a la sociedad. Es por ese motivo que la falta de empleo permite visualizar grandes oportunidades es por ese motivo que se da la iniciativa de este proyecto lo que a su vez genera fuente de empleos.

Por lo tanto este estudio va dirigido directamente a los agricultores emprendedores, lo que es muy necesario; porque al realizar el estudio se dio a conocer la carencia de financiamientos, capacitación y sobre todo el apoyo de las autoridades para dar marcha y seguimiento que les permita incentivar el desarrollo del mismo; la hipótesis se plantea en la creación y la innovación de un centro de capacitación para generar nuevas oportunidades laborales de negocio en los agricultores en especial en la provincia de los Ríos.

Para realizar este estudio se basa en presentar datos reales de la provincia de los ríos en los que analizan un estado real de la actividad de cada agricultor en su actividad productiva y su condición existente para el desarrollo del emprendimiento. Se realiza estudios de mercado técnico y factibilidad financiera. Su principal objetivo es proveer las condiciones necesarias para facilitar a la población en especial al agricultor emprendedor ya sea en: el desarrollo, creación, e innovación de cada empresa. Como objetivo específico se basa en fomentar el emprendimiento, contribuir a la creación de nuevas empresas, apoyar en la formalización y

legalización de cada nuevo emprendimiento agroindustrial y por último apoyar la consolidación y desarrollo empresarial.

2.1.2 Fundamentación teórica

2.1.2.1 La teoría económica sobre el emprendimiento

Actualmente emprender juega un papel muy importante en la economía moderna ya que es visto a nivel mundial, cabe recalcar que siempre ha estado presente a lo largo de la historia; pero en las últimas décadas hablar de emprendimiento es muy importante porque no solo se trata de innovar, sino de aprovechar las oportunidades, recursos, y sobre todo el valor de la creación ya que al emprender podemos brindar oportunidades laborales, (JOSEPH ALOIS SHUMPETER, 2013) considera. “A la innovación como el factor más importante en los cambios del capitalismo”. Suponía que el modelo en que aparecen las innovaciones y la manera que son absorbidas por el sistema económico era suficiente para explicar las continuas “revoluciones económicas que son la característica principal de la historia económica”.

Desde el punto de vista de Schumpeter analiza lo importante que es emprender; esto se refiera a la creación de nuevas empresas; resalta mucho lo que es el espíritu emprendedor para un mejor bienestar y calidad de vida en la sociedad; el se basa mucho en dos palabras claves para la prosperidad como:

Inversión e innovación; las misma que tienen como significado lo siguiente:

Inversión. – es destinar el dinero para comprar productos que sirven para fabricar otros productos; empleando el capital para generar una idea de negocio rentable y sostenible.

Innovación. - se refiere a la capacidad de una persona que tiene para hacer un esfuerzo adicional y así poder alcanzar una meta u objetivo.

Es importante destacar que tanto como; inversión e innovación son dos términos que van agarrado de la mano para el emprendimiento, en teoría se basa mucho al desarrollo económico; este se basa a los procesos de producción lo que genera la combinación de fuerza

productiva y los factores como: producción, mano de obra, tierra y capital. Se observa que los factores de producción generan cambios lentos, quiere decir a largo plazo.

La referencia generalizada en cuanto al tema de lo importante que es el emprendimiento se basa principalmente en las teorías de Adam Smith, David Ricardo y Marx donde el acoge que la economía es un proceso orgánico; lo que se refiere a un proceso de cambio rentable para los emprendedores del futuro; en definitiva, lo que se quiere decir con esta teoría es planear y llevar a cabo esta idea.

Es de gran importancia tener en cuenta que la teoría del desarrollo económico y la innovación; según Schumpeter nos indica que es la combinación directa con las fuerzas productivas como anteriormente ya lo hemos mencionado ya que se basa en la parte tecnológica que es fundamental para promover la transformación, invención y mejora para el desarrollo de un país.

El propósito de Schumpeter es que los empresarios vean la innovación como el punto de partida para el desarrollo de un país; por ese motivo la teoría del desarrollo económico precisamente el tema de la innovación lo dio a conocer; como el creador de esta teoría donde se observó que en la función de producción las cantidades de producto varían a medida que los factores de producción cambian también. Se llegó a la conclusión que la innovación es el planteamiento de una nueva función de producción lo que quiere decir que innovar son variaciones importantes en el desarrollo.

2.1.2.2 Teoría del emprendimiento social como marco de análisis

Existen diversas teorías al momento de hablar de emprendimiento; entre ellas podemos notar que existe el emprendimiento social donde se basa principalmente a identificar los factores que contribuyen a el desempeño de cada persona al momento de emprender, es importante resaltar que esta iniciativa surge de uno o varios individuos lo que contribuye principalmente a mejoramiento, condiciones sociales y sobre todo económicas de la población. Díaz, Hernández & Maass, (2006) enfatiza “que los cambios en estrategias de las organizaciones imponen variaciones en el liderazgo, los sistemas y la estructura” (p 22). Podríamos destacar que los emprendimientos sociales se pueden desarrollar en cuatro etapas

como: iniciativa de un individuo, identificación del problema, orden social económico o ambiental.

Estas cuatro etapas llevan al proceso de evolución, transformación y reto de cada líder y así poder alcanzar buenos resultados que permitan ejercerse de una manera efectiva. Cabe resaltar que el carácter y la capacidad que tiene cada emprendedor específicamente comprende el entorno social y habilidades críticas de cada líder lo que conlleva a una manera exitosa la fase inicial de un emprendimiento social. Asimismo, se puede enfatizar que una habilidad emprendedora es la capacidad de un individuo que tiene para aprovechar oportunidades al momento de iniciar un emprendimiento, esto es independientemente de los recursos que pueda tener bajo su alcance. Un emprendedor lleva a cabo sus iniciativas e ideas que muchas veces se manifiestan por el impulso de motivaciones o el desarrollo de oportunidades que se da en un proyecto todo en base a la capacidad, potencial y actitud que reflejada en cada individuo.

Se considera que un emprendedor tiene la capacidad de hacer transformaciones y a su vez obtener resultados sobresalientes; esto lo logra analizando cada una de las estrategias que se establecen. El principal objetivo de la estrategia para un emprendedor es poder garantizar ya sea la creación de valor social y la creación de valor económico lo que se refiere es a tener sostenibilidad financiera. Cuando una estrategia está bien definida cumple con los objetivos propuestos a corto plazo.

2.1.2.3 Teoría del emprendimiento social desde una mirada psicosocial

El presente estudio se refiere específicamente a la revisión teórica del emprendimiento social; usualmente se basa en la iniciativa de la creación de un negocio, muchas veces con o sin fin de lucro tiene como principal objetivo generar el valor social, identificar posibles variables como el comportamiento y la organización.

De esta manera podemos decir que entre el emprendedor y empresario existe una gran diferencia el primero identifica cada oportunidad que se le presenta con un solo fin alcanzar beneficios que impactan en un futuro a corto plazo. El segundo dirige controla y supervisa todas las acciones que se llevan a cargo en una empresa. El emprendimiento social es un fenómeno, (Mariana Bargsted A., 2013) afirma. “va más allá de generar un negocio rentable

en vistas de una oportunidad o necesidad de emprender. Implica elaborar, ejecutar y sustentar iniciativas orientadas a la superación de una dificultad social y el logro de un beneficio común” p 122.

Por lo tanto, podemos decir que emprendimiento social es relacionado específicamente con la sociedad para alcanzar cada uno de los objetivos planteados con la sociedad; se sostiene que muchas veces el emprendimiento social se manifiesta sin fines de lucro; por lo que va orientado específicamente a la población vulnerable.

2.1.2.4 Evolución conceptual del emprendimiento

Los autores (César Tulio Carmen; Héctor Fabio Viveros, 1996) afirma, “emprendedor es el agente de cambio que reúne y combina los medios de producción, los recursos naturales, humanos y financieros, para construir un ente productivo y encuentra el valor recibidos de los productos, la recuperación del capital invertido, de los gastos que incurrió y de las utilidades que busca”. (p 6). Se puede mencionar que, emprender desempeña un importante papel que se basa en la coordinación del proceso productivo lo que quiere decir que asume todo con responsabilidad teniendo en cuenta el riesgo que pueda presentarse.

Al momento de emprender se puede decir que por instinto natural se tiene un amplio conocimiento en la manera de desenvolverse; esto permite que sea líder de forma natural, también posee habilidades que se reflejan en un futuro logrando grandes cambios significativos tanto en la oferta y la demanda donde también se asume riesgos.

2.1.2.5 Teoría del Mercado

Este concepto lo manifestó Friedman (1990), Hace notar que es un decidido defensor del libre mercado resaltando que el mercado es el medio mas eficiente que se tiene para la asignación de recursos, eleva el nivel de vida de las poblaciones, fomentando la selección, diversidad y bienestar asegurando la libertad. El mercado es un medio donde se puede observar la cooperación de todos en la producción, esto significa que satisface cada una de las necesidades ajenas, es un gran transmisor de información donde se puede observar con facilidad los precios.

Por otro lado, el mercado garantiza la libertad, lo que se refiere que suprime discriminaciones por razón de raza, religión ideas políticas etc. Nos garantiza a cada uno mantener nuestras propias ideas sin llegar a una previa negociación entre precios y producciones. La teoría del mercado permitirá investigar a cada uno de los ofertantes y la participación que cada uno emplea en el sector la florida norte.

2.1.2.6 Teorías de la Producción

Según el autor (Michael Parkin, 2002) en su libro de Microeconomía menciona que, "se entiende como producción a la adicción de valor a un bien o un servicio por efectos de una transformación, es elaborar, extraer o modificar los bienes con el objetivo de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades de la sociedad." Se puede determinar que la producción es el desarrollo de materiales mejorados, con diferentes procesos para extraer un valor diferente frente a los demandantes.

2.1.2.7 Teoría de la Planificación y Estrategias de Mercado

En este tipo de teoría se basa en analizar mejor las oportunidades del mercado, tomando en cuenta planes estratégicos de marketing, especificando cada una de las tácticas que incluyen las características de producto, promoción, comercialización, fijación de precios, ventas y servicios, a continuación, se refleja en el grafico los cuatros niveles de la organización Kotler, (2017)

PLANIFICACION	IMPLEMENTACION	CONTROL
<ul style="list-style-type: none"> •PLANIFICACION COORPORATIVA. •PLANIFICACION DIVISIONAL. •PLANIFICACION DE UNIDAD DE NEGOCIO. •PLANIFICACION DE PRODUCTO. 	<ul style="list-style-type: none"> •ORGANIZAR. •IMPLEMENTAR. 	<ul style="list-style-type: none"> •MEDIR RESULTADOS •DIAGNOSTICAR. •TOMAR ACCIONES CORRECTIVAS

Figura 1. Tipos de planificación estratégica, implementación y control

Fuente: Dirección de Marketing (Kotler, Philip y Keller, Kevin 2012)

De acuerdo al gráfico en referencia, algunos negocios establecen sus propias metas de ventas, ganancias y así fijan estrategias; lo que permite desarrollar de una manera efectiva las metas propuestas en los negocios. Se basa en cuatro pasos:

- Definir la misión.
- Establecer estrategias de negocios.
- Asignar recursos a cada una de las estrategias.
- Y evaluar oportunidades de crecimiento.

En cuanto se puede definir que las estrategias de negocio es desarrollar estrategias independientes para asignar los fondos apropiados.

Para este proyecto investigativo se tomará en cuenta principalmente dos de las teorías mencionadas hasta ahora; la teoría económica sobre el emprendimiento y la teoría del mercado.

La teoría económica sobre el emprendimiento permitirá analizar lo importante que es emprender, lo que enfatizará directamente en el sector la Florida Norte, desarrollando ideas y mejorando cada una de sus propuestas que no logran aun aplicar en su negocio.

Por otro lado, la teoría del mercado permitirá hacer un estudio profundo donde ayudara a definir en qué áreas socioeconómicas de la Florida Norte deberían sacar mayor rendimiento a sus actividades comerciales.

2.2 Marco Conceptual

Estudio económico: Este estudio también puede denominarse análisis económico y es parte del método de evaluación de proyectos, el cual permite representar en cuestiones monetarias todas las determinaciones que se tomaron en consideración en el estudio técnico. (Newbold; Carlson & Thorne, 2013)

Administración financiera: Este término hace referencia al momento de que se adquiere, se financia y se administra algún activo, con un objetivo pensado en mente. Es ahí

donde los administradores toman decisiones concernientes a la administración de todos los activos que posea una empresa u entidad. (Van Horne; James; Wachowicz; Jr & John, 2012)

Demandantes: Individuo o entidad que tiene el interés en adquirir un bien o servicio para satisfacer una necesidad latente. (Zavala, 2002)

Emprendedor: Su definición consiste en que es el individuo que inicia con una idea, la administra, asumo los riesgos y recompensas de traerá consigo ponerse un nuevo negocio. (Rodríguez, 2011)

Negocio: El negocio es una actividad que se define acorde a dimensiones como lo son clientes a los que sirve, necesidades de los clientes y tecnología utilizada para producir bienes o servicios ofertados. (Olamendi, 2014)

Capacitación: Se la considera como un proceso en el cual se podrán desarrollar capacidades de aprendizaje de los individuos. (Guiñunza, 2004)

Administración: Refiere a un proceso donde deben planear, organizar, dirigir y controlar el uso de ciertos recursos para conseguir un objetivo definido dentro de una empresa. (Ramírez, 2016)

Costos: Se denominan cotos a todos los gastos económicos incurridos en la producción de un bien que será ofertado dentro de un mercado. (Hansen; Mowen & Maryanne, 2017)

Estudio de mercado: cuando se habla de un estudio de mercado se refiere a la búsqueda sistemática de información para apoyar toma de decisiones empresariales. (Fernandez, 2017) (p.6).

Los estudios de mercados son de gran utilidad y ayudan a impedir faltas de costosa rectificación una vez cometidos. (Fernandez, 2017) (p.13).

Una de las utilidades del estudio de mercados es que facilita la toma de decisiones empresariales, permitiendo escoger la alternativa más apropiada, aumentando la posibilidad de éxito. (Fernandez, 2017) (p.15).

Pedagogía: Se denomina a la práctica o método para enseñar en alguna disciplina. (Ochoa, 2014)

Eficiencia: Este término estrictamente se relaciona con la dependencia entre los recursos empleados en un proyecto y los resultados obtenidos con este mismo. (Economía social del mercado, 2014)

2.3 Marco Legal

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador

El presente proyecto investigativo estará respaldado por las siguientes bases legales:

En el artículo 33 de la Constitución de la República del Ecuador menciona que el trabajo en su máxima expresión es un derecho y deber de la sociedad, además de considerarse un derecho económico y una de las bases de la economía, por lo cual el estado garantiza el respeto a las personas que trabajan, dándoles retribuciones justas y garantizando un trabajo saludable y libre.

2.3.2 Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017- 2021

De acuerdo al artículo anteriormente detallado apoya y exige el trabajo a las personas, garantizando las condiciones pertinentes para poder desarrollar cualquier actividad en el territorio ecuatoriano.

Otra de las bases legales se encuentra en el Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017- 2021 y se detalla en el objetivo 6 de este, “Desarrollar las capacidades productivas y del entorno, para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir”

2.3.3 Código orgánico de la producción comercio e inversiones

De acuerdo al artículo 5 del código orgánico de la producción comercio e inversiones, en el inciso (e) establece la implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país. Este artículo es relevante para el proyecto porque detalla uno a uno los actores de la economía popular y para el presente trabajo se consideran a los microempresarios como actores principales de la problemática a resolver.

2.3.4 Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada

Según lo establecido en artículo 1 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, “Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley”. Capacitando en temas específicos a los micro emprendedores se podrá proveerle de una visión estratégica, lo que permitirá que tomen mejores decisiones que conllevarán a la mejora de sus negocios y así contribuir con sus ingresos económicos familiares para darle mejor vida a sus seres queridos.

En el caso del presente trabajo se constituirá mediante esta figura legal debido a que se poseen los recursos para realizarlo. Además, en artículo 38 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada expresa que el representante legal de la empresa será la persona que la constituyó, bajo el marco legal se establece con la figura de gerente - propietario. Para el trámite de legalización del Centro de Capacitación y Asesoría Financiera para micro emprendedores se necesitará constituirla como empresa unipersonal de responsabilidad limitada y posteriormente registrarla, por lo cual deberá reunir los siguientes pasos y requisitos:

Para la constitución mediante escritura pública contendrá: (Se encuentra expreso en artículo 30 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada)

- Nombres y apellidos del gerente – propietario, nacionalidad, domicilio y estado civil.
- Dominación específica de la empresa
- Dirección de la sede de la empresa
- Objeto a que se dedicará la empresa
- Plazo de duración
- Monto del capital
- Determinación del aporte del gerente propietario.

Para obtener Registro Único de Contribuyentes:

- Documento de identificación
- Certificado de votación
- Código Único Eléctrico Nacional (en planilla de servicio eléctrico)
- Original y copia de planilla de servicio básico.
- Original y copia del contrato de arrendamiento.
- Copia de estado de cuenta bancario

Para la obtención de permisos municipales

- Obtener el certificado del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil
- Obtener Uso de suelo
- Obtener la patente municipal
- Pedir certificado de cumplimiento de obligaciones
- Obtener tasa de habilitación.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Metodología

Para el presente proyecto de investigación se figura conveniente establecer el método, las fuentes, el tipo, el enfoque y las técnicas que se utilizarán en el desarrollo de este trabajo de investigación, el cual deberá seguir los lineamientos inmersos en los capítulos anteriores. Sampieri, (2014) “la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema.” (p. 4)

Cada uno de los aspectos del proceso de investigación se establecieron bajo el criterio del investigador con relación a la problemática planteada. El diseño de la investigación está compuesto por los siguientes aspectos, lo cuales fundamentarán el proceso investigativo a ejecutarse.

Se resalta el método deductivo por su característica que parte de lo general a lo particular, cuya condición es acertada para lo establecido en los objetivos de investigación. Gómez, (2012) refiere que, “El método deductivo es el procedimiento racional que va de lo general a lo particular.” (p. 85). Gracias a este método se podrá inferir acerca del tema planteado y comprender las realidades de los micro emprendedores del sector de la Florida Norte, ubicado en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.

3.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación a emplearse será la investigación descriptiva porque con este tipo de investigación se obtendrán datos numéricos y estadísticos que ayudarán a determinar los factores esenciales sobre el servicio, sobre la competencia y el nivel de aceptación que tendría la propuesta. Pilco & Ruiz, (2015) describe que “La investigación descriptiva presenta de forma detallada y porcentualmente cómo suceden los fenómenos y los hechos que son percibidos y se encuentran en análisis en la mente de los clientes.” (p. 69)

Este tipo de investigación descriptiva es valiosa porque permite obtener una serie de datos que posteriormente serán información de primera mano para el tema estudiado y siendo confiable debido a que la obtención fue a través de las fuentes primarias. Es importante destacar que, en el desarrollo del trabajo también se utilizarán fuentes secundarias, con la finalidad de que sirvan como guía o referencia al momento de la elaboración de la propuesta.

Dentro de la investigación también se consideró oportuno los estudios exploratorios, ya que permite tener un acercamiento directo con los participantes del estudio investigativo y percibir de mejor manera el entorno, como lo mencionan Sampieri, (2014) “Los estudios exploratorios se emplean cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado o novedoso.” (p. 91).

En este caso realizar la investigación en el punto geográfico escogido ha sido poco abordado, y las referencias que se tienen fueron aplicadas en otras ciudades. Sampieri, (2014) enfatizan en que, “Los estudios exploratorios sirven para familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos.” (p. 91). Por esta razón se podrá estar más inmersos en la problemática y conocer las variables necesarias para plantear una resolución al problema.

3.3 Enfoque

En el caso particular para realizar la presente investigación se empleará el enfoque cuantitativo, con este enfoque se pretende obtener mediciones empleando métodos estadísticos. Sampieri, (2014) “el enfoque cuantitativo: utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”.

En la investigación se pretende obtener datos por medio de las fuentes primarias, de los cuales después de ser analizados se obtendrán los resultados pertinentes para emitir las conclusiones del trabajo de investigación.

3.4 Técnica e instrumentos

La encuesta es una herramienta que permite recolectar datos que pueden ser medibles. Según Gómez, (2014) menciona que, “Una encuesta suele utilizarse como una alternativa a las restricciones que presenta la observación. Se basa en la realización de ciertas preguntas encaminadas a obtener determinados datos”. (p. 82)

De acuerdo al presente proyecto de investigación la técnica a utilizar es la encuesta, se vio necesario utilizarla debido al método de investigación que se planteó ya que ésta será aplicada en el exploratorio, con la finalidad de recolectar una información relevante y precisa de acuerdo a los objetivos del proyecto.

Un cuestionario permite estructurar diferentes tipos de preguntas que ayudan a conocer las percepciones de los participantes con referencia a las variables de la investigación. Sampieri, (2014) indica que, “Un cuestionario es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir”. (p. 217)

Como se procederá a utilizar la técnica de la encuesta, la herramienta o instrumento que se considero es un cuestionario de 15 preguntas, las cuales estarán elaboradas mediante escalamiento de Likert, Sampieri, (2014) “Conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmación para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías.” (p. 238) y preguntas cerradas, Sampieri, (2014) “Son aquellas que contienen opiniones de respuesta previamente delimitadas.” (p. 217) Donde se podrá conocer necesidades, inquietudes y preferencias destacables de los participantes en la administración de sus negocios en la parroquia Tarqui, sector Florida Norte. (Anexo I, p. 81)

Tabla 2. *Resumen de Técnicas e instrumentos de investigación*

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN				
Técnica	Instrumento	Muestra	Involucrados	Localización
<ul style="list-style-type: none">• Encuesta	Cuestionario: <ul style="list-style-type: none">• Escala de Likert.• Preguntas cerradas.	290 participantes	Microempresas	Sector Florida Norte

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

3.5 Población

La población es un grupo o conjunto de individuos que presentan características, rasgos, cualidades y preferencias similares u homogéneas. Según Sampieri, (2014) menciona que, “Población o universo es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. (p. 174)

De acuerdo con el presente proyecto de investigación la población objetivo que se determino es finita, esto es debido a que se conoce la totalidad de su segmento o grupo de estudio con características homogéneas. Según el Directorio de empresas y establecimientos, (2016) indica que, figuran en 843.745 empresas a nivel nacional, de las cuales 763.636 son microempresas representado un 90,51% del total de la población.

El levantamiento de información se enfocará en Microempresas de la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui, sector Florida Norte, en donde se pretende identificar las causas del aumento comercial que se está dando en el sector Florida Norte, también esta el conocer las necesidades e inquietudes que pueden manifestar los encuestados en la administración de sus negocios y por último es el analizar su nivel de preferencia que posean acerca de el servicio de capacitación y asesoría financiera.

Se debe resaltar que las Microempresas según Directorio de empresas y establecimientos, (2016) menciona que, “estos grupos están definidos mediante ingresos no mayores a USD\$ 100.000,00 y contar entre el rango de 1 a 9 empleados en sus instalaciones”.

Tabla 3. *Composición de la Población total*

Población total de empresas en el Ecuador				843.745
Tipo de Segmento	Detalle	Características	Porcentaje	Total
Geográfico	Provincia	Guayas	19,1%	161.155
	Cantón	Guayaquil	56,6%	91.215
	Parroquia	Tarqui	44,7%	40.772
	Sector Norte	Florida Norte	3,2%	1.307
Psicográfica	Tamaño de la Empresa	Microempresa	90,5%	1.184

Fuente: Directorio de empresas y establecimientos, (2016).

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

Para el desarrollo de la población objetivo se consideraron los datos del Directorio empresarial, donde se menciona cifras estadísticas de la estructura de las empresas según la provincia, siendo Guayas una de los cinco principales en poseer empresas con un porcentaje del 19,1%. Por otra parte se determinó la cantidad de empresas tanto para la ciudad de Guayaquil, la parroquia Tarqui y el sector Florida Norte mediante el cálculo por cada 10.000 habitantes, para esto se consultó fuentes del INEC, (2010) y del Centro de Estudios e Investigación Estadísticos ICM-ESPOL, (2012) permitiendo de esta manera conocer la población de habitantes, arrojaron un resultado de 1.307 empresas representadas en un 3,2% y por último el tamaño de la empresa (Microempresas) según fuente del Directorio Empresarial del 90,5% para lo cual se obtuvo una cantidad final de 1.184 Microempresas en el sector Florida Norte reflejadas en un 0,14% de la población total.

3.6 Muestra

La muestra es la representación del total de individuos que se le realizara la recolección de datos, también se define como la cantidad de encuestas a realizar para el estudio de investigación. Sampieri, (2014) menciona que, “La muestra es un subgrupo de la población y

puede probabilístico o no probabilístico”. (p. 191). “Subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de está”. (p. 173).

En el presente proyecto de investigación se estableció una muestra conociendo a la población objetivo en función a la consulta de datos de Microempresas en el sector Florida Norte, por esta razón se aplicó la formula finita detallada a continuación:

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

3.6.1 Formula de la muestra

- **n/c:** representa el nivel de confianza de los resultados, en este caso se desea obtener un 95% de confiabilidad.
- **Z:** Se calcula utilizando el nivel de confianza (0.95/2=0.475) y el resultado obtenido se busca el valor respectivo según la tabla de distribución estadística, en este caso para 0.475 el valor Z es 1.96.
- **p:** es la probabilidad de que el evento ocurra (50%).
- **q:** es la probabilidad de que el evento no ocurra (q=1-p); en este caso también es 50%.
- **e:** corresponde al error máximo aceptable en los resultados, el cual es 5%.
- **N:** es el tamaño de la población. (1.184)
- **n:** es el tamaño de la muestra a calcular.

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

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 1.184}{0,05^2(1.184 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{1.137,1136}{2,9575 + 0,9604}$$

$$n = \frac{1.137,1136}{3,9179}$$

$$n = 290 \text{ Microempresas}$$

Análisis: La muestra determinada del estudio arroja mediante la fórmula finita un total de 290 microempresas.

3.6.2 Presentación de resultados

3.6.2.1 Encuesta

3.6.2.1.1 Pregunta 1.- ¿Podría indicar su edad?

Tabla 4. Edad

P1	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
20-30	171	171	58,97%	58,97%
31-40	60	60	20,69%	79,66%
41-50	36	36	12,41%	92,07%
51-60	10	10	3,45%	95,52%
>60	13	13	4,48%	100,00%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

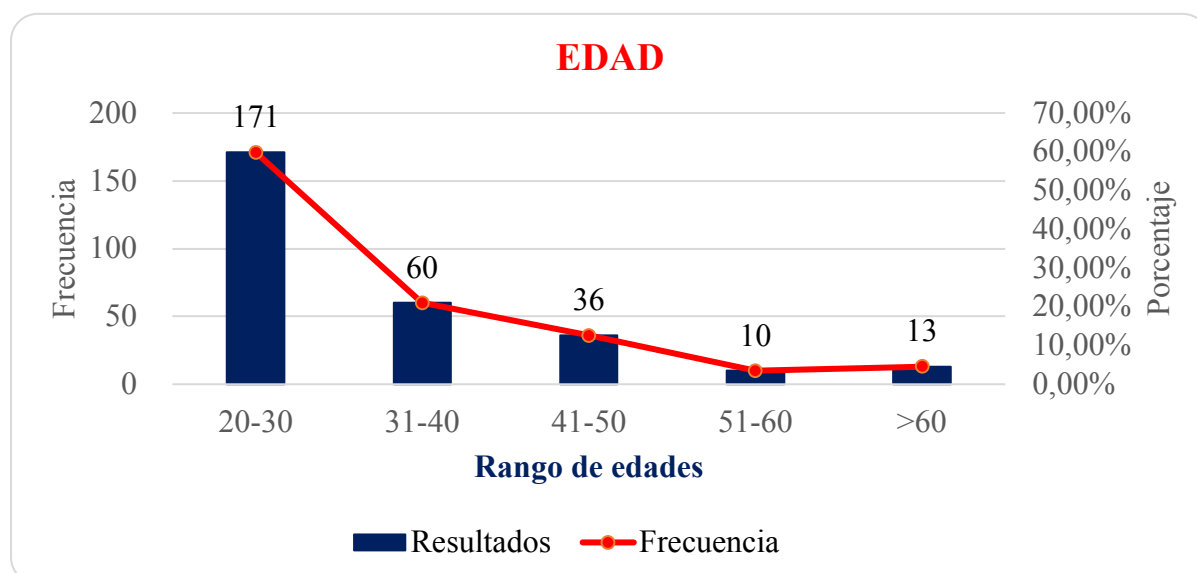


Figura 2. Edad

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: De acuerdo a la pregunta 1 de las encuestas realizadas se indicó que el 58,97% están dentro de un rango de edad entre los 20 a 30 años, los mismos corresponden a un total de 171 personas de la muestra. Luego el segundo porcentaje con mayor participación está en el rango de 31 a 40 años muy seguido con un 12,41% el rango de 41 a 50 años, y el valor con menos porcentaje es del de las edades con más de 60 años de edad.

3.6.2.1.2 Pregunta 2.- ¿Usted es el dueño del establecimiento?

Tabla 5. Propietario

P2	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Si	278	278	95,86%	96%
No	12	290	4,14%	100%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)



Figura 3. Propietario

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: Se observó que, el 95,9% de las personas son propietarios de negocios, lo cual hace factible llegar directamente a los propietarios para la oferta de los servicios del centro de asesoría, no obstante, el 4,14% de los encuestados son o trabajadores o familiares de los dueños.

3.6.2.1.3 Pregunta 3.- ¿Cuáles son los inconvenientes que presentan en la administración de su establecimiento?

Tabla 6. Inconvenientes

P3	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Financiero	46	46	15,86%	15,86%
Organizacional	57	57	19,66%	35,52%
Administrativo	82	82	28,28%	63,89%
Ventas	87	87	30,00%	93,80%
Otras	6	6	2,07%	95,87%
No contesta	12	12	4,14%	100,00%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

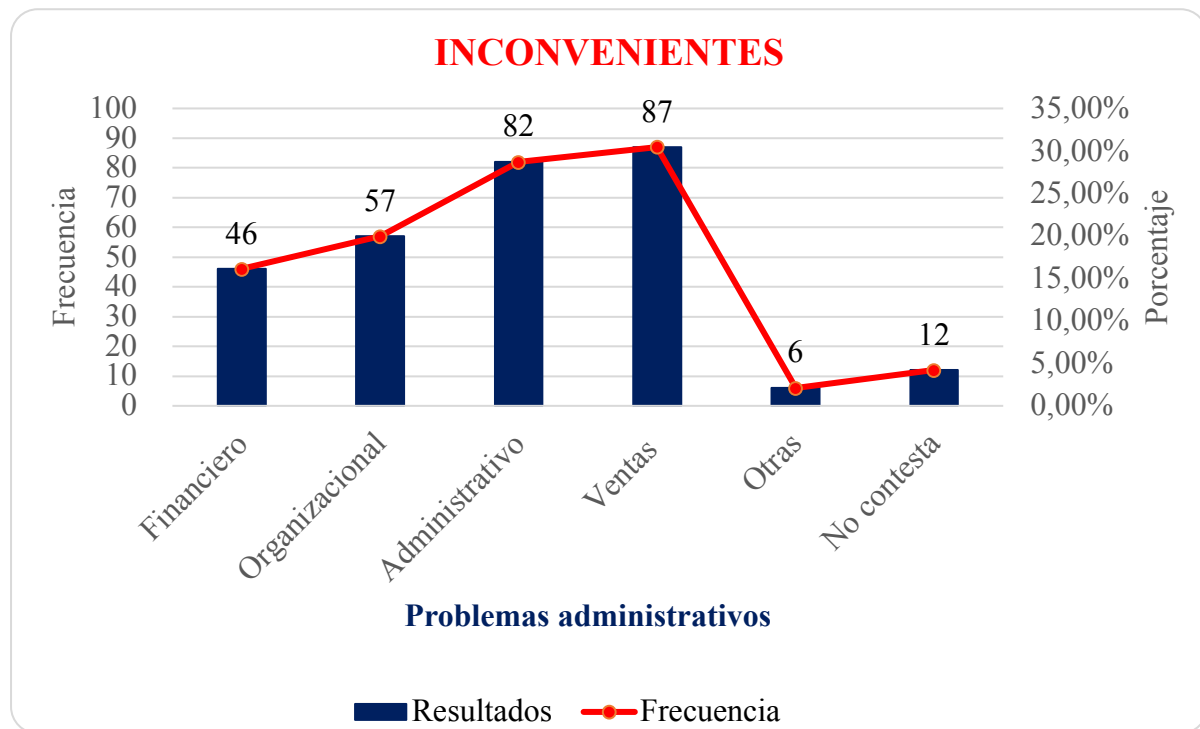


Figura 4. Inconvenientes

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: Se observó que los inconvenientes presentados en los microempresarios son las Ventas con un 30% seguido de problemas Administrativos con un 28,28% así se evidencian los problemas a resolver. No así se evidencia que los encuestados presentan menos problemas o inconvenientes con otros tipos de problemas que se presenten en sus negocios, y enfocándose en tema financiero sólo 46 participantes indican tener inconvenientes.

3.6.2.1.4 Pregunta 4.- ¿Usted a recibido alguna charla o asesoría en educación financiera en los últimos 3 meses?

Tabla 7. Charlas

P4	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Si	13	13	4,48%	4,48%
No	265	265	91,38%	95,86%
No Contesta	12	12	4,14%	100,00%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

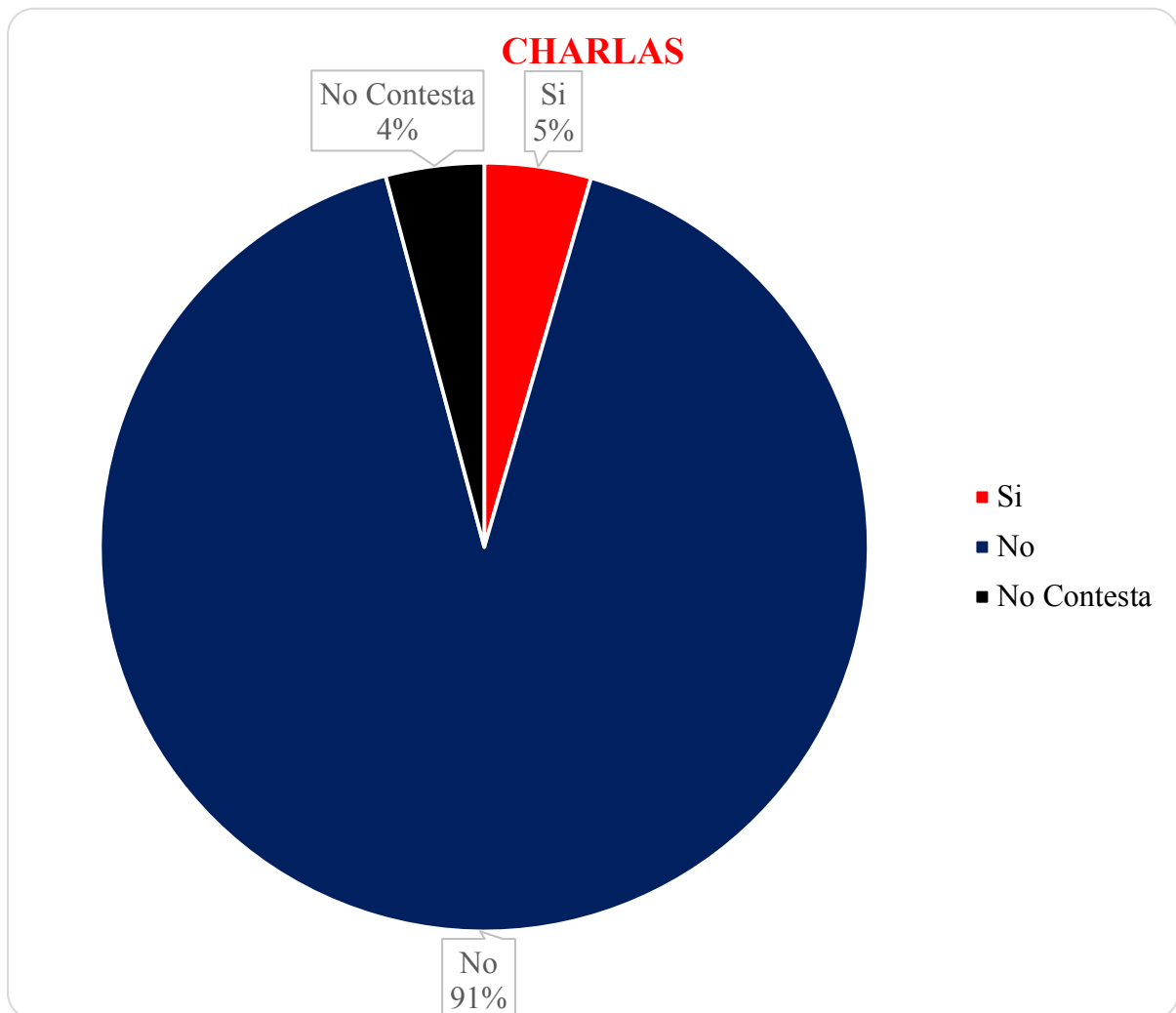


Figura 5. Charlas

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: El 91,38% de los encuestados no han recibido charla o capacitación alguna sobre temas financieros, ya que el 4,48% de los mismos que corresponden a un total de 13 encuestados indican haber tenido una capacitación sobre este tema.

3.6.2.1.5 Pregunta 5.- ¿Qué nivel considera usted que posee para llevar el control de sus finanzas?

Tabla 8. Nivel Financiero

P5	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Ninguno	9	9	3,10%	3,10%
Básico	259	268	89,31%	92,41%
Intermedio	10	278	3,45%	95,86%
Avanzado	0	278	0,00%	95,86%
Profesional	0	278	0,00%	95,86%
No contesta	12	290	4,14%	100,00%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

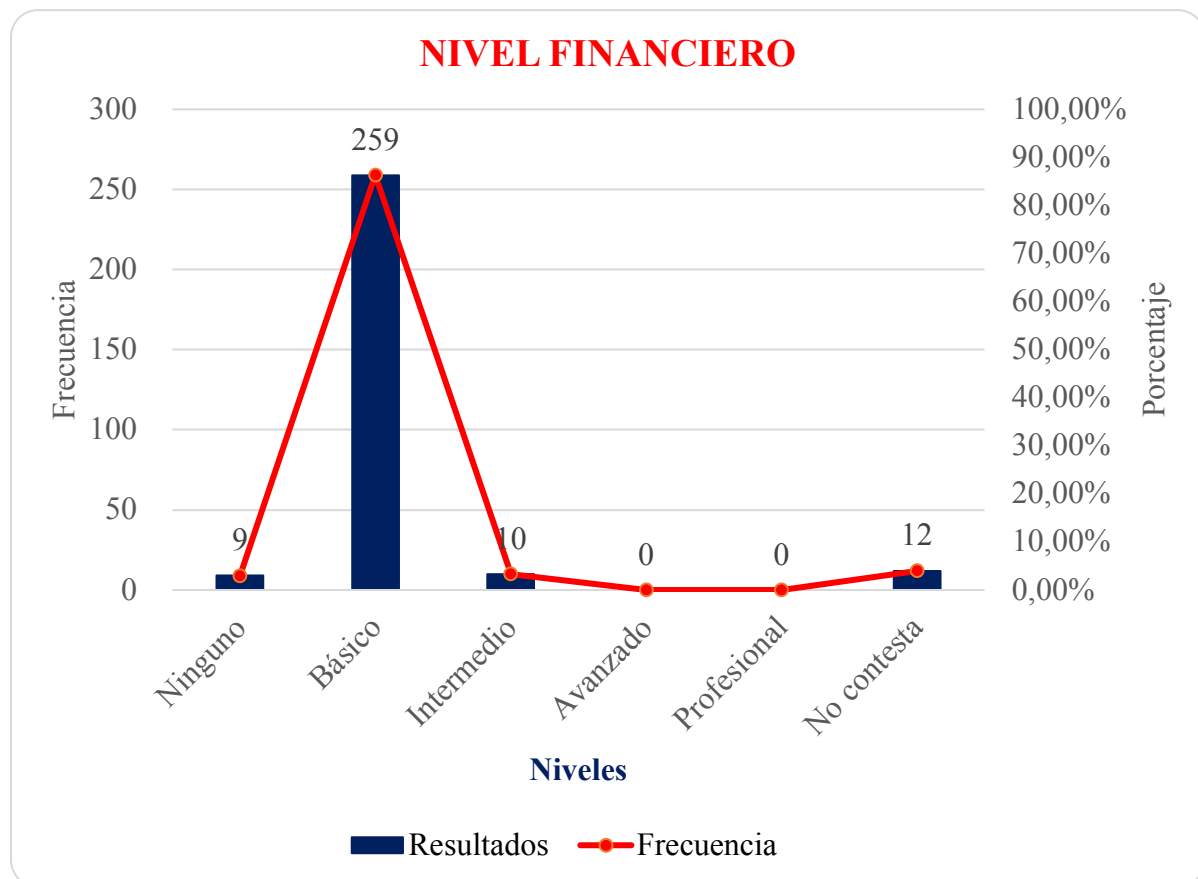


Figura 6. Nivel Financiero

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: El resultado de esta pregunta indica que el nivel financiero que posee el público objetivo es básico, esto indica que el centro de capacitación financiera podría captar a este segmento comprendido por un 92,41% de la población que son 259 personas.

3.6.2.1.6 Pregunta 6.- ¿Cree usted que los microempresarios de la zona necesitan asesoría en temas financieros?

Tabla 9. Necesita Asesoría

P6	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Si	278	278	95,86%	96%
No	0	0	0,00%	0%
No contesta	12	12	4,14%	100,00%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

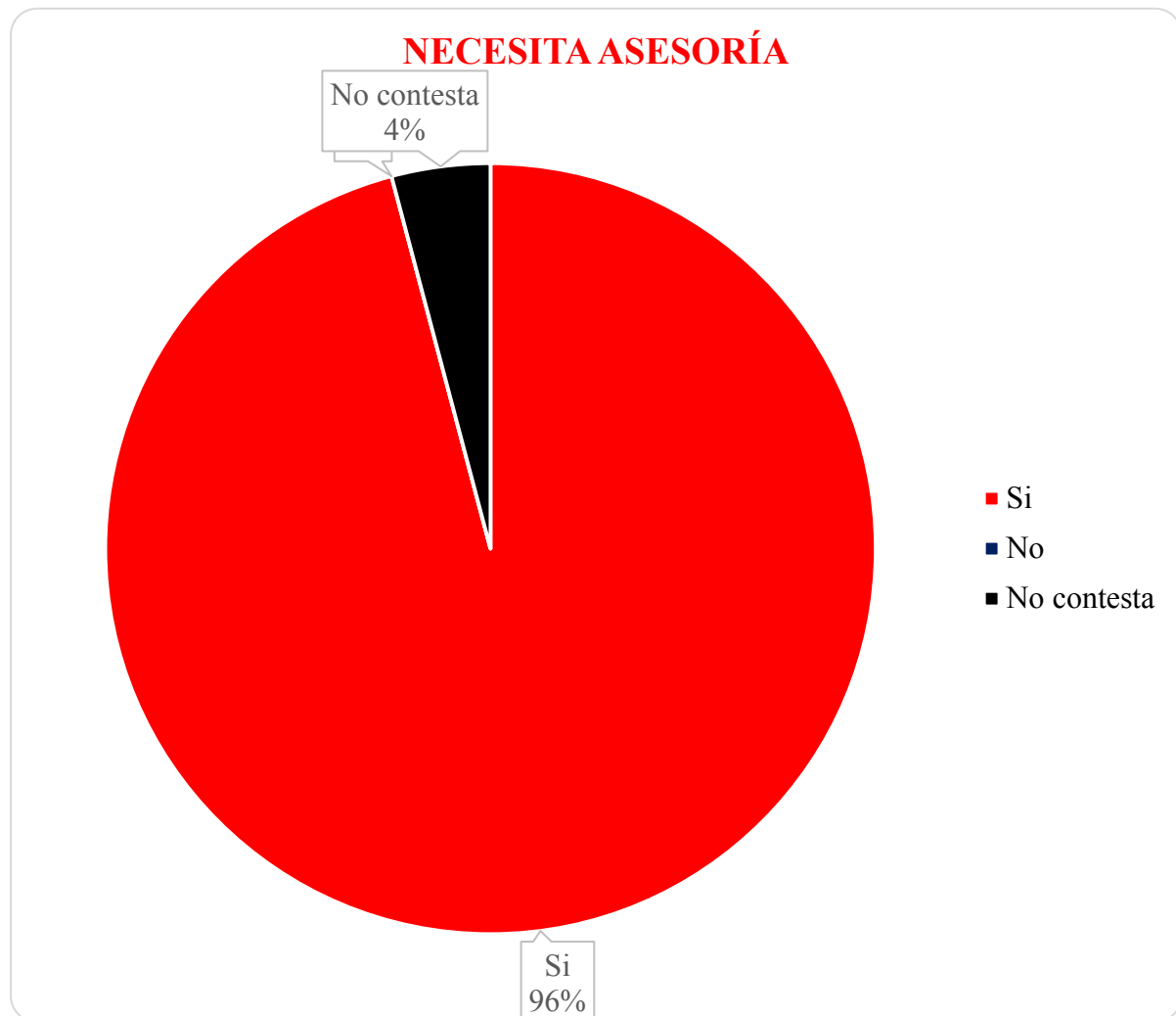


Figura 7. Necesita Asesoría

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: Los resultados obtenidos en esta pregunta, se indica el porcentaje de personas que si necesitan una asesoría financiera para el desarrollo de su negocio. Porcentaje del 95,68 % de la población acepta necesitar una asesoría.

3.6.2.1.7 Pregunta 7.- ¿En qué medida usted considera importante el contar con asesoría financiera?

Tabla 10. Importancia

P7	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Innecesario	0	0	0,00%	0%
Poco Importante	0	0	0,00%	0%
Medianamente Importante	0	0	0,00%	0%
Importante	263	263	90,69%	91%
Sumamente Importante	15	278	5,17%	96%
No contesta	12	290	4,14%	100%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

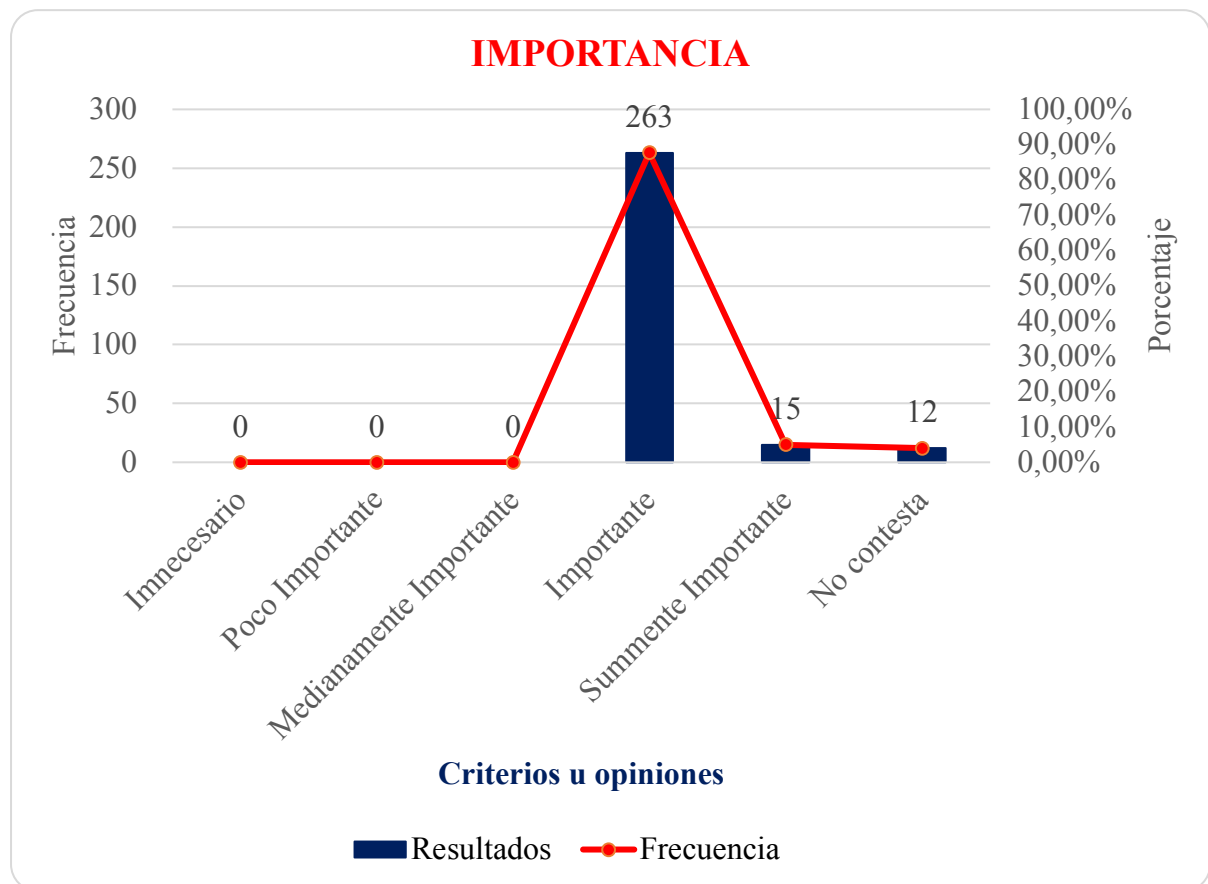


Figura 8. Importancia

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: El 90,69% de la población indica que, es importante tener conocimientos financieros para el desarrollo de sus negocios, para fines de esta encuesta 263 personas estarían dispuestas a utilizar los servicios del centro de capacitación.

3.6.2.1.8 Pregunta 8.- ¿Qué tan necesario considera la implementación de un centro de asesoría financiera a micro empresarios para el desarrolló del sector?

Tabla 11. Desarrollo

P8	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Innecesario	0	0	0,00%	0%
Poco Necesario	0	0	0,00%	0%
Medianamente necesario	7	7	2,41%	2%
Necesario	218	225	75,17%	78%
Sumamente Necesario	53	278	18,28%	96%
No contesta	12	290	4,14%	100%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

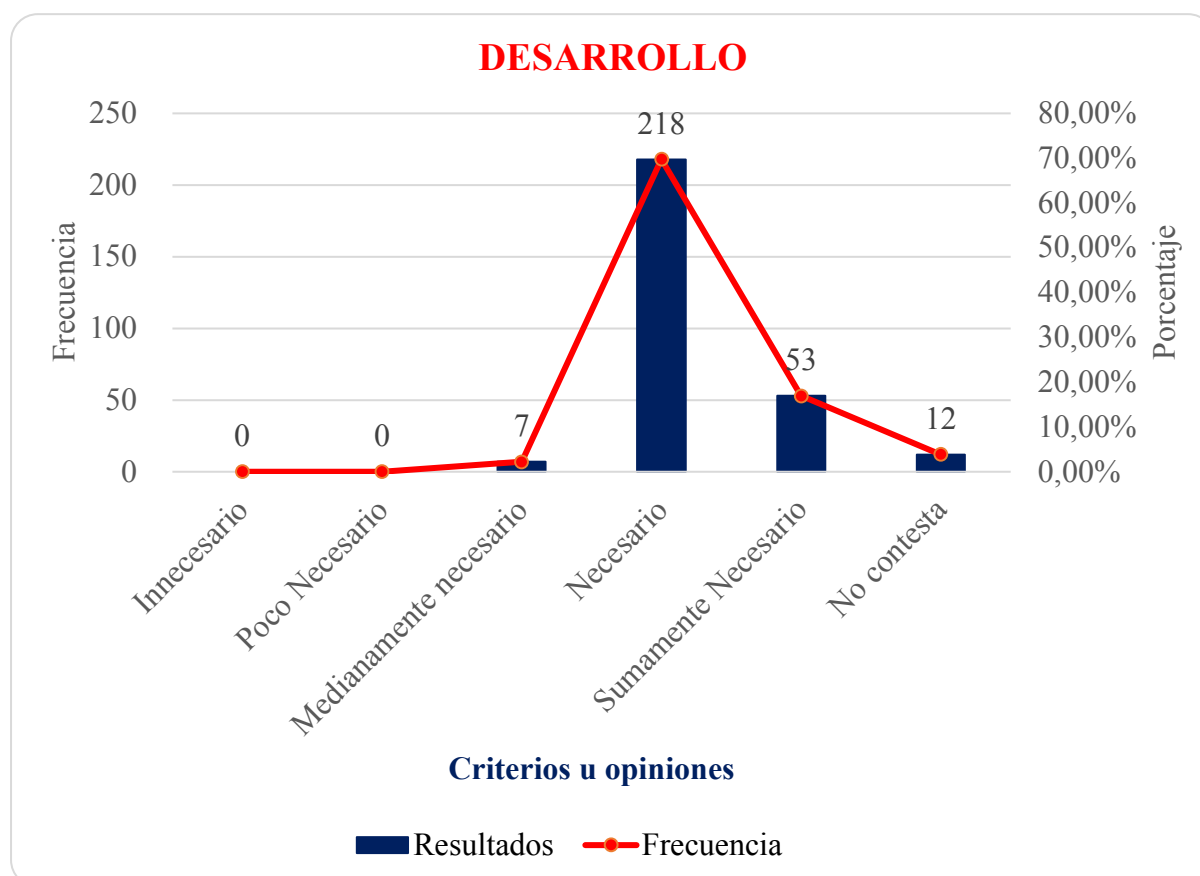


Figura 9. Desarrollo

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: Gran parte de la muestra indican que es necesario tener un desarrollo para el bienestar de sus emprendimientos, esto lo sustenta en un 75,17% de los encuestados y en segundo lugar indican que es sumamente necesario, sin embargo, el 0% opina sobre este tema que sea innecesario para su desarrollo.

3.6.2.1.9 Pregunta 9.- ¿Le gustaría contar con un centro de asesoría que le ayuden con sus dudas sobre temas específicos en su establecimiento?

Tabla 12. Contratar

P9	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Si	278	278	95,86%	96%
No	0	0	0,00%	0%
No contesta	12	12	4,14%	100,00%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

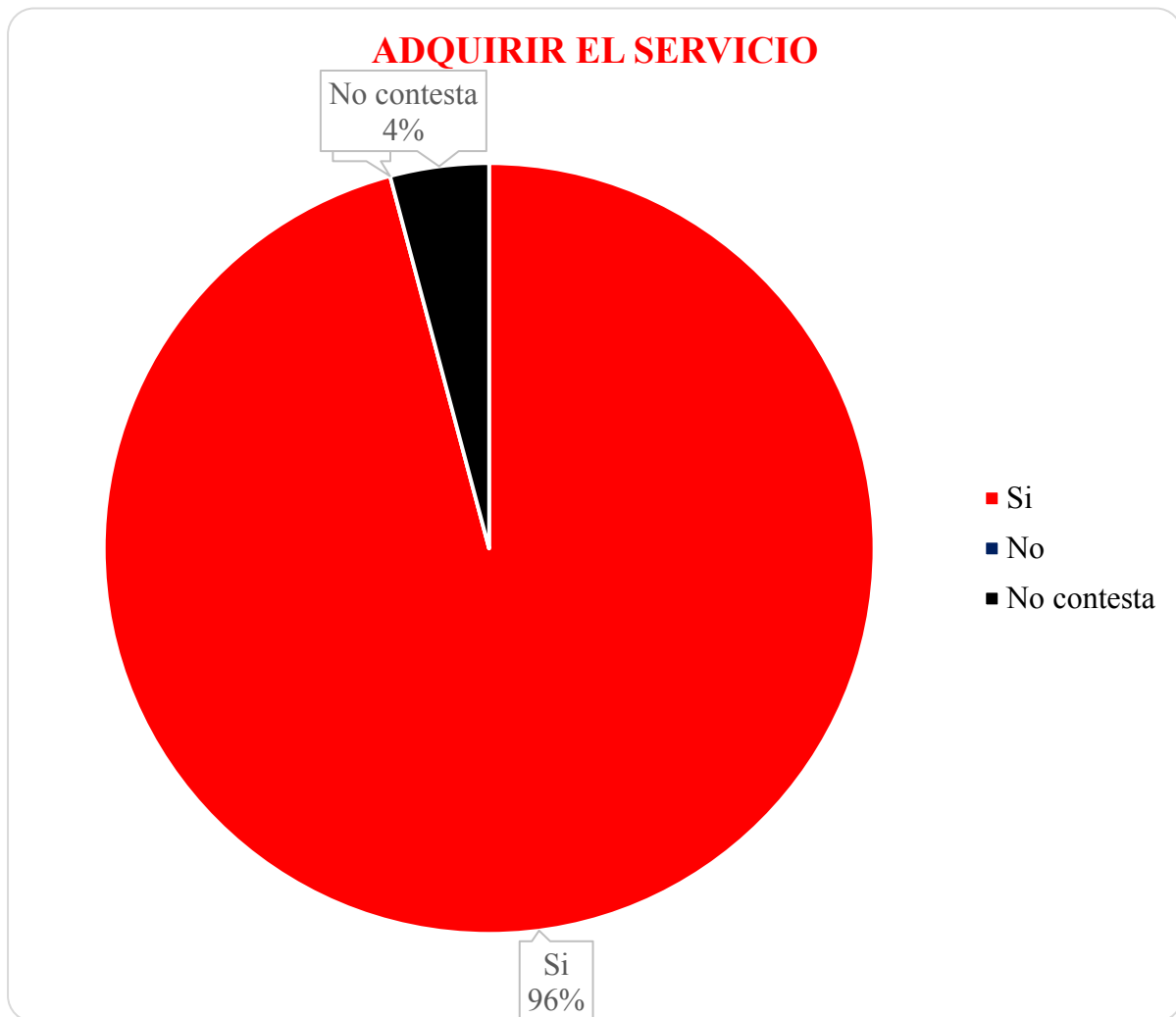


Figura 10. Contratar

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: En esta pregunta podemos evidenciar que el 95,9% de los encuestados si adquirirá el servicio mientras que el 4,1% de los encuestados no son renuentes al mismo, sino que se abstienen de contestar la pregunta.

3.6.2.1.10 Pregunta 10.- ¿Cuántas veces al año ha participado usted en alguna capacitación?

Tabla 13. Frecuencia

P10	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
1-2 veces	273	273	94,14%	94%
3-4 veces	5	278	1,72%	96%
5-6 veces	0	278	0,00%	96%
>6 veces	0	278	0,00%	96%
Otros	0	278	0,00%	96%
No contesta	12	290	4,14%	100%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

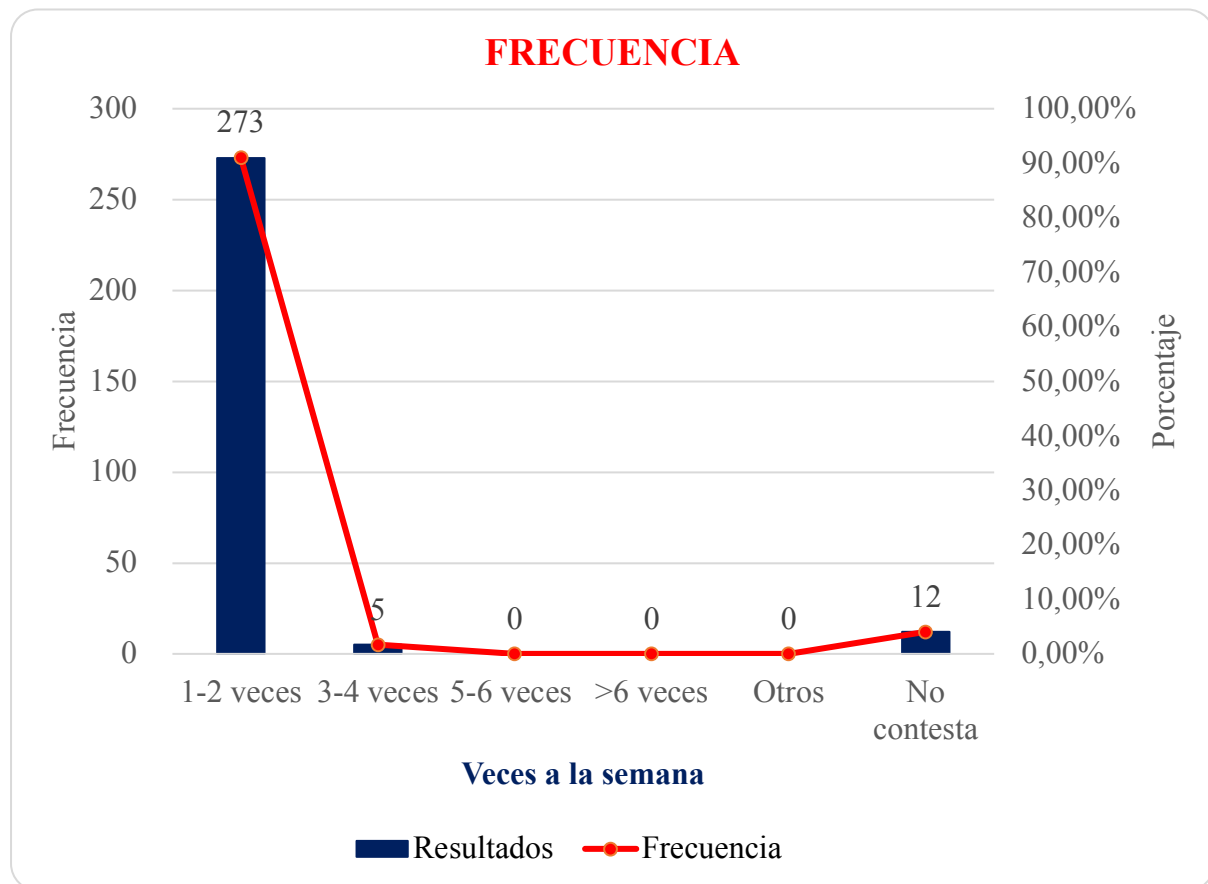


Figura 11. Frecuencia

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: Los resultados de esta pregunta se indica la cantidad de veces que los encuestados estarían dispuestos a recibir o asistir a las capacitaciones, siendo esta el 94,14% de los encuestados que optan por sesiones de 1 a 2 veces por año

3.6.2.1.11 Pregunta 11.- ¿Cuál sería el horario idóneo en base a sus necesidades para asistir a una capacitación y asesoría financiera?

Tabla 14. Horario

P11	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Mañana	26	26	8,97%	9%
Media Mañana	24	24	8,28%	17,25%
Tarde	38	38	13,10%	30,35%
Media tarde	180	180	62,07%	92,42%
Noche	6	6	2,07%	94,49%
Otros	4	4	1,38%	95,87%
No contesta	12	12	4,14%	100,00%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

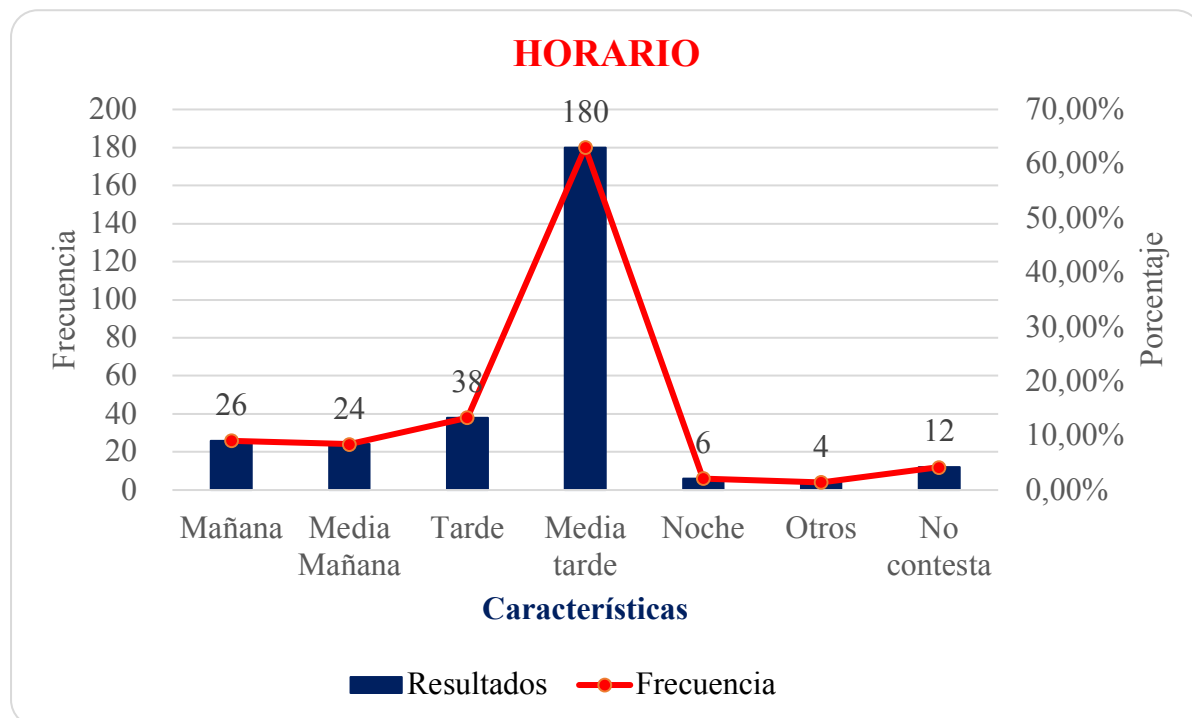


Figura 12. Horario

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: Los resultados de esta pregunta indica que los usuarios optan por un horario comprendido en la media tarde para recibir la asesoría financiera, con un 62,07% mientras que el horario menos opcionados es el de la noche con un 2,07%, sin embargo, se evidencia también un horario alternativo de la tarde ya que obtuvo un 13,10% de las respuestas favorables de esta encuesta permitiendo así realizar una jornada desde la tarde como inicio hasta la media tarde como cierre.

3.6.2.1.12 Pregunta 12.- ¿Cuánto le gustaría que costara contratar los servicios de un centro de capacitación y asesoría financiera mensual?

Tabla 15. Precio

P12	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
USD\$ 45-65	13	13	4,48%	4%
USD\$ 66-75	4	17	1,38%	6%
USD\$ 76-85	0	17	0,00%	6%
USD\$ 86-95	260	277	89,66%	96%
Otros	1	278	0,34%	96%
No contesta	12	290	4,14%	100%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

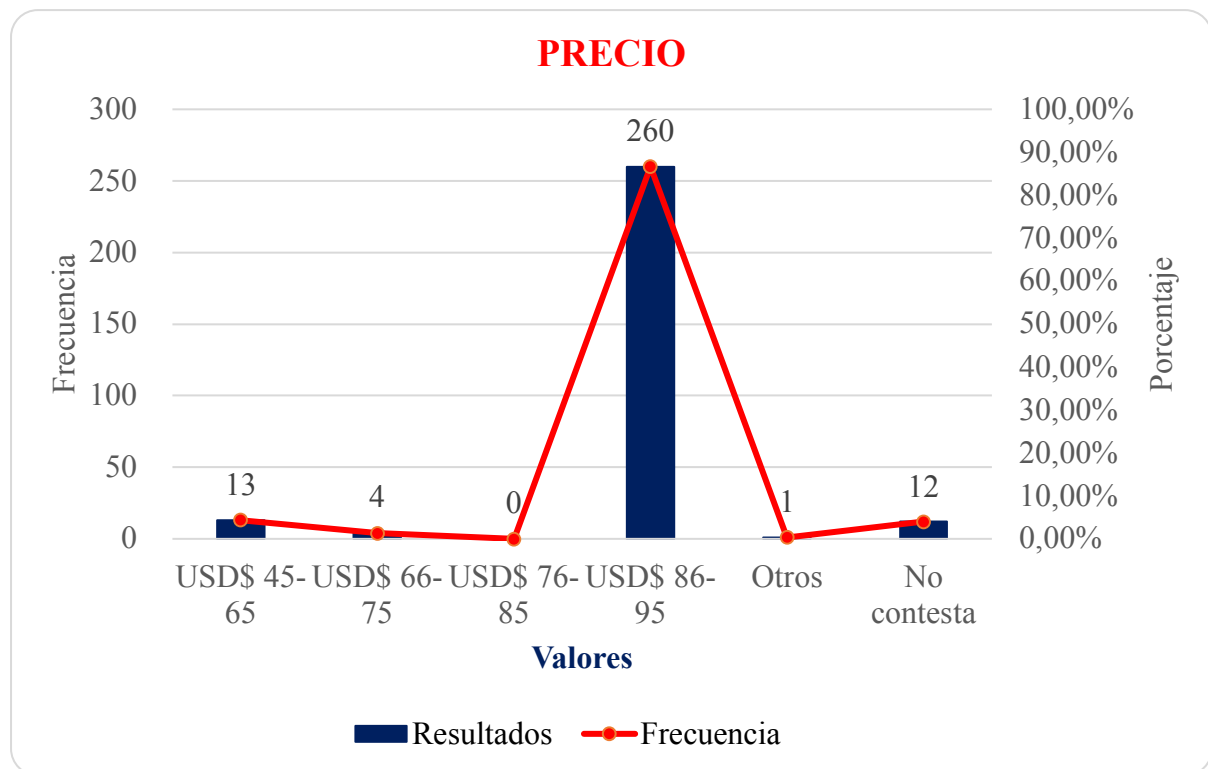


Figura 13. Precio

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: En esta pregunta se consulta a los encuestados el valor por el cual estarían dispuestos a pagar por los servicios de consultoría, el mismo que da como resultado con un 89,66 % de resultados un valor entre \$86 a \$95.

3.6.2.1.13 Pregunta 13.- ¿Qué método de pago utilizaría para acceder a los servicios de capacitación y asesoría financiera?

Tabla 16. Método de pago

P13	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Efectivo	159	159	54,83%	55%
Tarjeta-credito	18	177	6,21%	61%
Tarjeta-débito	34	211	11,72%	73%
Transferencia	67	278	23,10%	96%
Otros	0	278	0,00%	96%
No contesta	12	290	4,14%	100%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: La Autora

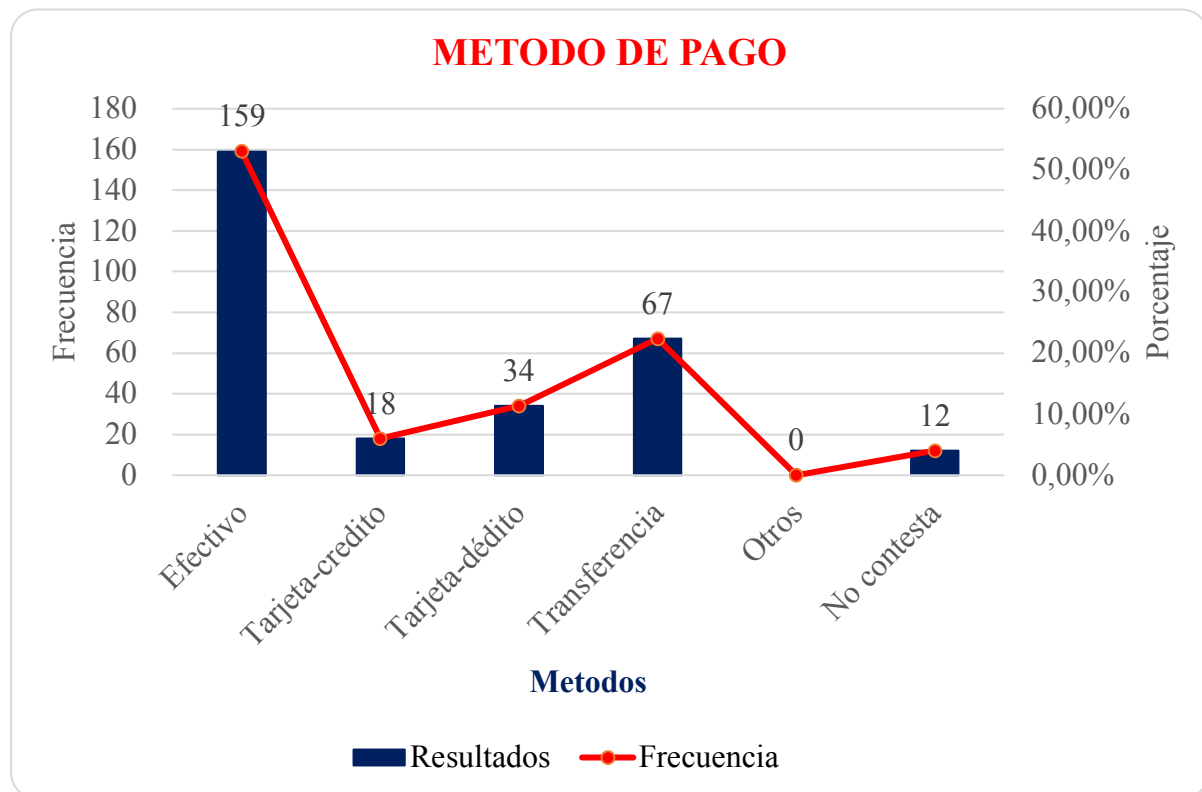


Figura 14. Método de pago

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: En esta pregunta se considera el método de pago de los usuarios por los servicios de asesoramiento financiero, el cual indica que el 54,83% de los encuestados prefieren hacerlo en efectivo, no así el 6,21% de los mismos indican realizar el pago con tarjeta de crédito o débito, pero aun así se evidencia que un porcentaje del 23,10% de los encuestados prefieren hacer uso de las transferencias para la realización de pagos.

3.6.2.1.14 Pregunta 14.- ¿Qué nombre considera usted se ajuste más a los servicios que ofrecemos?

Tabla 17. Nombre

P14	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Pegaso	0	0	0,00%	0%
KC-Finance	5	5	1,72%	2%
Consilium	36	41	12,41%	14%
KFChiquito	0	41	0,00%	14%
Otros	237	278	81,72%	96%
No contesta	12	290	4,14%	100%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

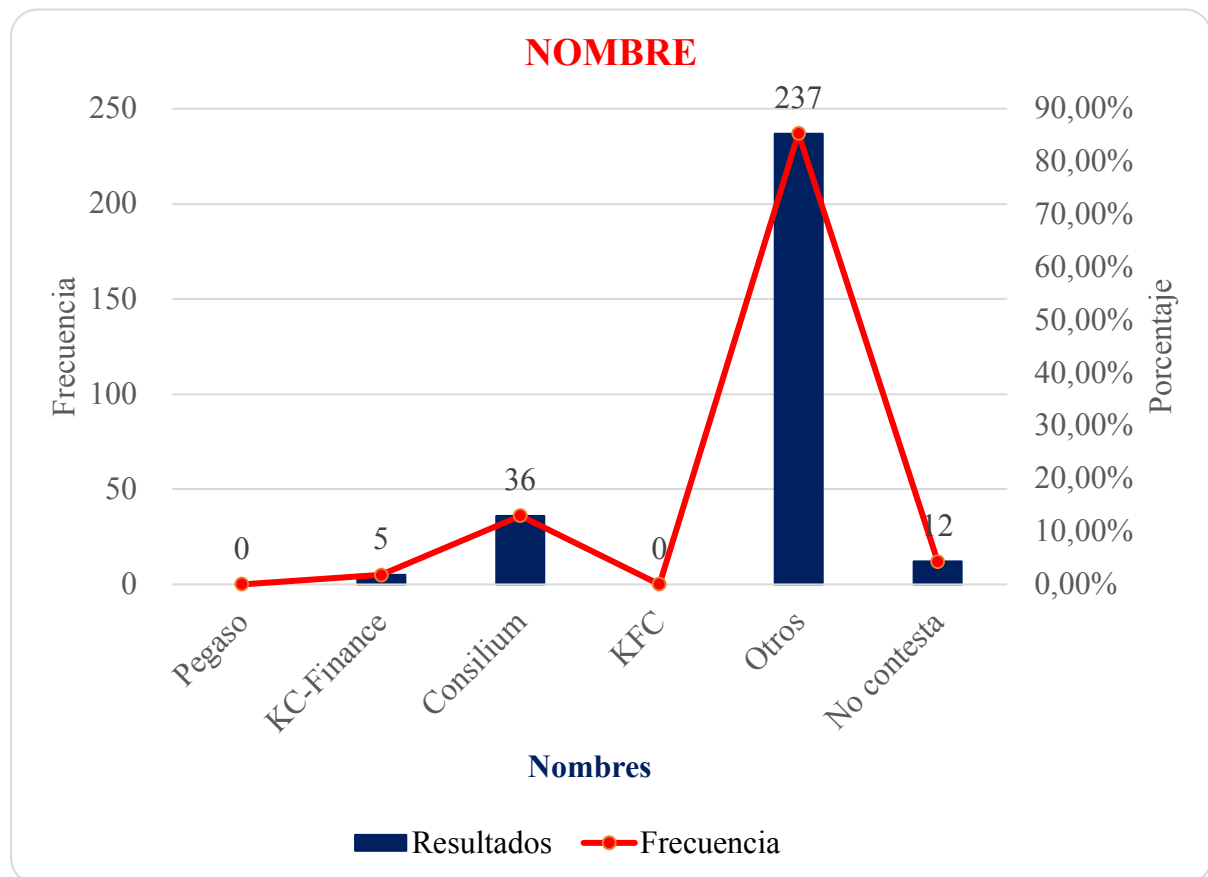


Figura 15. Nombre

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: Se sometió a encuesta el posible nombre del centro de asesoría para el cuál el 81,72% de los encuestados decidió por otro nombre, sin embargo, el que más obtuvo votación fue el de Consilium con un 12,41% de aceptación.

3.6.2.1.15 Pregunta 15.- ¿Qué tipo de plataforma virtuales maneja usualmente?

Tabla 18. *Plataforma virtual*

P15	FRE. ABS.	FRE.ABS.AC	FRE.REL	FRE.REL.AC
Facebook	0	0	0,00%	0%
Youtube	0	0	0,00%	0%
Instagram	0	0	0,00%	0%
WhatsApp	278	278	95,86%	96%
Otros	0	278	0,00%	96%
No contesta	12	290	4,14%	100%
TOTAL	290		100,00%	

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

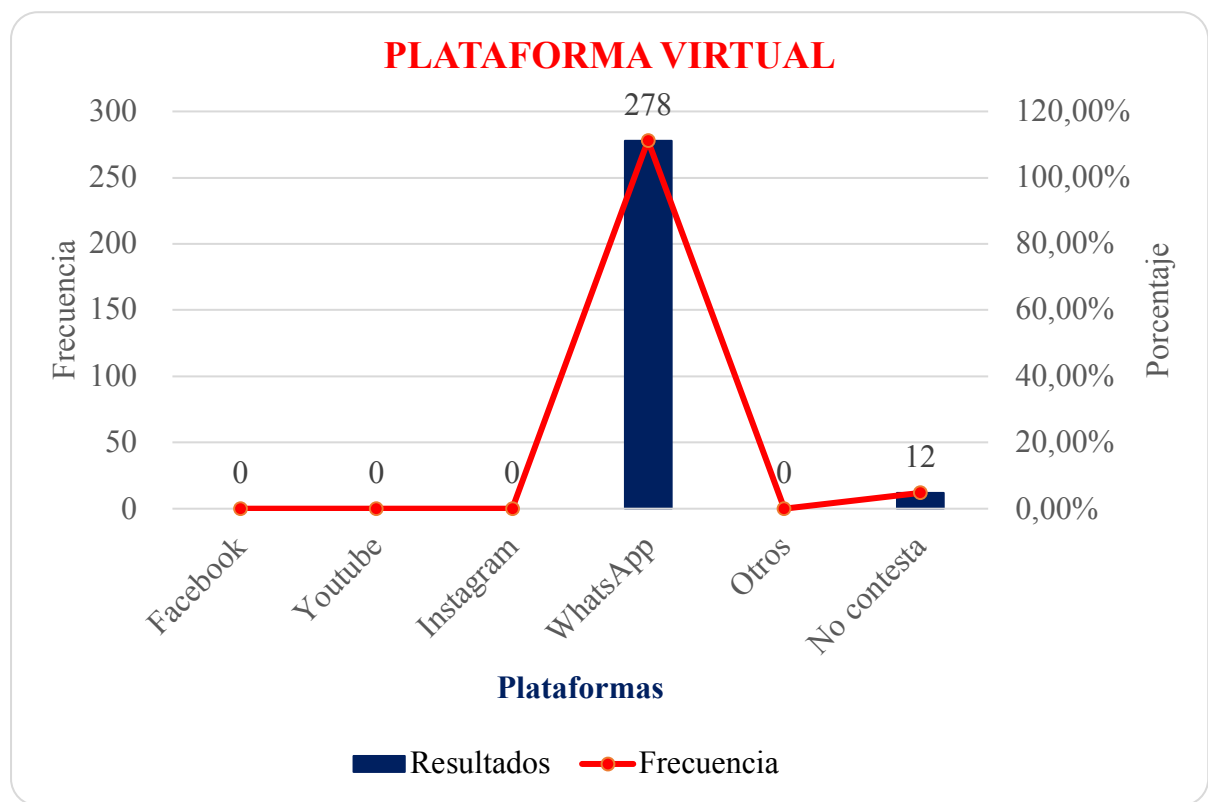


Figura 16. *Plataforma virtual*

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Análisis: El medio digital que obtuvo más voto por parte de los encuestados es el de WhatsApp con un 95,86% ya que argumentan que al tenerlo disponible en sus dispositivos móviles les resulta más sencillo el poder acceder a información de manera inmediata.

3.7 Análisis de resultados

De acuerdo a las encuestas realizadas se indicó que el 58,97% están dentro de un rango de edad entre los 20 a 30 años, los mismos corresponden a un total de 171 personas de la muestra. Luego el segundo porcentaje con mayor participación está en el rango de 31 a 40 años muy seguido con un 12,41% el rango de 41 a 50 años, y el valor con menos porcentaje es del de las edades con más de 60 años de edad. Se observó que, el 95,9% de las personas son propietarios de negocios, lo cual hace factible llegar directamente a los propietarios para la oferta de los servicios del centro de asesoría, no obstante, el 4,14% de los encuestados son o trabajadores o familiares de los dueños.

Por otro lado, los inconvenientes presentados en los microempresarios son las Ventas con un 30% seguido de problemas Administrativos con un 28,28% así se evidencian los problemas a resolver. No así se evidencia que los encuestados presentan menos problemas o inconvenientes con otros tipos de problemas que se presenten en sus negocios, y enfocándose en tema financiero sólo 46 participantes indican tener inconvenientes. El 91,38% de los encuestados no han recibido charla o capacitación alguna sobre temas financieros, ya que el 4,48% de los mismos que corresponden a un total de 13 encuestados indican haber tenido una capacitación sobre este tema.

El nivel financiero que posee el público objetivo es básico, esto indica que el centro de capacitación financiera podría captar a este segmento comprendido por un 92,41% de la población que son 259 personas. El porcentaje de personas que si necesitan una asesoría financiera para el desarrollo de su negocio. Porcentaje del 95,68 % de la población acepta necesitar una asesoría. El 90,69% de la población indica que, es importante tener conocimientos financieros para el desarrollo de sus negocios, para fines de esta encuesta 263 personas estarían dispuestas a utilizar los servicios del centro de capacitación.

Es necesario tener un desarrollo para el bienestar de sus emprendimientos, esto lo sustenta en un 75,17% de los encuestados y en segundo lugar indican que es sumamente necesario, sin embargo, el 0% opina sobre este tema que sea innecesario para su desarrollo. También se pudo evidenciar que el 95,9% de los encuestados si adquirirá el servicio mientras

que el 4,1% de los encuestados no son renuentes al mismo, sino que se abstienen de contestar la pregunta. Asimismo, la cantidad de veces que los encuestados estarían dispuestos a recibir o asistir a las capacitaciones, siendo esta el 94,14% de los encuestados que optan por sesiones de 1 a 2 veces por año

Se determinó que los usuarios optan por un horario comprendido en la media tarde para recibir la asesoría financiera, con un 62,07% mientras que el horario menos opcionados es el de la noche con un 2,07%, sin embargo, se evidencia también un horario alternativo de la tarde ya que obtuvo un 13,10% de las respuestas favorables de esta encuesta permitiendo así realizar una jornada desde la tarde como inicio hasta la media tarde como cierre. El valor por el cual estarían dispuestos a pagar por los servicios de consultoría, el mismo nos da como resultado con un 93,10 % de resultados un valor entre \$45 a \$65.

Se considera que el método de pago de los usuarios por los servicios de asesoramiento financiero, el cual indica que el 54,83% de los encuestados prefieren hacerlo en efectivo, no así el 6,21% de los mismos indican realizar el pago con tarjeta de crédito o débito, pero aun así se evidencia que un porcentaje del 23,10% de los encuestados prefieren hacer uso de las transferencias para la realización de pagos. Por otro lado, el posible nombre del centro de asesoría para el cuál el 81,72% de los encuestados decidió por otro nombre, sin embargo, el que más obtuvo votación fue el de Comsilium con un 12,41% de aceptación, por último el medio digital que obtuvo más voto por parte de los encuestados es el de WhatsApp con un 95,86% ya que argumentan que al tenerlo disponible en sus dispositivos móviles les resulta más sencillo el poder acceder a información de manera inmediata.

CAPÍTULO IV

INFORME FINAL

4.1 Descripción del negocio

Empresa especializada en la capacitación financiera de emprendedores y micro empresarios del sector de Florida Norte de la ciudad de Guayaquil, su función se basa en la captación de clientes que estén involucrados con el desarrollo de comercios, de la misma manera interesados en capacitarse y que tengan o no conocimientos en materia de desarrollo de negocios. Ejecutado por un equipo de profesionales altamente capacitados que los guiarán por el camino del éxito y desarrollo profesional.

La metodología empleada del centro financiero está basada en la implementación de casos prácticos motivando al usuario a generar el aprendizaje por medio de experiencias con la finalidad de que estén en la capacidad de afrontar cualquier tipo de situación, así como la solución de problemas financieros, la ubicación del negocio es entre las calles Florida norte y su intersección Eduardo Sola Franco. (Anexo III – p. 83)

4.1.1 Marca, Slogan & Logotipo del negocio

Consultora Financiera CONSILIUM, nombre originario del latín que significa consejo el cuál hace representación al modelo de negocios que se aplicará y que está dirigido a los micro empresarios del sector Florida Norte.

Como parte del slogan se elaboró “Construyendo negocios con pasión” lo cual hace referencia a la pasión que cada uno de los clientes tenga al emprender con conocimiento de cada una de las capacitaciones que se les ejerza para un mejor desarrollo del mismo. Por último, los colores que se tomaron a consideración fueron 3: Azul que representa el nivel de inteligencia y astucia, el turquesa que demuestra la calma que cada uno de los emprendedores debe tener al momento de resolver crisis y el blanco que transmite la pureza que tiene el negocio en todas sus actividades.

El logotipo es sencillo y práctico para que sea muy fácil de posicionarse en la mente de los clientes, básicamente son tres barras que muestran el crecimiento que se tiene con la constancia de sus acciones englobado en una figura cuadrada que simboliza energía, la cual se debe manifestar siempre.



Figura 17. Marca & Slogan

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

4.1.2 Misión

Guiar a nuestros clientes por medio de las asesorías financieras con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

4.1.3 Visión

Convertirnos en un aliado estratégico para nuestros clientes alcanzando así el máximo desarrollo de sus negocios.

4.2 Análisis FODA

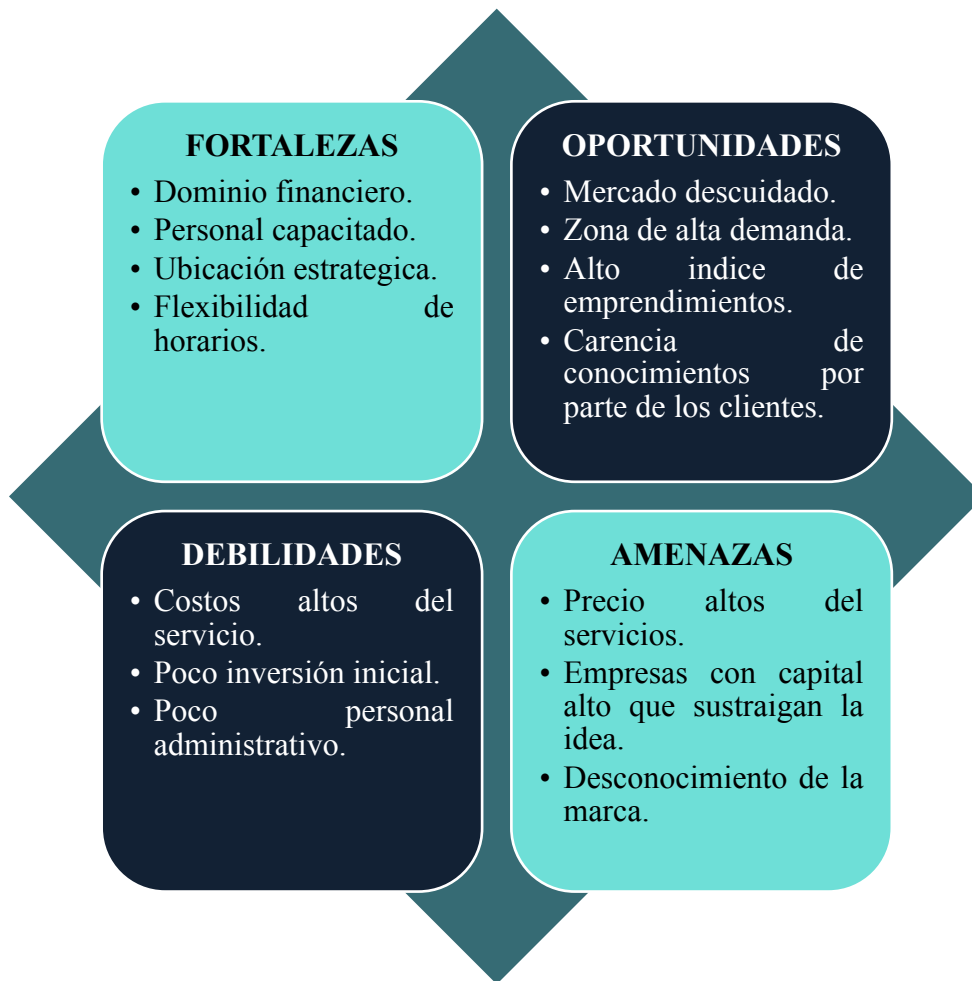


Figura 18. Análisis FODA

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

Mediante el desarrollo del FODA permite determinar la situación actual del negocio, revisando las fortalezas y oportunidades con la finalidad de tomar decisiones y formular las estrategias a futuro del negocio. Así también el análisis de las debilidades y amenazas con la finalidad de tomar medidas que eviten que factores externos intenten desestabilizar la estructura organizacional de la empresa.



Figura 19. FODA cruzado DOFA (FO, FA, DO & DA)

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

El desarrollo de las estrategias en la matriz DOFA surgen de la necesidad de la empresa y se ven plasmados dentro de un plan de marketing, las mismas indican cuales son las acciones que se deben aplicar para que el proyecto sea factible, y de igual manera estén alineadas con los objetivos planteados. Estas estrategias representan un plan de acción y que por medio del mismo la empresa pretende cumplir con la misión para así alcanzar las metas propuestas.

- Estrategia de penetración de mercado: En esta estrategia se pretende combinar estrategias de precio y promoción para generar la mayor captación de clientes en los primeros meses de operación del negocio.

- Estrategia de desarrollo del Know How: Mediante la elaboración de procedimientos y funciones idóneas se puede realizar comunicación en medios publicitarios los cuales posicionen de mejor manera la marca del negocio
- Estrategia de eficiencia de costos: Controlar de mejor manera los costos que se estén dando en las operaciones del negocio, se podrá mejorar la eficiencia y llevado de la mano presentar un mejor margen de ganancia el cual beneficie al negocio continuamente.
- Estrategia de retiro: Analizar qué tipos de servicios ofertados son los más requeridos por el público objetivo y enfocarse en ellos, mientras que los que tienen una menor demanda, contraerlos hasta que sean útiles en los momentos precisos, con precios ajustados.

4.3 Servicios

Como parte del negocio Consilium Consultora Financiera se pondrá a disposición los siguientes servicios:

- Análisis del Modelo de Negocio: Por el cual se estudiará la situación actual del emprendimiento o negocio para luego analizar todas sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con las que pueda contar.
- Factibilidad Financiera: Mediante el estudio financiero, su estado de resultados actual con el que se mantiene el negocio, se lograría capacitar para mejorar y a su vez observar las fugas de efectivos que se estén dando.
- Optimización del flujo de efectivo: Conocer si las actividades que representen el uso de efectivo tengan un buen uso y se aplique la metodología costo beneficio, es decir si es completamente factible invertir ese ingreso y si genera un margen recomendado para mantenerlo en vigencia
- Plan de Negocio: Metodología básica por el cual se pueda comprender el Canvas y todas sus partes.

- Análisis del Mercado: Comprender el mercado objetivo en donde se están tratando de realizar las actividades o a su vez donde se esté ejerciendo.

Adicional a estos servicios específicos se otorgarán:

- Charlas gratuitas de educación financiera básica, así como espacio de trabajo tipo coworking y desarrollo de modelos de negocios.

4.3.1 Organigrama administrativo



Figura 20. Organigrama Administrativo

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

La estructura del organigrama está diseñada para que sea operada inicialmente por dos personas, el gerente general y el gerente administrativo. El Gerente General se encargará de la estructura completa del modelo del negocio, así como la gestión de la capacitación a los micro empresarios, las decisiones y estrategias importantes del centro de asesoría financiera, mientras que el Gerente Administrativo se encargará de llevar los cronogramas y las planificaciones del centro con la finalidad de optimizar tiempos y recursos importantes de la empresa, la gestión con proveedores así también de los mantenimientos necesarios para la ejecución del modelo de negocio.

4.3.2 Costo de los servicios

Para poder definir el precio del servicio, se consideraron varios factores, uno de ellos es el precio en un rango pre establecido con respecto a la preferencia que los encuestados seleccionaron, también que este precio cubra los costos del servicio y genere un margen favorable que le permita ser factible al negocio, por otro lado, se pretende penetrar rápidamente el mercado mediante un valor asequible al público objetivo y por último que a la competencia le sea difícil de igualar.

Tabla 19. Mano de Obra Directa

Personal	Mano de Obra Directa						
	Forma de Contrato	Cantidad	Salario en horas	Salario en días	Salario Semanal	Salario Mensual	Salario Anual
Persona 1	Fijo	1	\$ 0,62	\$ 5,00	\$ 27,50	\$ 150,00	\$ 1.799,96
Total		1	\$ 0,62	\$ 5,00	\$ 27,50	\$ 150,00	\$ 1.799,96

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

Tabla 20. Desglose salarial – Mano de Obra Directa

Desglose del Salario					
Descripción	Mensual	N° Obreros	Total mensual	Total anual	
Sueldo básico	\$ 134,95	1	\$ 134,95	\$ 1.619,40	
Aporte patronal	\$ 15,05	1	\$ 15,05	\$ 180,56	
TOTAL			\$ 150,00	\$ 1.799,96	

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

Tabla 21. Mano de Obra Indirecta

Personal	Forma de Contrato	Cantidad	Mano de Obra Indirecta				
			Salario en horas	Salario en días	Salario Semanal	Salario Mensual	Salario Anual
Persona 1	Fijo	1	\$ 2,19	\$ 17,51	\$ 96,33	\$ 525,43	\$ 6.305,11
Total		1	\$ 2,19	\$ 17,51	\$ 96,33	\$ 525,43	\$ 6.305,11

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

Tabla 22. Desglose salarial – Mano de Obra Indirecta

Desglose del Salario					
Descripción	Mensual	N° Obreros	Total mensual	Total anual	
Sueldo basico	\$ 398,10	1	\$ 398,10	\$ 4.777,20	
Aporte patronal	\$ 44,39	1	\$ 44,39	\$ 532,66	
Fondo de reserva	\$ -	1	\$ -	\$ -	
Decimo 13	\$ 398,10	1	\$ 33,18	\$ 398,10	
Decimo 14	\$ 398,10	1	\$ 33,18	\$ 398,10	
Vacaciones	\$ 199,05	1	\$ 16,59	\$ 199,05	
TOTAL			\$ 525,43	\$ 6.305,11	

Elaborado por: Chiquito K, (2019)**Tabla 23. Gastos Generales**

Gastos generales					
#	Detalle	Veces al año	Costo unitario	Mensual	Anual
1	Servicio de Alquiler	12	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
2	Servicio de internet/telefonía	12	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
3	Servicio de agua	12	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
4	Servicio de luz	12	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
	TOTAL		\$ 175,00	\$ 175,00	\$ 2.100,00

Elaborado por: Chiquito K, (2019)**Tabla 24. Gastos de Marketing**

Gastos de Marketing					
#	Detalle	Veces al año	Costo unitario	Mensual	Anual
1	Medios BTL	6	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 300,00
2	Medios Digital	6	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 150,00
	TOTAL		\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 450,00

Elaborado por: Chiquito K, (2019)**Tabla 25. Gastos de Administración**

Gastos Administrativos					
#	Detalle	Veces al año	Costo unitario	Mensual	Anual
2	Personal administrativo	12	\$ 525,43	\$ 525,43	\$ 6.305,11
4	Artículos de limpieza	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
	TOTAL		\$ 535,43	\$ 535,43	\$ 6.315,11

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

Tabla 26. Costos del Servicio

Detalle	Costo del servicio		
	Veces al año	Costo mensual	Anual
Mano de Obra Directa	12	\$ 150,00	\$ 1.799,96
Gastos generales	12	\$ 175,00	\$ 2.100,00
Gastos Administrativos	12	\$ 535,43	\$ 6.315,11
Gastos de Marketing	12	\$ 75,00	\$ 450,00
TOTAL		\$ 935,42	\$ 10.665,07

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

4.3.3 Precio del servicio

Al conocer todos los costos se procede mediante la fórmula del factor precio de venta establecer el precio del servicio, la cual se presenta a continuación:

$$\text{Factor precio de venta} = C * \frac{100}{100 - M}$$

4.3.4 Formula Precio de venta

P= Precio de venta (¿?)

C= Costo total del servicio (USD\$ 47,95)

M= Margen de rentabilidad (46,72%)

$$\text{Factor precio de venta} = C * \frac{100}{100 - M}$$

$$\text{Factor precio de venta} = \$ 47,95 * \frac{100}{100 - 46,72}$$

$$\text{Factor precio de venta} = \$ 47,95 * \frac{100}{53,28}$$

$$\text{Factor precio de venta} = \$ 47,95 * 1,8768769$$

Factor precio de venta = \$ 90,00

En base a la aplicación de la formula se determinó el precio de la capacitación y asesoría financiera por persona de USD\$ 90,00 cada sesión.

4.4 Demanda del servicio

La demanda del servicio se determinó mediante la fórmula de la Demanda, la cual permite conocer la cantidad de microempresarios insatisfechos en el mercado que están dispuesto a adquirir el servicio de asesoría y capacitación financiera en el sector de la Florida Norte.

$$Q = n * p * q$$

4.4.1 Formula de la demanda:

Q= Demanda potencial (¿?)

n= Número potencial de compradores posibles en el mercado meta (278)

p= Precio promedio del producto/servicio ofertado en el mercado (USD\$ 90,00)

q= Cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado (1)

$$Q = n * p * q$$

$$Q = n * q$$

$$Q = 278 * USD\$ 90,00 * 1$$

$$Q = 278 * 1$$

$$Q = USD\$ 25.021,28$$

$$Q = 278 \text{ capacitaciones}$$

Mediante los datos obtenidos se determinó que la demanda potencial del servicio de asesoría y capacitación financiera aproximadamente es de 278 capacitaciones al año las cuales

estaría generando un ingreso de USD\$ 25.021,28. Al conocer la potencial demanda se consideró captar un 75% del total, la misma que se incrementara en un 1,55% anualmente mediante la tasa de crecimiento poblacional. (INEC, 2010) La capacitación y asesoría financiera será brindada durante 6 horas de talleres en las cuales el participante contara con toda la información necesaria para su comprensión y guiado por la mano de un experto el cual utilizará al negocio del participante como punto de partida para resolver los diferentes inconvenientes que presente en la actualidad.

Tabla 27. Proyección de la Demanda Conservadora

Proyección de la Demanda Conservadora							
Período	Dem-Und-Ins	Dem-\$-Ins	% captación	Dem-captar	Precio	Dem-\$-Ingr	
1	278	\$ 25.021,28	80%	222	\$ 90,00	\$ 20.017,02	
2	282	\$ 25.414,12	82%	230	\$ 90,00	\$ 20.730,30	
3	287	\$ 25.811,48	83%	238	\$ 90,00	\$ 21.458,00	
4	291	\$ 26.213,37	85%	247	\$ 90,00	\$ 22.200,26	
5	296	\$ 26.619,83	86%	255	\$ 90,00	\$ 22.957,24	

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

Tabla 28. Proyección de la Demanda Conservadora en unidades

Demanda	Proyección de la Demanda Conservadora				
	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Demanda Diaria	1	1	1	1	1
Demanda Semanal	4	5	5	5	5
Demanda Mensual	19	19	20	21	21
Demanda Anual	222	230	238	247	255

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

Tabla 29. Proyección de la Demanda en dólares

Demanda	Crecimiento de la Demanda				
	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Demanda Diaria	\$ 55,60	\$ 57,58	\$ 59,61	\$ 61,67	\$ 63,77
Demanda Semanal	\$ 392,49	\$ 406,48	\$ 420,75	\$ 435,30	\$ 450,14
Demanda Mensual	\$ 1.668,09	\$ 1.727,53	\$ 1.788,17	\$ 1.850,02	\$ 1.913,10
Demanda Anual	\$ 20.017,02	\$ 20.730,30	\$ 21.458,00	\$ 22.200,26	\$ 22.957,24

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

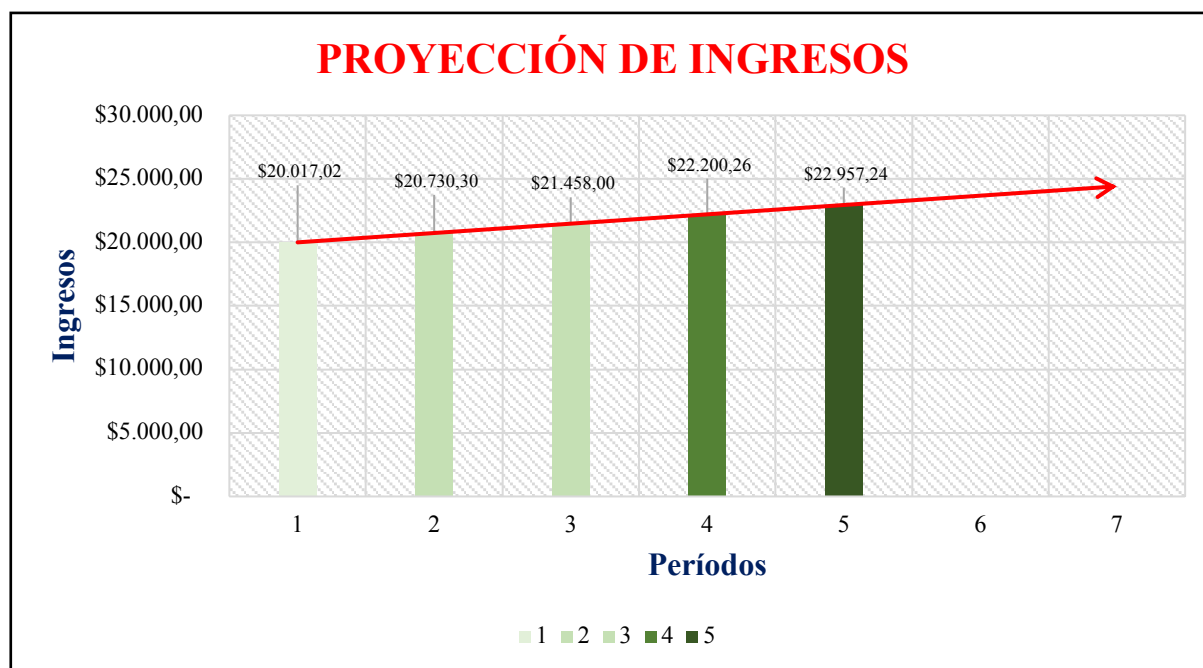


Figura 21. *Proyección de Ingresos*

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

4.5 Proyección de los costos

La proyección de los costos se determinó mediante los variables y fijos que presenta anualmente el servicio, al detallarlos se proyectan de igual manera que los ingresos con un incremento del 1,55% anualmente, esto debido a la tasa de crecimiento población. (INEC, 2010)

Tabla 30. *Proyección de costos*

Proyección de costos - Conservador					
Detalle	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Unidades	222	230	238	247	255
Precio de Venta Unitario	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Costo Variable Unitario	\$ 8,09	\$ 8,22	\$ 8,35	\$ 8,48	\$ 8,61
(+)Ingresos	\$ 20.017,02	\$ 20.730,30	\$ 21.458,00	\$ 22.200,26	\$ 22.957,24
(-)Costos Variables	\$ 1.799,96	\$ 1.893,25	\$ 1.990,22	\$ 2.090,99	\$ 2.195,68
(-)Costos Fijos	\$ 8.865,11	\$ 9.003,72	\$ 9.143,91	\$ 9.285,69	\$ 9.429,07
(+)Costos Totales	\$ 10.665,07	\$ 10.896,96	\$ 11.134,13	\$ 11.376,68	\$ 11.624,74
(-)Utilidad Bruta	\$ 9.351,95	\$ 9.833,34	\$ 10.323,87	\$ 10.823,58	\$ 11.332,50

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

4.6 Análisis financiero

4.6.1 Inversión fija

El diagnóstico financiero tiene como finalidad el evidenciar la factibilidad del servicio ofertado y garantizar el retorno de la inversión. La inversión fija se la dividió en 2 partes, la parte tangible e intangible. Por parte de los tangibles se detalla mediante los activos fijos que serán necesarios para las operaciones del negocio de los cuales se considero, un proyector de imágenes, un pc de escritorio y una impresora 2 en 1, todo esto como equipos de computación. Como parte de los Muebles de oficina se tiene detallado 2 escritorio 5 sillas, 2 sillas ejecutivas y por último, como parte de los equipos de oficina se consideró 3 archivadores y 1 acondicionador de aire.

Tabla 31. *Equipos de computación*

Equipos de Computación				
#	Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
1	PC de escritorio Hp-Corei3	1	\$ 150,00	\$ 150,00
2	Canon impresora con sistema de tinta continua-Mg2510	1	\$ 52,00	\$ 52,00
3	Proyector 2000 Mb Lenova	1	\$ 350,00	\$ 350,00
	TOTAL		\$ 552,00	\$ 552,00

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Tabla 32. *Muebles de oficina*

Muebles de Oficina				
#	Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
1	Silla de Oficina Giratoria	2	\$ 60,00	\$ 120,00
2	Silla De Espera Secretaria de Oficina Escritorio	5	\$ 40,00	\$ 200,00
3	Muebe Escritorios Estación Trabajo Modular de Oficina	2	\$ 160,00	\$ 160,00
	TOTAL		\$ 260,00	\$ 480,00

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Tabla 33. Equipos de oficina

Equipos de Oficina				
#	Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
1	Acondicionador de aire TCL-12.000	1	\$ 250,00	\$ 250,00
2	Archivadores	3	\$ 65,00	\$ 195,00
	TOTAL		\$ 315,00	\$ 445,00

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Por otra parte, de los intangibles se consideró, la investigación de mercado, el estudio socioeconómico, asesoría y adecuaciones en gastos de organización. Como parte de las adecuaciones, se debió realizar la construcción del departamento de asesorías y el administrativo.

Tabla 34. Adecuaciones

Adecuaciones				
#	Detalle	M²	Precio unitario	Precio total
1	Construcción departamento administrativo	30	\$ 15,00	\$ 450,00
	TOTAL		\$ 15,00	\$ 450,00

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Tabla 35. Gastos de Organización

Gastos de Organización				
#	Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
1	Adecuaciones	1	\$ 450,00	\$ 450,00
2	Inv. Mercado	1	\$ 170,50	\$ 170,50
3	Estudio de Factibilidad	1	\$ 200,00	\$ 200,00
4	Asesoría	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	TOTAL		\$ 1.020,50	\$ 1.020,50

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Tabla 36. Inversión Total

INVERSIÓN FIJA				
#	Detalle	Sub-Total	Total	Participación %
	<i>Inversión Tangible</i>		\$ 1.477,00	59%
1	Equipos de Computación \$	552,00		22%
2	Muebles de Oficina \$	480,00		19%
8	Equipos de Oficina \$	445,00		18%
	<i>Inversión intangible</i>		\$ 1.020,50	41%
7	Gastos de Organización \$	1.020,50		41%
	TOTAL		\$ 2.497,50	100%

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

La Inversión Fija para el proyecto es de USD\$ 2.497,50

4.6.2 Capital inicial

Para el capital inicial se pretende aplicar un método de cálculo en el cual determine la oferta del servicio por medio de porcentajes mensuales, de esta forma se puede acercar de una manera práctica al capital necesario en el proyecto cubriendo posibles imprevistos. La tabla a continuación detalla en cada mes cuanto se pretende utilizar de recursos, hasta que el proyecto comience a generar ingresos, determinando un capital apropiado para sus funciones.

Tabla 37. Capital de Trabajo proyectado

Detalle	Capital de trabajo												Demanda
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Porcentaje	1%	2%	4%	4%	7%	7%	10%	11%	13%	13%	14%	14%	100%
Unidades	2	4	9	9	16	16	22	24	29	29	31	31	222
Precio de Venta Unitario	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Costo Variable unitario	\$ 8,09	\$ 8,09	\$ 8,09	\$ 8,09	\$ 8,09	\$ 8,09	\$ 8,09	\$ 8,09	\$ 8,09	\$ 8,09	\$ 8,09	\$ 8,09	\$ 8,09
Ingresos													
Ventas	\$ 200,17	\$ 400,34	\$ 800,68	\$ 800,68	\$ 1.401,19	\$ 1.401,19	\$ 2.001,70	\$ 2.201,87	\$ 2.602,21	\$ 2.602,21	\$ 2.802,38	\$ 2.802,38	\$ 20.017,02
Total ingresos	\$ 200,17	\$ 400,34	\$ 800,68	\$ 800,68	\$ 1.401,19	\$ 1.401,19	\$ 2.001,70	\$ 2.201,87	\$ 2.602,21	\$ 2.602,21	\$ 2.802,38	\$ 2.802,38	\$ 20.017,02
Egresos													
Costos Variables													
Servicios prestados	\$ 18,00	\$ 36,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 180,00	\$ 198,00	\$ 234,00	\$ 234,00	\$ 251,99	\$ 251,99	\$ 1.799,96
Costos fijos													
Gastos de operación	\$ 738,76	\$ 738,76	\$ 738,76	\$ 738,76	\$ 738,76	\$ 738,76	\$ 738,76	\$ 738,76	\$ 738,76	\$ 738,76	\$ 738,76	\$ 738,76	\$ 8.865,11
Total egresos	\$ 756,76	\$ 774,76	\$ 810,76	\$ 810,76	\$ 864,76	\$ 864,76	\$ 918,76	\$ 936,75	\$ 972,75	\$ 972,75	\$ 990,75	\$ 990,75	\$ 10.665,07
Utilidad Bruta	-\$ 556,59	-\$ 374,42	-\$ 10,08	-\$ 10,08	-\$ 536,44	-\$ 536,44	-\$ 1.082,95	-\$ 1.265,12	-\$ 1.629,46	-\$ 1.629,46	-\$ 1.811,63	-\$ 1.811,63	-\$ 9.351,95
Saldo Acumulado	-\$ 556,59	-\$ 931,01	-\$ 941,08	-\$ 951,16	-\$ 414,72	-\$ 121,71	-\$ 1.204,66	-\$ 2.469,78	-\$ 4.099,24	-\$ 5.728,69	-\$ 7.540,32	-\$ 9.351,95	-\$ 951,16

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

En base a la tabla #30, se pudo determinar que el capital necesario para cubrir los imprevistos del primer año del proyecto es de USD\$ 951,16, de la cual se consideró tanto los costos variables y fijos del servicio. Mediante estos datos se puede plantear que la inversión total del servicio de asesoría y capacitación financiero es de USD 11.616,23.

Tabla 38. Inversión Total

# Detalle	Inversión Total	
	Total	Participación %
Inversión fija	\$ 2.497,50	18%
Capital	\$ 11.616,23	82%
TOTAL	\$ 14.113,73	100%

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

La inversión total que se determinó para el proyecto de investigación es de USD\$ 14.113,73, de las cuales USD\$ 11.616,23 son el capital de trabajo con una participación del 82% y USD\$ 2.497,50 son la inversión fija representados con el 18%.

4.6.3 Financiamiento del proyecto

Se consideró que para el financiamiento del proyecto se obtenga un 70% por medio de un préstamo bancario y el 30% aportación propia.

Tabla 39. Financiamiento del proyecto

Detalle	Financiamiento		Inversión Total
	Valor	% de aportación por participación	
Deuda financiera	\$ 9.879,61	70%	\$ 14.113,73
Capital aportado por los accionistas	\$ 4.234,12	30%	
Inversión Total	\$ 14.113,73	100%	

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

Para determinar las cuotas mensuales se procedió a realizar una tabla de amortización francesa la cual considera los siguientes factores: el tipo de préstamo, el cual es denominado microcrédito, la tasa reglamentaria según la institución bancaria y los periodos de pagos hacia la deuda adquirida. La fórmula que se utiliza para el cálculo de la cuota en base al préstamo es la siguiente:

$$\text{Cuota en base al prestamo} = p * \frac{(1 + i)^n * i}{(1 + i)^n - 1}$$

4.6.3.1 Formula de cuota en base al préstamo

C= Cuota constante de amortización de un préstamo (*i*?)

p= Cantidad nominal del préstamo, principal. (USD\$ 6.938,47)

n= Duración de la operación en meses, trimestres, semestres o años. (36 meses)

i= Tipo de interés efectivo correspondiente al período considerado (4,25%) (Banco Pichincha, 2018)

$$\text{Cuota en base al prestamo} = p * \frac{(1 + i)^n * i}{(1 + i)^n - 1}$$

$$\text{Cuota en base al prestamo} = \$ 9.879,61 * \frac{(1 + 0,00870833)^{60} * 0,00870833}{(1 + 0,00870833)^{60} - 1}$$

$$\text{Cuota en base al prestamo} = \$ 9.879,61 * \frac{1,00870833^{60} * 0,00870833}{1,00870833^{60} - 1}$$

$$\text{Cuota en base al prestamo} = \$ 9.879,61 * \frac{1,682428138 * 0,00870833}{1,682428138 - 1}$$

$$\text{Cuota en base al prestamo} = \$ 9.879,61 * \frac{0,014651145}{0,682428138}$$

$$\text{Cuota en base al prestamo} = \$ 9.879,61 * 0,02146914$$

$$\text{Cuota en base al prestamo} = \$ 212,11$$

Tabla 40. *Tabla de amortización francesa*

Tabla de amortización del financiamiento						
	<u>Datos</u>					
Tipo	Microcrédito					
Segmento	Capital de trabajo					
Prestamo	\$ 9.879,61					
Tasa de interes	10,45%					
Periodos	5					
Meses	60					
Cuotas	\$212,11					
Meses	Capital	Cuotas	Interés	Abono capital	Saldo final	
0						
1	\$ 9.879,61	\$212,11	\$ 86,03	\$126,07	\$ 9.753,54	
2	\$ 9.753,54	\$212,11	\$ 84,94	\$127,17	\$ 9.626,37	
3	\$ 9.626,37	\$212,11	\$ 83,83	\$128,28	\$ 9.498,09	
4	\$ 9.498,09	\$212,11	\$ 82,71	\$129,39	\$ 9.368,70	
5	\$ 9.368,70	\$212,11	\$ 81,59	\$130,52	\$ 9.238,18	
6	\$ 9.238,18	\$212,11	\$ 80,45	\$131,66	\$ 9.106,52	
7	\$ 9.106,52	\$212,11	\$ 79,30	\$132,80	\$ 8.973,72	
8	\$ 8.973,72	\$212,11	\$ 78,15	\$133,96	\$ 8.839,75	
9	\$ 8.839,75	\$212,11	\$ 76,98	\$135,13	\$ 8.704,63	
10	\$ 8.704,63	\$212,11	\$ 75,80	\$136,30	\$ 8.568,32	
11	\$ 8.568,32	\$212,11	\$ 74,62	\$137,49	\$ 8.430,83	
12	\$ 8.430,83	\$212,11	\$ 73,42	\$138,69	\$ 8.292,14	
Total Primer Período		\$2.545,28	\$957,81	\$1.587,47		
13	\$ 8.292,14	\$212,11	\$ 72,21	\$139,90	\$ 8.152,25	
14	\$ 8.152,25	\$212,11	\$ 70,99	\$141,11	\$ 8.011,13	
15	\$ 8.011,13	\$212,11	\$ 69,76	\$142,34	\$ 7.868,79	
16	\$ 7.868,79	\$212,11	\$ 68,52	\$143,58	\$ 7.725,21	
17	\$ 7.725,21	\$212,11	\$ 67,27	\$144,83	\$ 7.580,38	
18	\$ 7.580,38	\$212,11	\$ 66,01	\$146,09	\$ 7.434,28	
19	\$ 7.434,28	\$212,11	\$ 64,74	\$147,37	\$ 7.286,91	
20	\$ 7.286,91	\$212,11	\$ 63,46	\$148,65	\$ 7.138,26	
21	\$ 7.138,26	\$212,11	\$ 62,16	\$149,94	\$ 6.988,32	
22	\$ 6.988,32	\$212,11	\$ 60,86	\$151,25	\$ 6.837,07	
23	\$ 6.837,07	\$212,11	\$ 59,54	\$152,57	\$ 6.684,50	
24	\$ 6.684,50	\$212,11	\$ 58,21	\$153,90	\$ 6.530,61	
Total Segundo Período		\$2.545,28	\$783,74	\$1.761,54		
25	\$ 6.530,61	\$212,11	\$ 56,87	\$155,24	\$ 6.375,37	
26	\$ 6.375,37	\$212,11	\$ 55,52	\$156,59	\$ 6.218,78	

27	\$	6.218,78	\$212,11 \$	54,16	\$157,95 \$	6.060,83
28	\$	6.060,83	\$212,11 \$	52,78	\$159,33 \$	5.901,50
29	\$	5.901,50	\$212,11 \$	51,39	\$160,71 \$	5.740,79
30	\$	5.740,79	\$212,11 \$	49,99	\$162,11 \$	5.578,68
31	\$	5.578,68	\$212,11 \$	48,58	\$163,53 \$	5.415,15
32	\$	5.415,15	\$212,11 \$	47,16	\$164,95 \$	5.250,20
33	\$	5.250,20	\$212,11 \$	45,72	\$166,39 \$	5.083,81
34	\$	5.083,81	\$212,11 \$	44,27	\$167,84 \$	4.915,98
35	\$	4.915,98	\$212,11 \$	42,81	\$169,30 \$	4.746,68
36	\$	4.746,68	\$212,11 \$	41,34	\$170,77 \$	4.575,91
Total Tercer Período			\$2.545,28 \$	590,59	\$1.954,70	
37	\$	4.575,91	\$212,11 \$	39,85	\$172,26 \$	4.403,65
38	\$	4.403,65	\$212,11 \$	38,35	\$173,76 \$	4.229,89
39	\$	4.229,89	\$212,11 \$	36,84	\$175,27 \$	4.054,62
40	\$	4.054,62	\$212,11 \$	35,31	\$176,80 \$	3.877,83
41	\$	3.877,83	\$212,11 \$	33,77	\$178,34 \$	3.699,49
42	\$	3.699,49	\$212,11 \$	32,22	\$179,89 \$	3.519,60
43	\$	3.519,60	\$212,11 \$	30,65	\$181,46 \$	3.338,14
44	\$	3.338,14	\$212,11 \$	29,07	\$183,04 \$	3.155,10
45	\$	3.155,10	\$212,11 \$	27,48	\$184,63 \$	2.970,47
46	\$	2.970,47	\$212,11 \$	25,87	\$186,24 \$	2.784,23
47	\$	2.784,23	\$212,11 \$	24,25	\$187,86 \$	2.596,37
48	\$	2.596,37	\$212,11 \$	22,61	\$189,50 \$	2.406,88
Total Cuarto Período			\$2.545,28	\$376,25	\$2.169,03	
49	\$	2.406,88	\$212,11 \$	20,96	\$191,15 \$	2.215,73
50	\$	2.215,73	\$212,11 \$	19,30	\$192,81 \$	2.022,92
51	\$	2.022,92	\$212,11 \$	17,62	\$194,49 \$	1.828,43
52	\$	1.828,43	\$212,11 \$	15,92	\$196,18 \$	1.632,24
53	\$	1.632,24	\$212,11 \$	14,21	\$197,89 \$	1.434,35
54	\$	1.434,35	\$212,11 \$	12,49	\$199,62 \$	1.234,73
55	\$	1.234,73	\$212,11 \$	10,75	\$201,35 \$	1.033,38
56	\$	1.033,38	\$212,11 \$	9,00	\$203,11 \$	830,27
57	\$	830,27	\$212,11 \$	7,23	\$204,88 \$	625,40
58	\$	625,40	\$212,11 \$	5,45	\$206,66 \$	418,74
59	\$	418,74	\$212,11 \$	3,65	\$208,46 \$	210,28
60	\$	210,28	\$212,11 \$	1,83	\$210,28 \$	0,00
Total Quinto Período			\$2.545,28	\$138,40	\$2.406,88	

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

4.6.4 Depreciación de activos fijos

El presente proyecto presenta varios activos fijos detallados en la inversión inicial, los cuales se deben depreciar a medida que pasan los años en el uso continuo que se les da en las actividades del negocio.

Tabla 41. Depreciación de activos fijos

Depreciación de Activos Fijos			
Detalle	Monto	Vida util	Valor residual
Equipos de Computación	\$ 552,00	3	\$ 122,67
Muebles de Oficina	\$ 480,00	3	\$ 106,67
Equipos de Oficinas	\$ 445,00	3	\$ 98,89
	Sub-total		\$ 328,22
TOTAL 3 años iniciales			\$ 328,22

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

Como se puede apreciar los activos fijos que se consideraron en la inversión inicial del negocio presentan una vida útil de 3 años los cuales inician con un total de USD\$ 1.477,00 y periódicamente se deprecian USD\$ 328,22

4.7 Flujo de efectivo

Dentro de las proyecciones necesarias para un plan financiero es relevante que se realice un flujo de efectivo, el mismo que permite medir el nivel de fluidez que tiene el negocio Comsilium. lo cual determina la capacidad que se tiene para el crecimiento del efectivo necesario para que sea factible. Para estos flujos de efectivo proyectados se tomó en consideración por la demanda aproximada de 278 asesorías, lo cual generó un flujo de USD\$ 5.141,16 para el primer periodo, para los años siguiente se prevé un crecimiento del 1,55% de acuerdo a la tasa de crecimiento poblacional, reflejando de esta forma en el segundo periodo con un flujo de USD\$ 5.532,26 el tercer periodo con un flujo de USD\$ 5.940,22, el cuarto periodo con un flujo de USD\$ 6.266,75 y por último el quinto periodo con un flujo de USD\$ 6.712,34.

Tabla 42. Estado de resultado proyectado

Detalle	Estado de Resultados				
	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Venta en unidades proyectadas	222	230	238	247	255
Precio unitario	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Costo Variable unitario	\$ 8,09	\$ 8,22	\$ 8,35	\$ 8,48	\$ 8,61
(=) Total ingresos proyectada	\$ 20.017,02	\$ 20.730,30	\$ 21.458,00	\$ 22.200,26	\$ 22.957,24
(-) Costos de producción proyectados	\$ 1.799,96	\$ 1.893,25	\$ 1.990,22	\$ 2.090,99	\$ 2.195,68
(-) Costos de operación	\$ 8.865,11	\$ 9.003,72	\$ 9.143,91	\$ 9.285,69	\$ 9.429,07
(=) Total costos proyectada	\$ 10.665,07	\$ 10.896,96	\$ 11.134,13	\$ 11.376,68	\$ 11.624,74
<u>(=) Utilidad Bruta</u>	<u>\$ 9.351,95</u>	<u>\$ 9.833,34</u>	<u>\$ 10.323,87</u>	<u>\$ 10.823,58</u>	<u>\$ 11.332,50</u>
(-) Depreciación Equipo y Muebles de Comp/Ofic	\$ 328,22	\$ 328,22	\$ 328,22	\$ -	\$ -
(-) Depreciación Vehículo y Maquinaria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Total Depreciación proyectada	\$ 328,22	\$ 328,22	\$ 328,22	\$ -	\$ -
(-) Gasto Financiero	\$957,81	\$ 783,74	\$ 590,59	\$376,25	\$138,40
<u>(=) Utilidad operativa proyectada</u>	<u>\$ 8.065,92</u>	<u>\$ 8.721,37</u>	<u>\$ 9.405,06</u>	<u>\$ 10.447,33</u>	<u>\$ 11.194,09</u>
(-) 15% Participación de los trabajadores	\$ 1.209,89	\$ 1.308,21	\$ 1.410,76	\$ 1.567,10	\$ 1.679,11
(=) Utilidad antes del impuesto a la renta	\$ 6.856,03	\$ 7.413,17	\$ 7.994,30	\$ 8.880,23	\$ 9.514,98
(-) Impuesto a la renta 22%	\$ 1.508,33	\$ 1.630,90	\$ 1.758,75	\$ 1.953,65	\$ 2.093,30
(=) Utilidad antes de la reinversión	\$ 5.347,70	\$ 5.782,27	\$ 6.235,56	\$ 6.926,58	\$ 7.421,68
(-) Reinversión Equipo y Muebles de Comp/Ofic	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 328,22	\$ 328,22
(=) Utilidad antes de la reserva legal	\$ 5.347,70	\$ 5.782,27	\$ 6.235,56	\$ 6.598,36	\$ 7.093,46
(-) Reserva legal 10%	\$ 534,77	\$ 578,23	\$ 623,56	\$ 659,84	\$ 709,35
(=) Utilidad Neta proyectada	\$ 4.812,93	\$ 5.204,04	\$ 5.612,00	\$ 5.938,52	\$ 6.384,12
(+) Gasto de Depreciación Equi. Comp/Ofic	\$ 328,22	\$ 328,22	\$ 328,22	\$ 328,22	\$ 328,22
(+) Gasto de Depreciación Vehíc/Maquin.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Flujo operacional	\$ 5.141,16	\$ 5.532,26	\$ 5.940,22	\$ 6.266,75	\$ 6.712,34

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

4.7.1 Punto de equilibrio

Tabla 43. *Punto de equilibrio proyectado*

Períodos	Punto de equilibrio						
	CF	Pvu	Cvu	Unidades	MC	RMC	Dolares
1	\$ 8.865,11	\$ 90,00	\$ 8,09	108	\$ 81,91	0,91	\$ 9.741,04
2	\$ 9.003,72	\$ 90,00	\$ 8,22	110	\$ 81,78	0,91	\$ 9.908,65
3	\$ 9.143,91	\$ 90,00	\$ 8,35	112	\$ 81,66	0,91	\$ 10.078,70
4	\$ 9.285,69	\$ 90,00	\$ 8,48	114	\$ 81,53	0,91	\$ 10.251,23
5	\$ 9.429,07	\$ 90,00	\$ 8,61	116	\$ 81,40	0,90	\$ 10.426,25

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

4.7.2 Tasa de descuento

La tasa de descuento que se consideró para el desarrollo del Valor actual neto y la tasa de interés de retorno fue mediante el cálculo de las variables: rentabilidad de bonos 1,84%, la rentabilidad del mercado 16,06%, la tasa riesgo país 7,43%, beta 1,06 y el porcentaje de retorno del capital propio 24,34%. Este cálculo está determinado para obtener un resultado de tasa de descuento sin considerar ninguna Deuda.

Tabla 44. *Calculo de la tasa de descuento (SIN DEUDA)*

Calculo de la Tasa de descuento (SIN DEUDA)		
Detalle	Código	%
Rentabilidad bonos tesoro americano a 5 años	Rf	1,84%
Rentabilidad del mercado S&P500	Rm	16,06%
Riesgo país	RP	7,43%
Beta	B	1,06
Costo del capital propio	Re	24,34%

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

Al conocer la tasa de descuento sin deuda se debe adicionar el cálculo de la tasa de descuento con deuda ya que se va a financiar el proyecto en su 70% por un préstamo bancario, por lo tanto, las variables que se deben incluir son: Coste de la deuda financiera 2,54%, Impuesto pagado sobre las ganancias 40,33% y rentabilidad exigida por los accionistas 24% generando una tasa de descuento del 8%.

Tabla 45. Calculo de la tasa de descuento (CON DEUDA)

Calculo de la Tasa de descuento (CON DEUDA)	
Detalle	Valores
D: Deuda financiera	\$ 6.938,47
E: Capital aportado por los accionistas	\$ 2.973,63
D+E	\$ 9.912,10
Kd: Coste de la deuda financiera	2,54%
T: Impuesto pagado sobre las ganancias (Tasa impositiva)	40,33%
Re: Rentabilidad exigida por los accionistas	24%
WACC: Tasa de descuento	8%

Elaborado por: Chiquito K, (2019)**4.7.3 Retorno sobre la inversión.****Tabla 46. ROI**

Retorno sobre la inversión			
Períodos	Flujos		Flujo Acumulado
0			
1	\$	5.141,16	\$ 5.141,16
2	\$	5.532,26	\$ 10.673,42
3	\$	5.940,22	\$ 16.613,64
4	\$	6.266,75	\$ 22.880,39
5	\$	6.712,34	\$ 29.592,73
	ROI		18%

Elaborado por: Chiquito K, (2019)**4.7.4 Valuar Actual Neto****Tabla 47. VAN**

Valor Actual Neto			
Períodos	Flujos		Flujo Acumulado
0			
1	\$	5.141,16	\$ 5.141,16
2	\$	5.532,26	\$ 10.673,42
3	\$	5.940,22	\$ 16.613,64
4	\$	6.266,75	\$ 22.880,39
5	\$	6.712,34	\$ 29.592,73
	VAN	\$	9.592,54

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

4.7.5 Tasa interna de retorno

Tabla 48. TIR

Tasa Interna de Retorno		
Periodos	Flujos	Flujo Acumulado
0	-\$ 14.113,73	
1	\$ 5.141,16	\$ 5.141,16
2	\$ 5.532,26	\$ 10.673,42
3	\$ 5.940,22	\$ 16.613,64
4	\$ 6.266,75	\$ 22.880,39
5	\$ 6.712,34	\$ 29.592,73
TIR		29%

Elaborado por: Chiquito K, (2019)

En el proyecto actual se pudo determinar un VAN de USD\$ 9.592,54 la Tasa Interna de retorno fue del 29% y el retorno de inversión para el proyecto fue de un 18% obtenido. Teniendo en cuenta todo lo anterior se puede considerar que el proyecto de estudio para la creación de un centro de asesoría y capacitación financiero es factible.

CONCLUSIONES

- Con base a la argumentación teórica, se pudo fundamentar el tema de investigación mediante la teoría de mercado de Friedman, donde se hace una referencia a una colaboración general para satisfacer distintas necesidades y la teoría de estrategias de mercado de Kotler, donde se menciona conocer el Mix de marketing al momento de elaborar estrategias que permitan competir en el mercado.
- A través del análisis FODA se pudo identificar que los micro emprendedores tienen como fortaleza una ubicación idónea para la actividad comercial; como debilidades presentan un bajo conocimiento en la administración de sus negocios; como oportunidades tienen una alta demanda que existe por parte del mercado en adquirir diversos productos; y como amenazas baja discriminación que existe de sus productos y servicios frente a la competencia.
- De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta se determinó que mayoritariamente los dueños de los negocios con respecto a su situación actual carecen de conocimientos financieros debido al básico nivel académico que poseen, representado en un 89,31% y lo cual evita que desarrollen sus negocios limitándolos a micro emprendimientos, por otro lado, se observó que existe un nivel de aceptación del 90,69% por desarrollar sus conocimientos en finanzas y operar de mejor manera sus negocios.
- En la evaluación financiera se presenta una TIR del 29% y un VAN positivo de \$9.592,54 concluyendo que el centro de capacitación y asesoría financiera para micro emprendedores ubicado en el sector la Florida norte, parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil es viable.

RECOMENDACIONES

- Se deben realizar campañas por las cuales se logre captar a nuevos clientes, estas campañas deben estar enfocadas en presentarles métodos para incrementar las ganancias no solo en ventas sino también mediante el control administrativo que se dé para las operaciones del establecimiento.
- Aprovechar en un gran porcentaje la demanda insatisfecha que incide en el sector de la Florida Norte, ya que al ser pionero se controla una gran parte del mercado, la baja competencia es una oportunidad muy grande al momento de ejercer un negocio, pero esta tiene un tiempo muy corto por lo cual se debe posicionar rápidamente.
- Es importante que se considere a futuro el uso de la tecnología para realizar asesorías digitales mediante dispositivos móviles, esto generaría una flexibilidad en los horarios de los micro emprendedores ya que en su gran mayoría mencionaron que manejaban cuentas sociales y por estar a cargo de un negocio en crecimiento contaban con poco tiempo para acudir siempre a capacitaciones.
- Se recomienda mejorar los costos que se están dando al ofertar el servicio de asesoría y capacitación financiera, ya que de esta forma se puede marcar una diferencia a futuras competencias que ingresen al mercado, esto se debe lograr perfeccionando las estrategias ya establecidas y controlar los gastos innecesarios del negocio.

REFERENCIAS Y FUENTES BIBLIOGRAFÍA

- Bargsted. (1 de Diciembre de 2013). *www.scielo.org.co*. Obtenido de El emprendimiento social desde una mirada psicosocial: <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v13n25/v13n25a09.pdf>
- Centro de estudios e investigación Estadístico ICM- ESPOL. (1 de Enero de 2012). *ICM-ESPOL*. Obtenido de [dspace.espol.edu.ec: https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14779/43/2_SECTORES%20MUNICIPALES.pdf](https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14779/43/2_SECTORES%20MUNICIPALES.pdf)
- Chandler. (1 de Septiembre de 1962). *www.omnimediastudio.com*. Obtenido de Gestión efectiva de emprendimiento sociales: <http://www.omnimediastudio.com/demo/itesm/CGR/pdfs/gestion-efectiva.pdf>
- Constitución de la republica del Ecuador. (s.f.). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Constitución de la República del Ecuador: https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Cámara de comercio de Guayaquil. (9 de JULIO de 2018). *Estadísticas macroeconomicas del Ecuador*. Obtenido de Estadísticas macroeconomicas del Ecuador : <file:///C:/Users/admin/Downloads/Entorno-economico-ccg.pdf>
- Directorio de empresas y establecimientos. (1 de Enero de 2016). *INEC*. Obtenido de [ecuadorencifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf)
- Economía socail del mercado . (2014). *DICCIONARIO ECONOMÍA SOCIAL DE MERCADO*. PORTUGAL: FUNDACIÓN KONRAD ADENAUER.
- Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo. (SEPTIEMBRE de 2017). *ECUADOR EN CIFRAS*. Obtenido de ECUADOR EN CIFRAS: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Septiembre-2018/092018_Mercado%20Laboral.pdf
- Fernandez. (2017). *Estudio de mercado*. Mexico: Pearson.
- Friedman. (1 de Enero de 1990). *media.iese.edu*. Obtenido de El pensamiento economico de Milton Friedman: <https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0193.pdf>
- GoogleMaps. (1 de Enero de 2019). *Google*. Obtenido de [www.google.com.ec: https://www.google.com.ec/maps/place/Urb.+La+Florida,+Guayaquil+090609/@-2.1303297,-79.9467705,15.72z/data=!4m3!1m7!3m6!1s0x902d72be66be64a7:0x9fbe7100cc163e1c!2sFlorida+Norte,+Guayaquil+090609!3b1!8m2!3d-2.130931!4d-79.9380797!3m4!1s0x902d72be3f6d87ff:0](https://www.google.com.ec/maps/place/Urb.+La+Florida,+Guayaquil+090609/@-2.1303297,-79.9467705,15.72z/data=!4m3!1m7!3m6!1s0x902d72be66be64a7:0x9fbe7100cc163e1c!2sFlorida+Norte,+Guayaquil+090609!3b1!8m2!3d-2.130931!4d-79.9380797!3m4!1s0x902d72be3f6d87ff:0)
- Guiñunza. (2004). *Capacitación efectiva empresarial*. Pearson : Sistema de información científica.
- Gómez. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Red Tercer Millenio.
- Hansen; Mowen & Maryanne. (2017). *Administración de Costos*. México: Cengage Learning.

- Hoselitz. (1 de Enero de 196). *files.gerenciadeproyectosctc.webnode.es*. Obtenido de Los emprendedores evolucionan el concepto: <http://files.gerenciadeproyectosctc.webnode.es/200000012-8e0ad8f050/1%20Evoluci%C3%B3n%20conceptual%20del%20emprendimiento.pdf>
- INEC. (Marzo de 2018). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de Reporte de economía legal : http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/Informe_Economia_laboral-mar18.pdf
- Imbaquingo & Eliécer. (1 de Mayo de 2011). <https://dspace.ups.edu.ec>. Obtenido de Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de capacitación en gestión fiscal y tributaria para personas naturales y microempresas ubicadas en la ciudad de Quito.: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4724>
- Kotler. (2017). *Marketing en ciudades*. Madrid: Pearson .
- MYPINES. (1 de Enero de 2012). *www.sunat.gob.pe*. Obtenido de Sunat: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>
- Ministerio de educación . (26 de Noviembre de 2018). *educacion.gob.ec*. Obtenido de Ministerio de educación : <https://educacion.gob.ec/marcelo-jaramillo-es-designado-como-ministro-de-educacion-encargado/>
- Moya. (1 de Enero de 2009). <https://repositorio.espe.edu.ec>. Obtenido de ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN ESPECIALIZADA E INTEGRAL PARA EMPRESARIOS DE LA MICROEMPRESA EN EL DISTRITO
- Newbold; Carlson & Thorne. (2013). *Estadística para administración y economía*. Madrid: Pearson.
- Ochoa. (2014). *Hacia una pedagogía en el conocimiento*. Colombia : MCGRAW-HILL.
- Olamendi. (2014). *Diccionario de Marketing* . México: Pearson.
- Parking. (2010). *Micoeconomía* . México: Pearson .
- Pilco & Ruiz. (2015). *La investigación de mercados como una disciplina estratégica*. Riobamba: AvlaESPOCH.
- Plan nacional de desarrollo. (1 de Enero de 2017-2021). *Plan nacional de desarrollo "Toda una vida"*. Obtenido de www.planificacion.gob.ec: <http://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/>
- Ramírez. (2016). *Fundamentos de Administración*. México: Pearson.
- Rodríguez. (2011). *El emprendedor de éxito*. México: MCGRAWHILL.
- Rüssel, Arnulf. (2014). *Psicología del trabajo*. Mexico: Morata.
- Sampieri. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Schumpeter. (1 de Enero de 1932). *claseinnovacion.blogspot.com*. Obtenido de Innovación : <http://claseinnovacion.blogspot.com/2008/11/final-la-innovacin-y-schumpeter.html>

Van Horne; James; Wachowicz; Jr & John. (2012). *Fundamentos de Administración financiera*. México: PEARSON.

Zavala. (2002). *Fundamentos de economía*. México: Pearson.

ANEXOS

Anexo I – Encuesta



Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Facultad de Ciencias Sociales y Derecho
Carrera de Economía



Encuesta dirigida a Microempresas del sector Florida Norte

Buenos días/tardes: Se está trabajando en un estudio que servirá para elaborar una tesis profesional sobre la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera para micro emprendedores. Para ello le pediría fuera tan amable de contestar unas preguntas. No le tomara más de 5 minutos. La información que nos proporcione será confidencial.

1) ¿Podría indicar su edad?

20-30 31-40 41-50 51-60 >60

2) ¿Usted es el dueño del establecimiento?

Si No

3) ¿Cuáles son los inconvenientes que presentan en la administración de su establecimiento?

Financiero Organizacional Administrativo Ventas Otras: _____

4) ¿Usted a recibido alguna charla o asesoría en educación financiera en estos últimos meses?

Si No

5) ¿Que nivel considera usted que posee para llevar el control de sus finanzas?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ninguno		Básico		Intermedio		Avanzado		Profesional	

6) ¿Cree usted que los microempresarios de la zona necesitan asesoría en temas financieros?

Si No

7) ¿En qué medida usted considera importante el contar con asesoría financiera?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Innecesario		Poco Importante		Medianamente Importante		Importante		Sumamente Importante	

8) ¿Qué tan necesario considera la implementación de un centro de asesoría financiera a micro empresarios para el desarrollo del sector??

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Innecesario		Poco Necesario		Medianamente Necesario		Necesario		Sumamente necesario	

9) ¿Le gustaría contar con un centro de asesoría que le ayuden con sus dudas sobre temas específicos en su establecimiento?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Desacuerdo		Poco De acuerdo		Medianamente De acuerdo		De acuerdo		Sumamente de acuerdo	

10) ¿Cuántas veces al año ha participado usted en alguna capacitación?

1-2 veces 3-4 veces 5-6 veces >6 veces Otros: _____

11) ¿Cuál sería el horario idóneo en base a sus necesidades para asistir a una capacitación y asesoría financiera?

Mañana Media Mañana Tarde Media tarde Noche Otros: _____

12) ¿Cuánto le gustaría que costara contratar los servicios de un centro de capacitación y asesoría financiera mensual?

USD\$ 45-65 USD\$ 66-75 USD\$ 76-85 USD\$ 86-95 Otros: _____

13) ¿Qué método de pago utilizaría para acceder a los servicios de capacitación y asesoría financiera?

Efectivo Tarjeta de crédito Tarjeta de débito Transferencia Otros: _____

14) ¿Qué nombre considera usted se ajuste más a los servicios que ofrecemos?

Pegaso KC-Finance Consilium KFC Otros: _____

15) ¿Qué tipo de plataforma virtuales maneja usualmente?

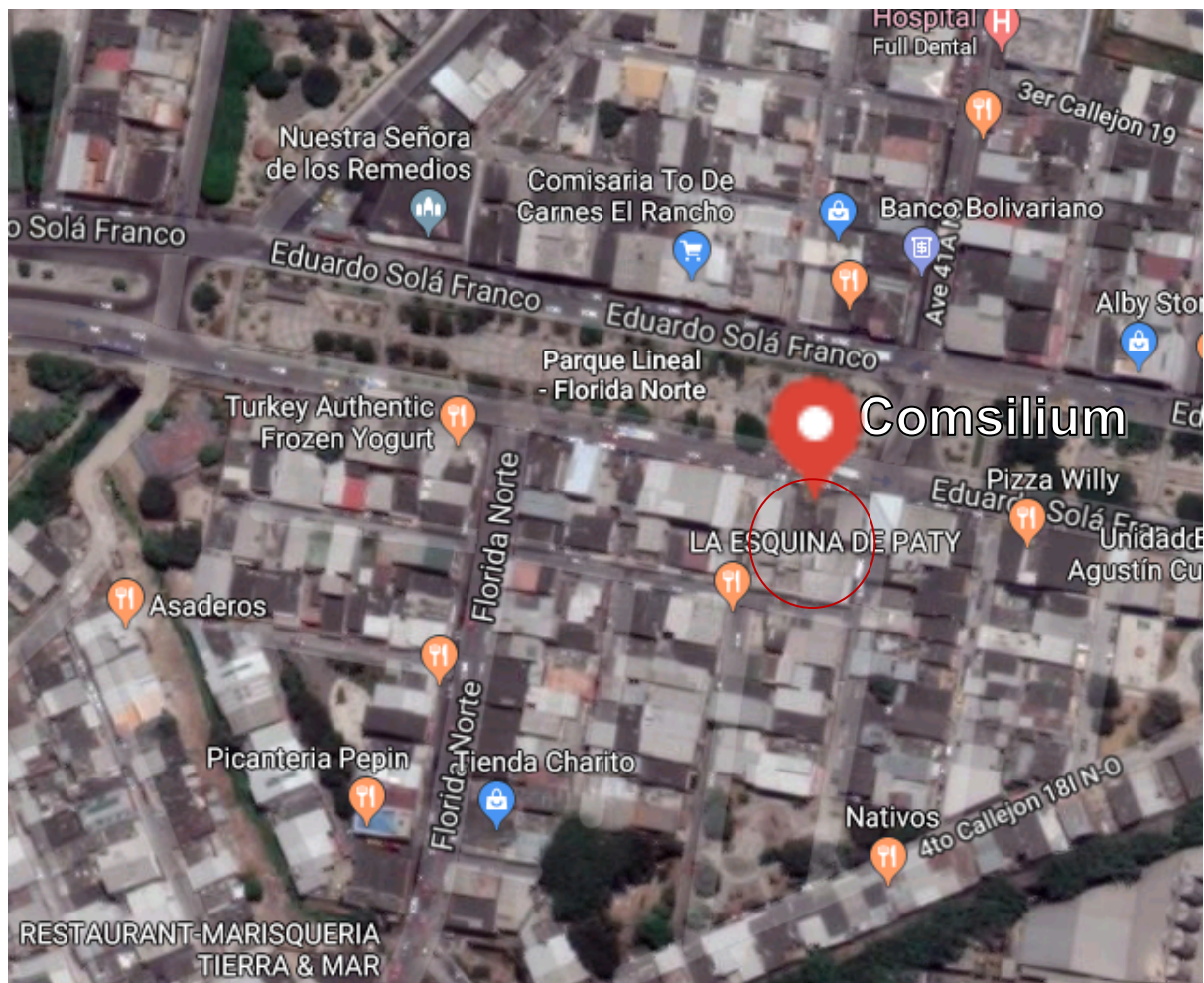
Facebook YouTube Instagram WhatsApp Otros: _____

Anexo II – Área de estudios



Fuente: GoogleMaps, (2019)

Anexo III – Área del establecimiento



Fuente: GoogleMaps, (2019)

Anexo IV. – Fotografías

