



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACION
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL
TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE
INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA EN
GESTION ADMINISTRATIVA PARA MIPYMES EN EL SECTOR LA ALBORADA DE
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

AUTOR:

MORENO CHALCO CAROLA ESTEFANIA

TUTOR:

MCA. CASTILLO LASCANO HUGO RAMIRO

GUAYAQUIL - ECUADOR

AÑO

2022



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE ASESORIA EN GESTION ADMINISTRATIVA PARA MIPYMES EN EL SECTOR DE LA ALBORA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	
AUTOR: MORENO CHALCO CAROLA ESTEFANIA	REVISORES O TUTORES: CASTILLO LASCANO HUGO RAMIRO
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: INGENIERO COMERCIAL
FACULTAD: ADMINISTRACION	CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022	N. DE PAGS: 117
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración	
PALABRAS CLAVE: INVERSION, EMPRESA, ENCUESTA, ENTREVISTA	
RESUMEN: En el capítulo uno, se planteó la problemática y la justificación del proyecto, en la cual se detalló la oportunidad que tiene el negocio que se deberá aprovechar; así como también la delimitación del proyecto en donde se realiza la planificación para el desarrollo del plan de negocios. En el segundo capítulo se plantearon todas las bases teóricas en la que se sustentaran la investigación y	

que será los fundamentos para el plan de negocio. Para el tercer capítulo, se reconoció la metodología de la investigación como también las técnicas a utilizarse, para obtener la información necesaria del mercado a quien va ser dirigido el servicio y poder plantear las estrategias convenientes. Finalmente, en el cuarto capítulo se desarrolló los diferentes componentes del plan de negocio; como lo es el resumen ejecutivo, estudio de mercado, estudio técnico de las operaciones, Estudio organizacional de la empresa, estudio económico financiero; en la cual se podrá identificar si el presente plan de negocios será viable.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:
---	-----------------------------

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
---------------------	---	------------------------------------

CONTACTO CON AUTOR/ES: Moreno Chalco Carola Estefania	Teléfono: 0961345874	E-mail: cmorenoc@ulvr.edu.ec
---	--------------------------------	--

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mg.Oscar Machado Alvarez (Decano) Teléfono: 2596500 Ext.201 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec Mg. Willian Quimi (Director de Carrera) Teléfono: 2596500 Ext.203 E-mail: wquimid@ulvr.edu.ec
------------------------------------	--

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADEMICO

PLAN DE NEGOCIOS CREACIÓN EMPRESA ASESORIA MIPYMES (MORENO CHALCO)

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

< 1%

★ repositorio.ucsg.ec

Fuente de Internet

Excluir citas

Apagado Excluir bibliografía

Excluir coincidencias Apagado

Apagado

Carola Moreno

10 ene 2022, 10:12

Sent: Monday, January 10, 2022 10:12:27 AM

To: Moreno Chalco, Carola Estefania <cmorenoc@ulvr.edu.ec>



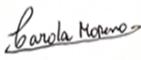
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El (Los) estudiante(s) egresado(s) CAROLA ESTEFANIA MORENO CHALCO declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE ASESORIA EN GESTION ADMINISTRATIVA PARA MIPYMES EN EL SECTOR LA ALBORADA CIUDAD GUAYAQUIL, corresponde totalmente a el(los) suscrito(s) y me (nos) responsabilizo (amos) con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

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

Autor:

CAROLA ESTEFANIA MORENO CHALCO

Firma: 

C.I. 0950284182

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE ASESORIA EN GESTION ADMINISTRATIVA PARA MIPYMES EN EL SECTOR LA ALBORADA CIUDAD GUAYAQUIL**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de **ADMINISTRACIÓN** de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE ASESORIA EN GESTION ADMINISTRATIVA PARA MIPYMES EN EL SECTOR LA ALBORADA CIUDAD GUAYAQUIL**, presentado por la estudiante **CAROLA ESTEFANIA MORENO CHALCO** como requisito previo, para optar al Título de **INGENIERO COMERCIAL**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



CASTILLO LASCANO HUGO RAMIRO

C.C. 1712263100

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios de todo corazón que me ha permitido llegar a esta etapa de culminación de mis estudios que me lleno de fuerza ante cada obstáculo a lo largo de mi carrera universitaria.

Gracias a mi madre Irma Chalco, que estuvo en cada etapa de mi carrera universitaria, dándome apoyo incondicional, con sus consejos y sus buenos deseos, siendo así un pilar principal en mi vida para cumplir mis metas.

Agradezco a mi tutor MCA. Hugo Castillo Lascano, quien con esmero y paciencia supo orientarme correctamente en esta etapa con su ayuda y dedicación.

CAROLA ESTEFANIA MORENO CHALCO

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi tío Fernando Moreno, quien me dio su apoyo incondicional con sus consejos y vivencias como profesional que me han ayudado a lo largo de mi carrea, que ha creído en mí desde el día uno que comencé esta etapa llena nuevas experiencias.

A mi madre Irma Chalco, a mi padre Guillermo Moreno, mis hermanos Dennisse Moreno y Jonathan Moreno, quienes me han apoyado y ayudado, sobre todo, gracias por su afecto y cariño, lo cual me ayudo a superar este gran obstáculo no imposible, pero de gran constancia al realizarlo.

CAROLA ESTEFANIA MORENO CHALCO

ÍNDICE DE CONTENIDO

FICHA DE REGISTRO DE TESIS	II
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADEMICO.....	IV
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	V
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
DEDICATORIA.....	VIII
CAPITULO I.....	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACION	2
1.1. Tema	2
1.2. Planteamiento Del Problema	2
1.3. Formulación Del Problema.....	4
1.4. Sistematización Del Problema.....	4
1.5. Objetivos De La Investigación	4
1.5.1 Objetivo General	4
1.5.2 Objetivos Específicos	4
1.6. Justificación De La Investigación.....	5
1.7. Delimitación o alcance de la investigación	8
1.8. Idea a defender.....	9
1.9. Líneas de investigación institucional.....	9
1.9.1 Línea institucional.....	9
1.9.2. Línea de facultad.....	9
1.9.3. Sub líneas de facultad	9
CAPITULO II	10
MARCO TEORICO	10
2.1 Antecedentes de la investigación.....	10
2.1.1. Estado del Arte.....	10
2.1.2. Localización geográfica y aspectos generales del sector de estudio.....	11

2.1.3. Proceso histórico y actual del desarrollo de la alborada	12
2.1.4. El origen de los MIPYMES	12
2.1.5. MiPymes en el Ecuador	13
2.2 Bases teóricas	15
2.3. Marco legal	21
2.3.1. Permisos de funcionamiento	21
2.3.2. Servicio de Rentas internas	22
2.3.3. Registro único de contribuyente	23
2.3.4. Tipo de constitución de la compañía	24
2.3.5. Tipos de impuestos	25
CAPITULO III	29
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	29
3.1 Metodología.....	29
3.2 Tipo de Investigación	29
3.3 Enfoque de la investigación.....	30
3.4. Técnicas De Investigación.....	31
3.4.1 Encuestas.....	31
3.4.2. Entrevistas.....	32
3.4.3 Diseño de Encuesta y Entrevistas	32
3.5. Población y Muestra	35
3.6. Análisis de resultados de los instrumentos aplicados.....	36
3.6.1. Interpretación de los datos de encuesta.....	36
4.1. Resumen Ejecutivo.....	51
4.1.1. Título de la propuesta.....	51
4.1.2. Objetivo General de la propuesta.....	51
4.1.3. Objetivos Específicos.....	51
4.1.4. Justificación de la propuesta	52
4.2. Estudio Organizacional.....	52
4.2.1. Misión	52
4.2.2. Visión.....	52
4.2.3. Valores	52
4.2.4. Descripción del negocio.....	53

4.2.5. Objetivos de la empresa	54
4.2.6. Claves del éxito	54
4.2.7. Organigrama estructural.....	55
4.2.8. Ficha de descripción de cargos	56
4.3 Estudio de Operaciones	60
4.3.1. Localización de la empresa	60
4.3.2. Funciones del soporte	62
4.4. Estudio de Mercado	65
4.4.1. Análisis foda	65
4.4.2. Análisis de PORTER	66
4.4.3. Estimación de la demanda	68
4.4.4. Marketing Mix	69
4.5. Estudio Económico Financiero.....	75
4.5.1. Salarios y beneficios sociales.....	75
4.5.2. Inversión	77
4.5.3. Gastos Operativos	81
4.5.4. Proyección de Ingresos y Gastos	82
4.5.5. Financiamiento.....	85
4.5.6. Estados de Resultados Integral Proyectado	88
4.5.7. Flujo de Efectivo Proyectado.....	89
4.5.8. Análisis de rentabilidad.....	90
CONCLUSIONES	92
RECOMENDACIONES	93
Bibliografía.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Empresas MiPymes por sector en Guayaquil.....	6
Tabla 2 Características de las Pymes en el Ecuador.	14
Tabla 3 Población del sector la Alborada.....	35
Tabla 4 Nivel de Educación.	37
Tabla 5 Grupo comercial al que pertenece.....	38
Tabla 6 es propietario o administrador de algún tipo de empresa micro, pequeña, mediana.	39
Tabla 7 El lapso de tiempo que tiene su negocio	40
Tabla 8 La razón para emprender su propio negocio	41
Tabla 9 Capacitaciones o seminarios recibidos.....	42
Tabla 10 Conocimientos sobre las empresas de asesoría.....	43
Tabla 11 Estaría de acuerdo si existiera un servicio de capacitación y asesoramiento en el área administrativa	44
Tabla 12 Utilizaría el servicio	45
Tabla 13 Conocimientos que quiere desarrollar.....	46
Tabla 14 Frecuencia asistiría.....	47
Tabla 15 Estaría de acuerdo a pagar por las capacitaciones	48
Tabla 16 Rango de valor que estaría dispuesto a remunerar.....	49
Tabla 17 Ficha de descripción de cargos Gerente general	56
Tabla 18 Ficha de descripción de cargos de Asistente de Gerencia.....	57
Tabla 19 Ficha de descripción de cargos coordinador	58
Tabla 20 Ficha de descripción de los cargos contador.....	59
Tabla 21 Ficha de descripción de cargos capacitador	60
Tabla 22 Método de Ponderación de la Localización	61
Tabla 23 Matriz FODA	65
Tabla 24 Estrategias de la matriz FODA	65
Tabla 25 Demanda Estimada.....	68
Tabla 26 Gastos de Pagina Web.....	73
Tabla 27 Gastos de publicidad	74
Tabla 28 Gastos de Publicidad Imprenta.....	74
Tabla 29 Proyección de Salarios	76

Tabla 30 Beneficios sociales proyectados.....	76
Tabla 31 Beneficios sociales anuales	76
Tabla 32 Suministros de Oficina.....	77
Tabla 33 Equipos de computación	78
Tabla 34 Equipos de Oficina.....	78
Tabla 35 Muebles de oficina	78
Tabla 36 Instalaciones.....	79
Tabla 37 Capital de Trabajo	79
Tabla 38 Gastos de constitución.....	80
Tabla 39 Inversión total.....	80
Tabla 40 Gastos Administrativos	81
Tabla 41 Gastos de Ventas	82
Tabla 42 Proyección de Ingresos y Gastos.....	83
Tabla 43 Proyección de Ingresos	84
Tabla 44 Proyección de Gastos	85
Tabla 45 Tabla de Amortización.....	86
Tabla 46 Total de Interés y préstamo anual	87
Tabla 47 Estados de Resultados Integral Proyectado.....	88
Tabla 48 Flujo de Efectivo Proyectado	89
Tabla 49 Punto de Equilibrio	90
Tabla 50 Flujos de caja proyectado.....	91
Tabla 51 Indicadores Financieros	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Utilidades según tipo de empresa	5
Figura 2 Tipos de empresa en el sector	7
Figura 3 Ubicación geográfica de La Alborada	8
Figura 4 Análisis Foda	19
Figura 5 Nivel de Educación.....	37
Figura 6 Grupo comercial al que pertenece.	38
Figura 7 Es propietario o administrador de algún tipo de empresa micro, pequeña, mediana.	39
Figura 8 El lapso de tiempo que tiene su negocio.....	40
Figura 9 La razón para emprender su propio negocio.....	41
Figura 10 Capacitaciones o seminarios recibidos	42
Figura 11 Conocimientos sobre las empresas de asesoría.....	43
Figura 12 Estaría de acuerdo si existiera un servicio de capacitación y asesoramiento en el área administrativa	44
Figura 13 Utilizaría el servicio.....	45
Figura 14 Conocimientos que quiere desarrollar	46
Figura 15 Frecuencia asistiría	47
Figura 16 Estaría de acuerdo a pagar por las capacitaciones	48
Figura 17 Rango de valor que estaría dispuesto a remunerar	49
Figura 18 Logo de la empresa.....	54
Figura 19 Organigrama de la empresa	55
Figura 20 Localización de la empresa.....	62
Figura 21 Infraestructura.....	63
Figura 22 Modelo de trípico.....	74
Figura 23 Encuestas Online.....	103

INTRODUCCIÓN

Actualmente en la ciudad de Guayaquil las MiPymes (micro, pequeñas y medianas empresas) van posicionándose en un gran porcentaje, según las investigaciones está representando un 99% en negocios del Ecuador, siendo su mayoría los negocios de servicio y comercio de acuerdo con el INEC. (El Universo, 2019)

El objetivo general de este proyecto es mostrar el valor de las MiPymes en los sectores de la economía nacional y el alcance que pueden llegar a tener si se realiza el adecuado proceso administrativo, permitiéndoles así ser empresas constituidas, aprovechando los recursos que cuentan legalmente independientemente del tamaño de su negocio.

El objetivo específico es la creación de un plan de negocios en la ciudad de Guayaquil en el sector de la Alborada, donde se estudiará el área para determinar la demanda potencial de los servicios de asesoría en gestión administrativa. Para luego establecer estrategias que ayudaran a obtener un resultado favorable para cada negocio de forma que reduzca el mal manejo administrativo.

CAPITULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACION

1.1. Tema

Plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría en gestión administrativa para MiPymes en el sector La Alborada de la ciudad de Guayaquil.

1.2. Planteamiento Del Problema

Las micro, pequeñas y medianas empresas conocidas como MiPymes son las que abarcan la mayor parte del sector económico del país, ayudando así al crecimiento y desarrollo productivo. Por ende, las MiPymes deben poseer conocimiento de los diferentes ámbitos económicos y administrativos para poder reconocer la mejor manera de emplear los procesos operativos, disminuir los costos y gastos y buscar la mejor manera de obtener una rentabilidad que les permita permanecer en el tiempo, logrando así establecerse en el mercado al que incursionan.

De acuerdo a (Líderes, 2020) en una gran mayoría tienen a una persona ejerciendo varias funciones de varios departamentos, a diferencia de las grandes compañías, que tiene un talento humano con el perfil adecuado y dividido en los departamentos respectivos que deben cumplir un objetivo en conjunto. De ahí parte la necesidad, de que la persona que vaya a comenzar a establecer una MiPyme, tiene el deber de conocer o tener una preparación acorde a los perfiles y actividad productiva del negocio, debido a que así podrá tomar las decisiones más adecuadas.

En el Ecuador, las MiPymes representan el 99,55% del sector económico, siendo las microempresas las que abarcan más de este porcentaje, teniendo una participación del 90,78%, por consiguiente, están las pequeñas empresas con una representación del 7,22% y por último dentro de este conjunto están las medianas empresas con un 1,55% de participación. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017). Por aquello, las MiPymes son las encargadas de brindar empleo, reactivar la economía e incentivar la producción nacional.

Por otro lado, de acuerdo al artículo realizado por (EKOS, 2019) sobre estas empresas, menciona que existe una escasa formación para el empresario o emprendedor en el país; no solamente se ve

Involucrado el ámbito administrativo, esto también abarca los procesos tributarios e incluso productivos con respecto a los mejores procesos para dar un producto final de calidad. También, cabe recalcar son muy pocos los centros especializados dedicados a brindar un asesoramiento al emprendedor acorde al tipo de actividad comercial que va a desempeñar, como así también los lineamientos legales que deben seguir para poder incursionar de manera lícita en el mercado.

Acotando a esto, de acuerdo a (Solís, 2019), menciona que este tipo de empresas lamentablemente presentan varias falencias en su estructura administrativa, lo cual ante la sociedad generan una visión como empresas que no crecen o logran un desempeño económico estable. Debido a esto, presentan varios factores que afectan directamente a su desenvolvimiento, como son los procesos operativos y de producción, marketing y estrategias de comercialización, administrativos y financieros, los cuales son considerados como la gestión interna de la empresa. Por otro lado, se encuentran los aspectos externos conocidos como los cambios económicos, legislaciones nuevas, impuestos; esto se sale del alcance de la gestión por parte de las MiPymes para reducir su afectación en la productividad.

El sector “La Alborada” de la ciudad de Guayaquil es una de los sectores con mayor crecimiento en cuestión económica y comercial, como también con respecto a la población. Esta se encuentra estructurada en 14 etapas con un aproximado de 300.000 habitantes (Idrovo, 2017). Este sector en la actualidad ha incrementado con respecto a emprendimientos y nuevos negocios que han surgido, esto debido a la situación que afecta a nivel mundial sobre la pandemia del COVID-19; lo cual ha causado masivos despidos y por ende que las personas desempleadas incursionen en emprender para poder subsistir. Según el reporte realizado por (El Universo , 2020) la Alborada se ha convertido en un impulso comercial para la ciudad, gracias al incremento de negocios como restaurantes, bares, discotecas, entre otros negocios; que permiten a ese sector de la ciudad ser considerado como un referente comercial.

A partir de esto, surge el problema que los nuevos empresarios o gerentes de este tipo de empresas o negocios no cuentan con la capacidad o conocimientos suficientes para poder lograr las metas que se plantean al momento de iniciar una empresa. Consecuente a esta falta de gestión que tienen este tipo de empresas, se ve afectada su rentabilidad y duración en el mercado.

De acuerdo a lo ya mencionado por los diferentes autores, este proyecto de investigación tiene como finalidad crear una empresa que se encargue de asesorar a los empresarios o emprendedores a cargo de las MiPymes, ya que, muchas de estas empresas no logran mantenerse en el mercado por periodos prolongados por la mala gestión o escaso conocimiento que se tiene al momento de comenzar una empresa y los recursos a utilizar en la puesta en marcha de la misma.

1.3. Formulación Del Problema

¿Cómo incide el contar con una microempresa que brinde asesoría para la gestión administrativa de las MiPymes en el sector La Alborada de la ciudad de Guayaquil?

1.4. Sistematización Del Problema

- ¿Cuáles son los referentes teóricos que sustentan la información?
- ¿Cómo se puede analizar la demanda actual que poseen los servicios de asesoría en gestión administrativa y financiera?
- ¿Cuáles serían las estrategias que se adapten al modelo de negocios?
- ¿Cuál serían los recursos necesarios para la creación de la empresa?
- ¿Cómo presentar la descripción detallada del modelo del negocio, que permita la viabilidad del proyecto?

1.5. Objetivos De La Investigación

1.5.1 Objetivo General

Analizar los factores que inciden en la diversidad de la oferta de empresas que brinden asesoría para la gestión administrativa de las MiPymes en el sector de la Alborada de la ciudad de guayaquil.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Establecer los referentes teóricos que sustentan la investigación.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial de los servicios de asesoría en gestión administrativa.
- Definir las estrategias adecuadas, que se adapten al modelo de negocios.

- Determinar los recursos con los que debe contar la empresa.
- Elaborar un plan de negocios que permita la descripción detallada del modelo de negocios, que permita determinar la viabilidad del proyecto.

1.6. Justificación De La Investigación

Como se mencionó anteriormente, las MiPymes constituyen una gran parte del desarrollo económico del país, por lo que es fundamental que estas puedan ejercer sus actividades de la forma más eficiente, alcanzando así una estabilidad entre la empresa y los factores externos e internos que toman un gran impacto en la rentabilidad de las mismas. Acotando a esto, según (El comercio, 2020) el gobierno nacional, mediante la Ley Orgánica para el Fomento productivo, otorga varios incentivos a este sector de empresas para poder atraer a la inversión y complementar con el desarrollo esperado de las empresas, logrando así reactivar la economía en los sectores con menor desarrollo. Estos incentivos conllevan a facilitar las fuentes de financiamiento y a flexibilizar los impuestos, como el pago del impuesto a la renta, entre otros aspectos tributarios.

Según un estudio realizado por (Superintendencia de Compañías, 2019) indica que las MiPymes son las que tienen una participación importante para la apertura de nuevos mercados, ya que este tipo de empresas se encuentran desarrollando actividades comerciales en diversos sectores económicos. Al año 2019, en el siguiente esquema se plasma las ciudades que presentaron mayor utilidad según el tipo de empresa.

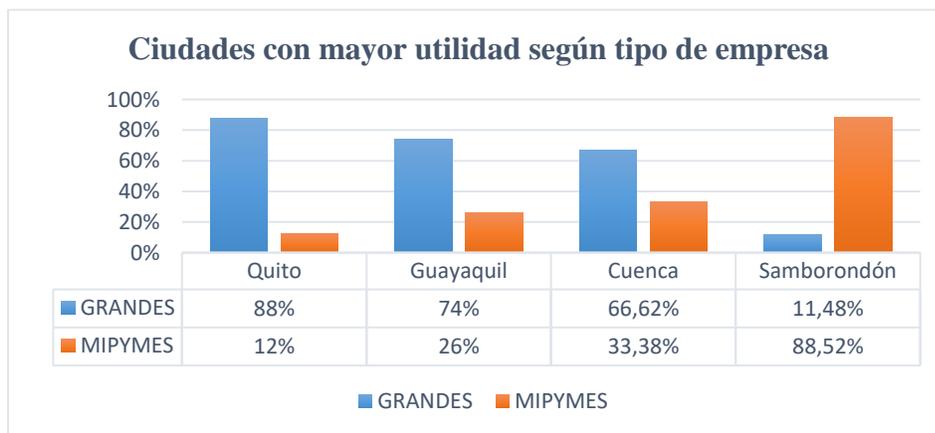


Figura 1 Utilidades según tipo de empresa
Fuente: Superintendencia de compañías, 2019

Esto representa que las MiPymes generan utilidades en el sector económico, no al nivel de las grandes empresas, pero si las suficientes como para mantenerse e invertir en su desarrollo y por ende al crecimiento económico del país. En la ciudad de Guayaquil las Mipymes están sectorizadas de la siguiente manera.

Tabla 1 Empresas MiPymes por sector en Guayaquil

Sector	Descripción	Ciudad	MiPymes
Sector A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Guayaquil	1959
Sector B	Explotación de minas y canteras	Guayaquil	110
Sector C	Industrias manufactureras.	Guayaquil	1528
Sector D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	Guayaquil	79
Sector E	Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos	Guayaquil	104
Sector F	Construcción	Guayaquil	1748
Sector G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	Guayaquil	5512
Sector H	Transporte y almacenamiento	Guayaquil	1330
Sector I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	Guayaquil	340
Sector J	Información y comunicación	Guayaquil	661
Sector K	Actividades financieras y de seguros	Guayaquil	581
Sector L	Actividades inmobiliarias	Guayaquil	4066
Sector M	Actividades profesionales, científicas y técnicas.	Guayaquil	2424
Sector N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	Guayaquil	913
Sector O	Administración pública, defensa; planes de seguridad social	Guayaquil	11
Sector P	Enseñanza	Guayaquil	213

Sector Q	Actividades de atención de salud humana y asistencia social	Guayaquil	259
Sector R	Artes, entretenimiento y recreación.	Guayaquil	89
Sector S	Otras actividades de servicios	Guayaquil	124
Sector T	Actividades de hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de hogares como productores de bienes y servicios para uso propio	Guayaquil	3
Sector U	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	Guayaquil	1

Fuente: Superintendencia de compañías, 2019
 Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Mediante esto, se puede evidenciar la presencia de las MiPymes en la ciudad de Guayaquil en diversos sectores, para los cuales los empresarios deben tener la capacidad y conocimientos adecuados para poder permanecer vigentes. De acuerdo al reporte realizado por (Superintendencia De Compañías, 2020), en el sector de La Alborada se encuentran 270 empresas constituidas legalmente, en donde se destacan las MiPymes.

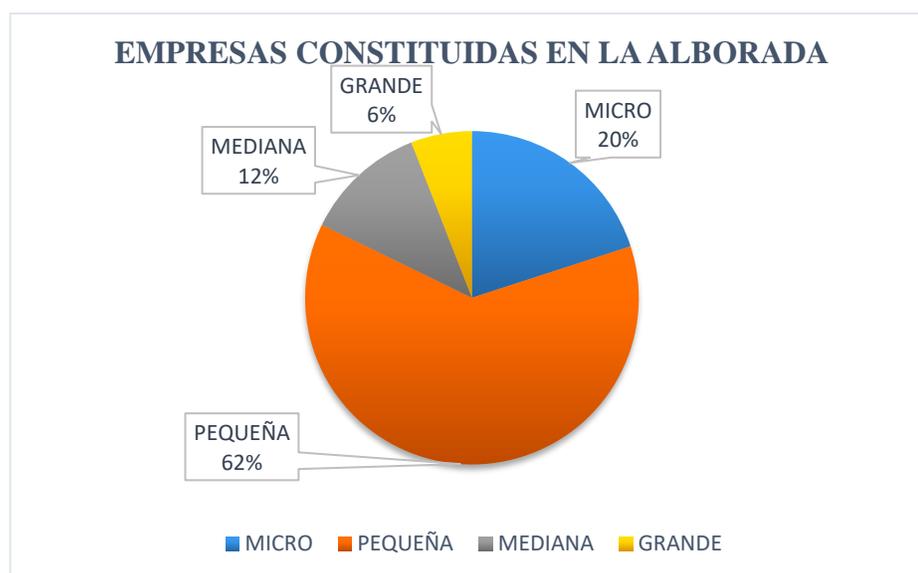


Figura 2 Tipos de empresa en el sector
 Fuente: Superintendencia de compañías, 2020
 Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Con base a esto, el proyecto de investigación se justifica con la finalidad de que existe una oportunidad de negocios mediante el asesoramiento en gestión administrativa a los gerentes de cada empresa MiPymes del sector La Alborada; lo cual se realizará brindando asesoría con información actualizada para ayudar al empresario a gestionar sus procesos internos, contemplando también los aspectos externos que puedan afectar a la empresa, los diferentes procesos lícitos que deben seguirse para establecer este tipo de empresas y la capacitación para la mejor toma de decisiones.

1.7. Delimitación o alcance de la investigación

El presente proyecto investigativo tomará lugar en la provincia del Guayas, Cantón Guayaquil. Contando con una superficie de 344,5 km². Específicamente en el sector de la Alborada, en el sector norte de la ciudad.

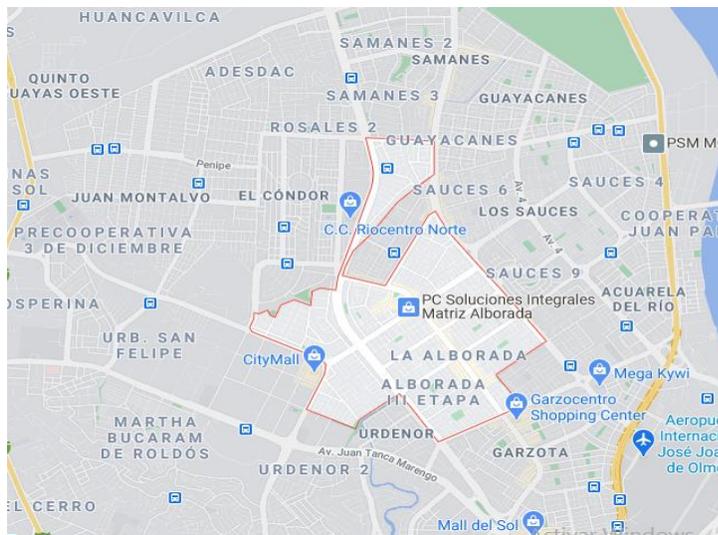


Figura 3 Ubicación geográfica de La Alborada
Fuente: Google maps, 2021

El estudio contendrá las áreas de estudio de bases teóricas, técnica, administrativas, marketing y financiera. Se desarrollará en el transcurso del periodo 2021.

Superficie: 3.11km²

Límites: Oeste avenida Francisco de Orellana y al este avenida Isidro Ayora Cueva.

1.8. Idea a defender

La existencia de una empresa que brinde servicios de asesoría para la gestión administrativa de las MiPymes, permitirá mejorar la diversidad de la oferta en el sector de la Alborada de la ciudad de Guayaquil.

1.9. Líneas de investigación institucional

1.9.1 Línea institucional

Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables

1.9.2. Línea de facultad

Desarrollo empresarial y talento humano

1.9.3. Sub líneas de facultad

- Gestión integral de procesos de empresas y emprendimientos
- Modelos y procesos para la administración empresarial
- Calidad, competitividad y productividad
- Comportamiento y cultura organizacional

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1. Estado del Arte

Con la finalidad de recabar información relevante y utilizar como bases para el desarrollo del proyecto de investigación. Se presentará varios trabajos de investigación como tesis, artículos científicos, entre otras fuentes de información por parte de autores para presentarlos como referencia al tema expuesto.

“Análisis de capacitación en las MiPymes del cantón Quevedo, provincia de los ríos - ecuador”

Mediante la ejecución de este trabajo investigativo, se identifica que las micro, pequeñas y medianas industrias en el Ecuador, y las presente en esta provincia de Los Ríos, destinan cierta parte de la inversión que van a emplear en capacitaciones y asesoramientos, todo esto con el buscar la mejor manera para gestionar los procesos de la empresa, como mejorarlos, readecuarlos para así lograr el rendimiento esperado. Por ende, se identificó que los gerentes lo que más buscan es fortalecer los procesos administrativos, seguido por la metodología de producción. (Cervantes, Reyes, Cárdenas, & Álava)

El autor (Cervantes, Reyes, Cárdenas, & Álava) en la investigación menciona que las microempresas en el Ecuador aportan a contrarrestar el desempleo y desean gestionar las capacitaciones y asesoramiento a los empleadores, ya que eso ayudara a cada uno de sus integrantes de cuya organización poder cumplir las metas propuesta de cada una de las empresas.

“Análisis de los problemas y restricciones en la aplicación de las deducciones, beneficios e incentivos del impuesto a la renta de las micro, pequeñas y medianas empresas en el ecuador”

Al comprobar la importancia de la MiPymes en el sector productivo del país, se pueden emplear varios métodos que ayudarán y permitirán analizar los diferentes procedimientos a seguir para mejorar la gestión tributaria con indicadores que se establecen por instituciones internacionales reconocidas como el CIAT, por ende, se aplican indicadores para lograr una mejor comprensión de

las falencias en los departamentos de la empresa. Por ende, es necesario que los gerentes de las MiPymes mantengan conocimiento de la administración tributaria para mejorar la gestión al momento de declarar los tributos. (Sánchez, 2019)

El autor (Sánchez, 2019) en la investigación hace referencia a la importancia de las MiPymes en el sector productivo, de esta manera se observa más a fondo la gestión tributaria de cada organización dando a conocer sus falencias en los departamentos de la empresa, por esta razón cada jefe al mando deberá tener un alto conocimiento en la administración total tributaria para así tener un buen rendimiento.

“La responsabilidad social en las pymes del sector comercial de guayaquil. Análisis del stakeholder gobierno”

Los autores indican que las pymes en la ciudad de Guayaquil tienen un déficit de conocimiento en varias áreas, pero específicamente en la responsabilidad social, es donde pocas de este tipo de empresas cuentan con un departamento que se enfoque en verificar que se lleven estos procesos, los cuales conllevan a que se genere un mejor ambiente laboral, confianza de los accionistas, socios o inversionistas para con el proyecto y un mejor posicionamiento. (Molina Cuenca & Mawyin Montero, 2018)

El autor (Molina Cuenca & Mawyin Montero, 2018) hace un énfasis que en la ciudad de guayaquil hay una carencia de conocimientos en diferentes áreas de las empresas, como es la buena convivencia laboral con los empleados de la organización, tener una buena armonía para formar un mejor ambiente laboral, para así mostrar a los inversionistas y socios que el proyecto o empresa está constituida de una mejor manera.

2.1.2. Localización geográfica y aspectos generales del sector de estudio

Localizado en la ciudad de Guayaquil, en el sector norte de la alborada, dentro de la parroquia Tarqui. Posee una superficie 3.11km² y una población de 300.000 habitantes aproximadamente. El sector de la alborada fue llamado así por Troya Vivar, quien fue esposa de Pablo Vaquerizo Nazur, gerente del consorcio VIS, Este sector es considerado como hito en el medio comercial, ya

que alberga un gran porcentaje de negocios y establecimientos concurridos. Además de contar con centros comerciales más frecuentados del norte como Plaza mayor, La rotonda y City mall.

La Alborada está constituida por 14 etapas, distribuidas en diferentes manzanas. Algunas de las vías de acceso principales son: avenida Juan Tanca marengo, avenida Francisco orellana, avenida Agustín Freire, entre otras. Es por ello que existe un gran flujo vehicular y peatonal, dando paso a que sea reconocido como una zona comercial en la comunidad de guayaquil. (El universo , 2019)

2.1.3. Proceso histórico y actual del desarrollo de la alborada

El inicio de la ciudadela la alborada fue a partir del año 1975, que se estableció en las haciendas de Mapasingue como primera instancia y de allí se expandieron. Los pioneros de la idea de habitar y crear un espacio para la clase media en Guayaquil fueron la señora Cecilia Gómez y su esposo Guillermo Pareja. Su proceso de construcción fue activo al siguiente año, donde se pudo apreciar que ya disponían de dos manzanas completas, es decir, dos etapas que estaban divididas por una calle principal denominada en su tiempo como “la alborada”. A través de los años se fue incrementando paulatinamente hasta llegar a obtener las 14 etapas que actualmente son habitadas. (Idrovo, 2017)

2.1.4. El origen de los MIPYMES

El origen de los MIPYMES en el Ecuador y en el mundo entero es desconocido, lo cierto es que van evolucionando y creciendo en el sector económico. Este tipo de negocios micro, pequeño y mediano han ido tomando posición en el mercado por la crisis económica mundial en las últimas décadas, lo que llevó a que pequeños negocios como talleres artesanales, tiendas, restaurantes con un menor flujo de empleados se extendieran comercialmente para así establecerse como negocios con rentabilidad queriendo obtener los mismos beneficios que una empresa constituida puede llegar a alcanzar, y así menguar el desempleo y la pobreza.

En la actualidad en nuestro país, según datos del INEC, está constituido por 843.745 empresas, estas son las responsables del desarrollo de plazas de trabajo, productividad y el movimiento

continuo como es la innovación. Se pueden exhibir en diferentes formas y dimensiones, donde se puede iniciar con un solo propietario, con la autonomía de poder ejecutar diferentes actividades de producción, comercialización o prestación de servicio, varios generando como resultado utilidades económicas. (INEC, 2017)

Para conocer más a fondo acerca de los MIPYMES en Ecuador, se enlistarán varias referencias dichas por diferentes autores que hablan acerca del tema.

1. Dentro de las pequeñas y medianas empresas cuentan con una fuerte posición en la economía nacional, debido a su buen desempeño, generando así empleos y aumento económico. Su facilidad para acoplarse a los estatutos del mercado y a los requerimientos de sus clientes, lo hace superior frente a empresas de mayor índole. Aunque las desventajas que pueden llegar a tener es la disminución de recursos o el reducido acceso a los créditos, impidiendo seguir el adecuado proceso de mejora. (Vélez, 2017)
2. En la variante de los últimos años se ha convertido en primer lugar el incremento de las microempresas como una opción indispensable para tomar posición con el fin de disminuir el desempleo y la pobreza, en un área donde el medio tecnológico ocupa un gran espacio de trabajo. Es allí donde aparece las MIPYMES queriendo contrarrestar un problema social que afecta económicamente a familias y pequeñas comunidades, creando un desarrollo económico firme. (Rodríguez & Avilés, 2020)

2.1.5. MiPymes en el Ecuador

De acuerdo con el artículo realizado por (Ron Amores, 2017) sobre el rol que cumplen las MiPymes ecuatorianas, indica estas son consideradas como el sector que más aporta al crecimiento económico del país. Esto se ve plasmado acorde al porcentaje que conforma en el Producto Interno Bruto del país, teniendo un 25% de participación, y al mismo tiempo es el sector que genera más Empleo contando con un 70% lo cual se toma en consideración de la población económicamente activa.

Por ende, las MiPymes son la principal fuente de empleo en el país como base para el desarrollo de la reactivación y crecimiento económico del país. Por otra parte, acotando a lo mencionado, mediante la investigación empleada por (Superintendencia de Compañías, 2019) señala que las MiPymes son organizaciones económicas, tienen una estructura definida para cada categoría.

Tabla 2 Características de las Pymes en el Ecuador.

Tipo de empresa	Cantidad de empleados	Volumen de ventas anual
Microempresa	1 A 9	\$100.000
Pequeña	10 A 49	\$100.001 > \$1'000.000
Mediana "A"	50 A 99	\$1'000.001 > \$2'000.000
Mediana "B"	100 A 199	\$2'000.001 > \$5'000.000

Fuente: Superintendencia de compañías, 2019
Elaborado por: Moreno, C. (2021)

a. Fortalezas MIPYMES en el Ecuador

Dentro de la economía nacional existen pequeñas y medianas empresas que contienen fortalezas, de las cuales se observan a continuación:

1. Generación de empleos

Hoy en día las MIPYMES se han vuelto un aliado para restringir el desempleo, ya que se han posicionado en el sector económico, dando así opciones de empleos que permiten contrarrestar la pobreza.

2. Demandan poco capital

Una de las ventajas de empezar una microempresa es que en su inicio el capital puede ser pequeño, pero su prioridad es poder fortalecerse en el transcurso del tiempo, ya sea en demanda local o nacional.

3. La innovación

La estabilidad que generan estos negocios concurre con la creatividad que dispongan, ya sea creando un nuevo producto, un nuevo servicio, teniendo en cuenta las necesidades que el cliente requiera y sea satisfactorio para él.

b. Debilidades MIPYMES en el Ecuador

1. Manejo Administrativo

En general, las pequeñas y medianas empresas persisten en esta problemática en cuanto a su situación comercial, que va decayendo poco a poco por el mal manejo administrativo y financiero.

2. Financiamiento criticó

Esto se refiere a que se les dificulta poder alcanzar un crédito financiero por sí solos, y tendrán la necesidad de realizarlo externamente, es decir, por inversionistas o asociados, a diferencia de las grandes empresas que se les facilita por su historial crediticio y por sus años constituidos como empresas estables.

3. Estabilidad económica

Los MIPYMES se consideran negocios fluctuantes y flexibles, que puede llegar a atravesar crisis económicas, ya sean cortas o prolongadas, muchas veces ocasionando el cierre de algunos negocios que se les dificulta estar en curso. (Regalado, 2018)

2.2 Bases teóricas

Plan de Negocios

De acuerdo con (Andía Valencia & Paucara Pinto, 2018) un plan de negocios estipula un documento donde se plantean los diferentes puntos de planificación para establecer una empresa. Mostrando los objetivos planteados, las estrategias a planificar y poner en práctica, la estructura que se debe seguir y los recursos necesarios para que la empresa tenga el éxito que se espera por

Parte de los accionistas o socios. Cabe recalcar que un plan de negocios es un instrumento de gran utilidad para las pequeñas empresas.

Dentro de la estructura que un plan de negocios se plantean varios puntos estratégicos a aplicar como son el resumen ejecutivo, estudio de mercado, estudio técnico operativo, Estudio organizacional y el estudio económico – financiero. Estas son piezas claves para que el plan de negocios siga el lineamiento adecuado y tenga una organización establecida para el cumplimiento de los objetivos.

Según (Bóveda, Oviedo, & Luba, 2017) un plan de negocios es en donde se expone detalladamente los diferentes aspectos que se van a realizar para la puesta en marcha de una empresa. Esto constituye el desarrollo de la presentación de ideas, la recolección y posterior análisis de la información, estudio de las diferentes problemáticas y oportunidades a tomar en cuenta, el momento de la toma de decisiones durante el desarrollo del proyecto y los diferentes factores internos y externos que puedan afectar en el transcurso y el rendimiento que se espera en el periodo establecido.

Acorde a lo planteado con las definiciones de los autores acerca el plan de negocios, se realiza utilizando la metodología por los autores Valencia & Pinto, esto debido a que sería la más adecuada para el proyecto con respecto al tipo de negocio que se va a plantear de brindar asesoría a las MiPymes de la ciudad de Guayaquil

Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo como tal se basa al final del plan de negocios usando lo más importante que haga referencia al mercado del que se habla y usualmente su escrito es de dos a cuatro páginas y su alcance es que sea atractivo para generar interés al lector inversionista y profundizar más su visión a la oportunidad de negocio. (Compluemprende, 2019)

Estudio de mercado

El estudio de mercado se lo realiza con el método de recolección de datos y análisis como tal para concretar si la organización tiene un puesto dentro de la industria que quiere incursionar y si tiene competidores a su alcance con el fin de renovar sus estrategias de negocios para aumentar su

Competitividad a nivel comercial, de acuerdo a este estudio lo más importante es que nos ayuda a ver la situación real de la empresa en relación con servicio o productos por lo tanto las herramientas que se usan para llegar a ese tipo de determinación son las encuestas, entrevistas, focus group etc. (Significados, 2020)

Estudio técnico de las operaciones del negocio

El estudio técnico nos permite ver la parte operativa de la empresa y se debe analizar en diferentes opciones al producir un bien o un servicio, en este caso se encarga de verificar la factibilidad de cada uno de los equipos, las maquinarias, las materias primas y las instalaciones correspondientes durante el proyecto, se tomarán en cuenta los costos de inversión que serán detallados de acuerdo al capital de trabajo. (El estudio técnico, 2019)

Estudio económico financiero

El estudio económico financiero es fundamental al realizar un proyecto nuevo y se estudia el alcance y viabilidad de este, destacando el valor adquisitivo o económico que disponen a incursionar dentro del área comercial, tomando en cuenta el coste de producción total, con el fin de ver si es rentable en términos económicos y de este modo incluir inversores dispuestos a dar recursos en el nuevo negocio. (Business school, 2019)

Misión

De acuerdo a los autores del libro de Administración estratégica (Thompson, 2012) aprecian que la misión es el principio y el propósito de un negocio actual: “quienes somos, que hacemos y porque estamos aquí”. La afirmación de la misión es rendir informes anuales de los sitios web de la empresa, que en este caso serían breves resúmenes de la empresa en marcha.

Visión

La visión hace referencia a las peticiones de los directivos al mando de la empresa de acuerdo a su percepción de vista “al lugar donde vamos” y la parte que se desea convencer de que la organización sea rentable. Es así que una visión estratégica ayuda a dirigir al personal de la empresa para así lograr su propósito y porvenir durante su proyecto en marcha. (Thompson, 2012)

Objetivos

Según (Thompson, 2012) manifiestan que se requiere utilizar dos tipos distintos de metas de desempeño: que son las de desempeño financiero y desempeño estratégico. Los objetivos financieros son los que informan las metas que realizan dentro de la administración y la condición financiera. Los objetivos estratégicos hacen referencia al posicionamiento de marketing comercial y la competitividad de sus alrededores.

Planeación estratégica

Para una apropiada planeación estratégica y ejecución, según (Thompson, 2012) nos dan a conocer que, al realizar un plan de negocios, se debe de incluir estrategias, de esta manera los administradores o jefes al mando deberán ser evaluados para considerar su buen desempeño y así considerar el éxito de la estrategia. Después se visualiza los cambios que deben implementar lo más rápido posible y los que implantan estrategias con gran éxito son los encargados de evaluar y diagnosticar si la organización debe ejecutar bien la estrategia o cambiar a una nueva y eficiente estrategia corporativa.

Análisis FODA

El Análisis foda conlleva realizar cuatro listas, de las cuales dos son más importantes que ayudaran a sacar conclusiones respecto a la situación general que tiene la empresa y así transformarlas en una participación estratégica para que se ajuste de la mejor manera en sus fortalezas de recursos y la demanda a futuro de mercado que quieren incursionar para modificar las debilidades importantes y protegerse de las amenazas. (Thompson, 2012)



Figura 4 Análisis Foda
Fuente: (Thompson, 2012)

Tamaño de la organización

En las organizaciones se destacan en la capacidad física que es la parte de equipos e instalaciones, personal, la cantidad de individuos que tiene la empresa, insumos de productos son todas las materias primas que disponen en volúmenes grandes y por último disponibilidad de recursos detalla el termino de sus cuentas de activos, pasivo y patrimonio. (scalahed, 2019)

Segmentación del mercado

Dentro del mercado siempre consta por una variedad de tipos de clientes, que expresan sus necesidades al momento de adquirir un producto o servicio, por lo cual el mercadólogo deberá conocer el respectivo segmento al ofrecer el producto, los consumidores potenciales deberán de reunirse y conocer las diferentes maneras y factores que abordan como es el geográfico, demográfico ,psicográficos y conductuales de manera que se lleve un procedimiento de diferentes

Mercados alineados a conocer las necesidades, características o comportamientos del producto o servicio que desean implementar. (Rodriguez A. R., 2018)

Marketing mix

El Marketing mix es una mezcla de mercadotecnia, que se refiere al conjunto de actividades dedicadas a promocionar y comercializar la marca o producto como tal en el mercado, el marketing, mix más conocida como las 4P's tienen un objetivo preciso es atraer, premiar al cliente agradeciendo su acogida a las necesidades del producto o servicio disponible. Si la empresa toma la decisión de usar su estrategia general competitiva estarán listos para comenzar a planificar con detalles su mezcla de marketing enlazándose con el marketing moderno, esta mezcla del marketing tiene como conjunto de herramientas tácticas y controlables que cada entidad usara para tener el mercado meta deseado y se pueden fusionar en las cuatro variables más conocidas como producto, precio, plaza, promoción. (Espinoza, 2021)

Estrategias competitivas con Porter

En el libro que publicó Michael Porter, de acuerdo a las estrategias competitivas que se deben de realizar en cada empresa al incursionar en la industria comercial; describió tres estrategias que ayudarán a un mejor enfoque empresarial de cuáles serán nombradas a continuación:

Liderazgo en costo totales bajos:

Esta táctica de liderazgo es conocida en reducir los precios de producto para así lograr una alta demanda de ventas, de esta manera, los actuales consumidores originarios de las ventas que se disponen serán una aportación a la inversión tecnológica mejoradas y novedosas estrategias que ayudarán al impulso del público objetivo.

La diferenciación:

Este procedimiento consta en distribuir o comercializar un producto o servicio que dispongan, de esta manera se encargaran de que el cliente se enamore del producto a tal forma que piense que es el único producto en el mercado disponible, y la marca en si debe ser algo muy importante al vender un servicio o producto, ya que, a esto se debe la diferenciación como lo es el diseño, materiales de calidad, etc.

Enfoque:

El enfoque abarca en concentrarse en el gusto y necesidades del cliente que requieren al momento de adquirir un servicio o producto en el mercado, de esta manera poder satisfacer al segmento de mercado que incursionamos.

Análisis PETS

PETS, PESTEL también denominado Pestle, es una herramienta que nos favorece al momento de realizar una investigación y contribuye con las compañías a conocer y definir su entorno, examinando una secuencia de factores de acuerdo con las iniciales respectivas son las que dan el nombre. Se los conoce como factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos. En diversos casos se han agregado diferentes factores, como los legales y ecológicos, si bien es cierto es común que se agrupen algunas de las variables pasadas si de esa forma lo requiere el proyecto en curso, en otro caso también se incluye un factor como es el de la industria, se enfoca en el peso que puede llegar a tener durante el resultado que se dé al final del estudio. (Martin, 2017)

2.3. Marco legal

2.3.1. Permisos de funcionamiento

Los permisos para el funcionamiento del establecimiento, se deberán realizar en el municipio, el trámite de la tasa de habilitación y uso de suelo, posteriormente llenando las solicitudes que se obtienen en la página web del municipio, y pagar los valores estipulados para que se acerque un miembro del municipio en el lugar donde se encuentra la empresa, y se cerciore que el espacio físico sea adecuado.

Además, se debe realizar la emisión del permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos, todas las personas jurídicas y establecimientos para esto se debe presentar los requisitos que se mencionaran a continuación:

- Copia de cédula de identidad del representante legal.
- Copia actualizada del registro Único de contribuyentes.
- Copia del nombramiento del representante legal
- Copia de consulta del uso de suelo brindado por el municipio.

- Copia del último pago de impuesto predial.

2.3.2. Servicio de Rentas internas

El objetivo del servicio de rentas internas es poder aportar a la ciudadanía y promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias otorgándose, así como un principio y un valor en la sociedad comercial de acuerdo a la constitución y la ley para garantizar una efectiva recaudación destinada al fomento de la cohesión social.

Hoy en día su función es poder contrarrestar la evasión y el mal uso tributario provocado por el desconocimiento del tema a nivel del país, por ello aún perdura esta crisis tributaria al momento de la recaudación. (Loor, 2018)

Dentro de la resolución de la ley número 41, en su artículo 2, el SRI debe:

1. Dar cumplimiento a la política tributaria aprobada por el presidente de la república.
2. Proceder a la determinación, control y recolección de los tributos internos del estado y el tipo de administración que no esté específicamente asignada por una autoridad.
3. Elaborar investigaciones referentes a las reformas de legislación tributaria
4. Identificar y conocer las necesidades, reclamos, capacidad de anular las consultas que propongan de acuerdo a la ley.
5. Formular y revocar títulos de créditos, órdenes de cobro, notas de crédito.
6. Exigir sanciones de acuerdo a la ley que se disponga.
7. Decretar y conservar el sistema estadístico tributario nacional.
8. Realizar la cesión, a título oneroso, de la cartera de títulos de crédito en modo total o parcial, de acuerdo a la autorización del gobierno y su fijación a la ley.
9. Formular una solicitud a los contribuyentes o aquel que represente algún documento o información relacionada con la decisión de sus obligaciones tributarias, así también en la comprobación de desenlaces tributarios conforme a su ley.

El SRI es una sociedad técnica y autónoma que tiene varios cargos, uno de ellos es recolectar los tributos internos que la ley exige mediante la normativa vigente. Además, su objetivo es establecer la cultura tributaria en el país, para que la población cumpla voluntariamente las obligaciones tributarias que se solicite. (SRI, 2018)

Conociendo un poco de la historia del inicio de servicio de rentas internas, este nació en el año de 1997 como solución a dos realidades que suscitaban en aquel tiempo, como el sobresalto en la evasión tributaria por la falta de conocimiento de la cultura tributaria y la corruptela de los empleados en la recaudación de sus impuestos. (SRI, 2018)

El RUC es un documento de uso obligatorio para personas naturales o jurídicas que empiecen cualquier actividad económica dentro del país, ya sea indefinido o habitual. Este registro se ha convertido en un requisito ineludible para ejercer cualquier trámite tributario como, por ejemplo: realización de facturas, declaración de impuestos. (Bustamante, 2019)

2.3.3. Registro único de contribuyente

Son todo tipo de persona, independientemente de su género, que ejerza una actividad económica, deberá cumplir sus obligaciones tributarias.

La obligación de cada persona natural es de llevar la contabilidad emitiendo y entregando comprobantes de ventas en cada una de sus transacciones y presentando declaraciones de acuerdo a su actividad económica, que deben de ser mensual, semestral y anual de acuerdo a su impuesto. (naturales, 2018)

Se catalogan en personas naturales obligadas a llevar contabilidad, y no obligadas a llevar contabilidad.

Estas personas naturales deben de llevar la contabilidad de sus actividades económicas regidas por un contador legalmente inscrito en el RUC, por el sistema de partida doble y su idioma debe ser castellano y el dólar estadounidense, de acuerdo a las siguientes condiciones serán aceptados: (Mi guía tributaria, 2019)

- Que empiecen con un capital propio o que inicien desde enero de cada ejercicio fiscal que esté superando 9 fracciones desgravadas del impuesto a la renta.
- Que sus utilidades sean superiores a 15 fracciones desgravadas de impuesto a la renta del año inmediato anterior.
- Deben de tener sus costos y gastos al año elevados a 12 fracciones desgravadas de impuestos a la renta.

- Deben realizarlo al comienzo de sus actividades económicas o al 1 de enero de cada año.

Los individuos que no realicen, los requisitos anteriormente vistos, no estarán obligados a llevar la contabilidad, pero si a tener un registro de sus ingresos o egresos de cada año. De acuerdo a la cultura tributaria, las MiPymes se la divide de acorde al tipo de RUC que tengan en este caso son en personas naturales o sociedades.

2.3.4. Tipo de constitución de la compañía

Una sociedad es una agrupación de personas con el fin de poder crear una actividad económica o negocio enlazados a un pacto u contrato estipulado. Toda agrupación de personas naturales que crean una sociedad debe de inscribirse al RUC, y cumplir con las obligaciones de ley, como es de la creación y entrega de comprobantes de ventas detallado por el SRI acorde a sus transacciones.

Estas organizaciones o sociedades de manera legal deberán contar con un profesional contable que les asesore en la contabilidad. Por motivos de la norma del servicio de rentas internas, toda sociedad extranjera o nacional que dispongan de una continua actividad económica están a cargo de acercarse y solicitar al SRI su Registro único de contribuyente (RUC) en un periodo de 30 días laborables. (Ecuador legal online, 2019)

Tipo de compañías

- **Compañía en nombre colectivo**

La compañía en nombre colectivo se agrupa de dos o más personas que forman el comercio bajo con una razón social.

La razón social es la formulación que expresa los nombres de los socios, o varios de ellos, con la incorporación de las palabras “y compañías” de esta manera solo los nombres de los socios podrán conformar la parte de la razón social.

- **Compañía en comandita simple y dividida por acciones**

Esta compañía se comprende bajo una razón social que se agrupan por varios socios solidariamente e ilimitadamente responsables y otro solo son Proveedores de fondos, denominados socios comanditarios, que tienen una responsabilidad y un enfoque al monto de cada uno de sus aportes.

La razón social como tal tendrá que llevar el nombre de uno de los socios solidariamente responsables, al que siempre se le agregará “compañía en comandita” su escritura deberá ser con todas las letras o abreviatura correspondiente.

El comanditario responsable que haga presencia en la escritura su nombre será contraído todas las obligaciones de la compañía.

- **Compañía de responsabilidad limitada**

Esta compañía es la que se agrupa con tres o más personas, que solo certifican sus obligaciones sociales con su monto de aportaciones propias y realizan comercio bajo una razón social, en este caso se deberá agregar las palabras “compañía limita” o según su abreviatura correspondiente.

- **La compañía Anónima**

Esta compañía no podrá surgir sin menos de dos accionistas como tal, no existe un límite de accionistas, se deberá realizar la escritura con las palabras “compañía anónima” o “sociedad anónima” o con sus respectivas siglas y estará vinculada por las sociedades de compañías civiles anónimas que estarán sujetas con todas las reglas de las compañías mercantiles.

- **La compañía de economía mixta**

La compañía, de acuerdo a las sociedades, es imprescindible que vinculen a personas jurídicas que tengan derecho público, es decir, que podrán la municipalidad, los consejos provinciales y entidades de organismo de sector público, participar de la gestión social de la compañía. (Ley de compañías , 2019)

2.3.5. Tipos de impuestos

Los impuestos son un patrón tributario que se remunera por el hecho de ser parte de la comunidad, en comparación a otro tipo de tributos que se pagan por un servicio recibido. Regido Por el mandato de los contribuyentes será permitido realizar y enviar sus declaraciones de impuestos por medio de internet que será de gran ayuda para cumplir sus obligaciones tributarias, se lo podrá realizar dentro del primer día del mes y su pago hasta la fecha que vence. Toda persona

natural o sociedad deberá llevar la contabilidad y realizar las declaraciones de impuestos correspondientes como los siguientes:

Declaración del impuesto al valor agregado (IVA)

Este trámite tributario se lo lleva a cabo de manera mensual, de acuerdo al formulario 104, incluso entre varios o un periodo que no se registren ventas de bienes o prestaciones de cualquier servicio y que no produzcan adquisiciones y no haya retenciones dicho por el impuesto. Se deberá cumplir una declaración por cada año o periodo determinado. (Educacion.gob.ec, 2019)

Declaración del impuesto a la renta

Este trámite tributario que se lo denomina impuesto a la renta se lo realizara cada año de acuerdo con lo siguiente: (La hora, 2019)

- ❖ Formulario 101 se rige únicamente a las sociedades.
- ❖ Formulario 102 personas naturales que están obligadas a llevar la contabilidad correspondiente y a su vez deben coincidir sus valores dentro del formulario de acorde a su actividad económica, de esta forma se los registra en estado de situación financiera, estado de resultados y conciliación tributaria.

Por lo tanto, si se da el caso, se tendrá que cancelar un anticipo o abono por adelantado del impuesto a la renta formulario 115.

• Declaración de retenciones en la fuente del impuesto a la renta

Se lo ejecuta mensualmente de acuerdo al formulario 103, aunque no se lleven a cabo las retenciones en varios lapsos mensuales. Todo ciudadano natural este forzado a cumplir su registro contable y sus retenciones a la fuente, con su pago correspondiente. Además, deberán tener un documento clasificado en orden de los comprobantes de retención emitidos y sus declaraciones respectivas al finalizar cada actividad económica. (SRI, 2016)

2.4 Marco Teórico

Gestión

Son todas las acciones o diligencias que se realizara dentro de la empresa, individual o junto con otros individuos que aportaran con sus conocimientos, con la finalidad de dar solución a un escenario y poder alcanzar la meta deseada de la organización o empresa como tal.

Plan de negocios

Es el método por el cual se expresa cada una de las actividades que realizara la empresa o negocio para su adecuado desarrollo en el mercado. El plan de negocios contiene diferentes elementos como son procesos operativos, estudio de mercado, estructura organizacional, estudios financieros con el propósito de conocer si el proyecto a futuro o en curso, es viable o si necesita alguna modificación.

MiPymes

Es la denominación que se le dan a las micro, pequeñas y medianas empresas, teniendo su categoría de acuerdo a los niveles de ingresos, patrimonio, y personas que integran la organización, estas MiPymes al crearse ayudan a disminuir el desempleo y generar estabilidad económica en el país y en su organización.

Sector económico

Son estratos que conforman las actividades económicas de un país, tomando en consideración todos los bienes que conlleva la producción, formas de comercialización, o servicios brindados por Eso de esta manera se analiza en el sector económico del país para así derivar el negocio o empresa que desea incursionar en el mercado.

Asesoría

Es el trabajo al que se imparte conocimientos, ya sea por parte de un profesional o una empresa, que brindara el servicio de capacitar, asesorar y supervisar como se realizan las diferentes actividades de una persona natural o jurídica y ayudar al mejoramiento en los conocimientos y toma de decisiones de su negocio o empresa.

Estrategias de marketing

Se Comprenderá de un grupo de acciones a realizar por parte de la empresa que ayudará a incrementar el posicionamiento de la marca o empresa en dicho mercado, ganar volumen en ventas si así lo requiere la empresa y aumentar la rentabilidad de la compañía.

Capacitación

Es el servicio y el acto que se brindara en la empresa, dándoles información desconocida a personas o empresas que deseen adquirir conocimientos nuevos y reformados para poder aplicarlos en el ámbito empresarial o personal en el cual necesite un enfoque más profundo de cada área nombrada.

Análisis Foda

En este caso el análisis se estudiarán las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio en curso .es de suma importancia, ya que de acuerdo a esta aplicación del mismo se podrá rediseñar estrategias que aporten a cumplir los objetivos de la organización o empresa.

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 Metodología

En el marco metodológico del proyecto en curso, a través de una estructura apropiada y organizada, se contribuirá al proceso investigativo a que sea desarrollado correctamente. De acuerdo con esto se deberá conocer más a fondo el tipo de investigación que se aplicará, se facilitará al identificar los diversos procesos para evaluar y analizar y así obtener un resultado favorable. Además, el enfoque que se tomara durante el proyecto será de suma importancia, de esta manera se recopilara datos primarios y secundarios para su determinada transformación en información clara y precisa de gran significado y aporte durante el proceso investigativo.

De acuerdo a lo analizado se establecerá una metodología llamada: método inductivo, que de esta manera la investigación realizada nos guiará a una conclusión general. El método inductivo es un proceso de estudio que parte de una evidencia particular y se extiende a una conclusión universal. Este método ayudará a conocer, con base en la investigación de este proyecto en el sector La Alborada, las falencias que puede tener una MiPymes como es la mala práctica administrativa, financiera. Basándonos en ellos podemos determinar que en varios sectores alternos reincide el mismo patrón error. (Concepto, 2022)

3.2 Tipo de Investigación

Investigación Exploratoria.

De acuerdo a (Sampieri, Collado, & Baptista, 2018) especifica que la investigación exploraría es un estudio de un tema muy poco estudiado o llamativo y de esta forma empieza la necesidad de su pronta investigación de distintas perspectivas, donde se pueden encontrar variedad de problemáticas, oportunidades o afirmaciones de referentes en relación al estudio que está enfocado.

Esta investigación se acopla al proyecto, correspondiente a que el servicio de comercialización, es nuevo y se acopla con las ideas de innovación que surgen en el mercado, de esta manera al

momento de llevar a cabo una investigación se obtendrá muy poca y casi nula información, sobre el producto o servicio similar que ya existe o está comercializado o al que quiere incursionar esto también varía en la información sobre la aceptación que obtendrá el producto en el mercado meta.

Investigación Descriptiva.

Según (Sampieri & Collado, 2018) expresan que esta investigación descriptiva se la obtiene para poder buscar e identificar las características, descripciones, cualidades, referentes a su objetivo, así de esta manera seguir con el análisis correspondiente, en otros términos, se enfocará en recabar información de acuerdo al estudio de observación que determinará el comportamiento del grupo en específico.

A través de esta investigación se podrá recolectar información detallada acerca del consumidor final del producto en venta. Por ende, es de suma importancia, que esta forma sirva para tomar la determinación de cuál grupo será el específico al dirigir el producto y al adaptarse en los requerimientos de los consumidores potenciales y así tener un buen desempeño en el mercado.

Investigación documental.

Según a (Tancara, 2018) puntualiza que la investigación documental es un proceso de almacenamiento de información obtenida durante el proceso de investigación, esta es obtenida mediante instrumentos de búsquedas, métodos que ayudan a conseguir información relevante y que servirán para poder realizar un análisis exitoso y lo siguiente es poder tener una presentación clara y precisa de acuerdo al documento o artículo.

La investigación documental estará incluida en este proyecto, ya que se tomará la información precisa, y a su vez analizando los datos, esto se enfocará en ser reservado para poder ser utilizado con la información anterior y poder utilizarlo con bases en la cual podamos mantener la investigación para su próxima presentación.

3.3 Enfoque de la investigación

De acuerdo al contexto (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista, 2018) argumentan que toda investigación requiere de dos enfoques importantes: el enfoque cualitativo y el cuantitativo de los cuales demandan a integrar a un tercer enfoque que es el enfoque mixto.

Enfoque mixto

El enfoque mixto de acuerdo a (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista, 2018) hace una referencia a un grupo de procedimientos sistemáticos, concreto y real de la investigación como tal que comprende a la recopilación y el estudio de todos los datos cuantitativos y cualitativos, así como su combinación y su controversia conjunta para que no tengan inconvenientes con la información encontrada y de esta manera llegar al rendimiento esperado.

Por esta razón, se utilizará información determinada de la bibliográfica y a su vez la documental que dispongan, se deberá utilizar un enfoque cuantitativo que no es más que una recolección de datos numéricos que permitirá conocer la visión global de acuerdo a sus características que desea alcanzar al momento de realizar un negocio en el sector la alborada.

De esta manera se aplicará encuestas a dueños de negocios o administradores que tengan conocimientos de la empresa y así se podrá implementar el enfoque o método cualitativo que determinara opiniones y criterios sobre incursionar la empresa consultora de temas administrativos y financieros en el sector con el objetivo de conseguir datos relevantes que dará la oportunidad de conocer una demanda potencial de tal manera se podrá evaluar si es o no factible desde la posición financiera que se refleja.

3.4. Técnicas De Investigación

3.4.1 Encuestas

Al hablar de encuestas, como una técnica de investigación, entendemos que va enfocado en la recolección de datos, que se la obtendrá en un lapso de varias preguntas que tengan cohesión sobre el objetivo de estudio, que tenga fácil comprensión para el receptor al que será dirigida la encuesta, deberán estar correctamente estructuradas, de tal manera ayudar a encontrar la información relevante que se podrá utilizar de manera estadística. (Morene, 2016)

Las encuestas son una técnica de investigación más apropiada para el proyecto, ya que nos ayudará a la recolección de datos importantes y relevantes suficientes para poder conocer y

comprender a los futuros consumidores de esta manera nos servirá como base para desarrollar futuras valorizaciones con relación a la aceptación del servicio en el mercado.

3.4.2. Entrevistas

La entrevista individual a una persona es un método que ayuda al investigador a obtener más información relevante y concisa de forma personalizada entorno a las experiencias vividas y aspectos propios del entrevistado. (Torrecilla, 2018)

La finalidad de este método es poder encontrar respuestas sobre el problema que propone el proyecto de investigación, es importante los términos que da el entrevistado como es el argumento y la narrativa de cada respuesta.

3.4.3 Diseño de Encuesta y Entrevistas

Estará conformada de trece preguntas de la cuales se obtendrán respuestas de menor esfuerzo debido a que serán preguntas cerradas y así evitar cualquier confusión al encuestado, serán realizadas preguntas con respuestas a selección alternativas para tener un resultado preciso. El formato de la encuesta se encuentra anexo y los lugares donde se llevará a cabo serán los que tienen más registros de negocios que son los sectores: Guillermo Pareja Rolando, Rodolfo Baquerizo Nazur, Avenida Francisco de Orellana y la Avenida Isidro ayora.

Para la creación de esta técnica de la entrevista se realizó con la colaboración de un representante de un negocio pequeño ubicado en la calle principal del sector Alborada quien es el Sr. Gustavo Pareja Larrea Ocupación: Restaurante de comida rápida su ubicación es en la Av. Francisco de Orellana.

El objetivo de la entrevista es conocer sus vivencias y experiencias en lo largo de la apertura de sus negocios y su día a día como microempresarios y que nos compartan una sugerencia sobre la creación de una empresa de asesoría en gestión administrativa para MiPymes en el sector la alborada de la ciudad de Guayaquil.

1. ¿Cuál es su opinión sobre la creación de una empresa de asesoría en gestión administrativa para MiPymes en el sector la alborada de la ciudad de guayaquil?

En mi opinión es muy buena idea, ya que hay personas que recién comienzan desde cero sus emprendimientos y también para los que ya tienen sus negocios sería de gran ayuda conocer de temas importantes al emprender un negocio nuevo como tal , pues como sabrá tener un negocio y permanecer en todo el periodo no es fácil , ya que es usual que tenemos que sacar los permisos correspondientes, autorizaciones y obligaciones tributarias y muchas veces uno no tiene el conocimientos de ese tipo de temas que nos toma tiempo poder posicionarnos en el sitio que está el negocio.

Por esa razón hay muchos casos que ocurren los cierres de locales la mayoría cae en ese círculo porque no sabe cómo mantenerse a ese tipo de inconvenientes que existen a lo largo de la apertura de un negocio como lo es el sin número de procesos de trámites que se deben de cumplir, contratación de personal, publicidad, redes sociales que para muchos aún desconocen del tema.

Pero al existir la posible creación de la empresa de capacitación en el sector Alborada sería de gran ayuda a muchas personas con temas de servicio al cliente, capacitación sobre la tecnología y las redes sociales para emplear esos conocimientos en sus negocios o empresas.

2. ¿Qué piensa usted que le beneficiaría acudir a las capacitaciones y asesoramiento de emprendedores para la mejora del cumplimiento de funciones en su negocio o empresa?

Nos beneficiaría mucho, ya que tendríamos conocimientos del funcionamiento de nuestros negocios y nos evitaría pagar a otra persona por estos servicios que nosotros mismos podemos saberlos e implementarlos en nuestros negocios, invirtiendo dinero en las capacitaciones que ofrecen.

3. ¿En qué área usted necesita capacitarse?

Bueno en lo principal sería el área de contabilidad es fundamental tener conocimientos del manejo de la cuentas y dinero que tiene el negocio, la siguiente sería el área de servicio al cliente que es una fuente muy importante al tratar con un cliente y muchas veces no sabemos cómo dialogar

con uno, y por otra parte el manejo de las redes sociales que es un punto importante y a su vez tener conocimientos de los tipos de impuestos que debe cumplirse cuando somos microempresarios.

4. ¿Con que frecuencia y horario desea acudir a las capacitaciones?

Sería conveniente para mí que incluyan horarios que podamos asistir sin chocar horarios por nuestros negocios y con otras actividades, pero en mi caso preferible sea en la mañana de 9:00 am a 4:00 pm y las capacitaciones las tomarían cada dos meses o 4 para mantener actualizados los nuevos conocimientos.

5. ¿Si usted deseara usar nuestro servicio, estaría de acuerdo a cancelar un valor de estándar medio o alto?

De acuerdo a mi criterio estaría dispuesto a pagar un valor accesible, y hay que tener en cuenta que somos microempresarios y algunos aun no entonces sería de gran beneficio cancelar un valor no muy alto ya que tenemos gastos que deben cubrirse, el valor podría sugerir serían unos \$100 teniendo en cuenta que tipo de capacitación se dará o la que necesite el microempresario.

6. ¿Tiene alguna sugerencia acerca de nuestro proyecto de investigación?

Su idea es muy buena y seria de mucha ayuda para nosotros los empresarios, las capacitaciones que van a dictar tienen que ser comprensivas para todas las personas que van acudir ya que hay personas que no absorben los conocimientos rápidamente por esa razón debe ser muy explicativo y resolviendo cada inquietud de cada uno de nosotros.

3.5. Población y Muestra

Según (Arias, Villasis, & Miranda, 2017) la población se lo ha determinado como una agrupación de casos que han sido definidos de tal manera será el referente al instante de elaborar la descripción de la muestra para el objeto o tema de estudio de la investigación.

Como lo establece Hernández, la población es una agrupación o conjunto de personas o individuos que tiene la misma relación y comparten características muy parecidas que se desean estudiar. Por lo cual se considerará a los moradores de la Alborada este y oeste. A continuación, se muestran los datos hallados en la siguiente tabla:

Tabla 3 Población del sector la Alborada.

POBLACION DEL SECTOR LA ALBORADA			
Detalle	Total	Hombres	Mujeres
Habitantes	45098	22430	22668

Fuente: DIIE, (2019)

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Como fuente de información eficaz y verdadera se tomará en cuenta las estadísticas del Directorio de Empresas y Establecimiento del Ecuador (DIIE, 2019), de esta manera nos ayudara a poder obtener más información estadística para proceder al análisis de investigación, por lo tanto, estos datos serán de ayuda al marco de encuestas que se realizara de acuerdo a lo obtenido. Los datos que se hallaron se reflejaran en la próxima tabla:

Formula

Población: 45098 habitantes

N: 45098

e: 0.05

Q: 0.50

Z: 95%

$$N = \frac{N \cdot Q^2 \cdot Z^2}{(N - 1)E^2 + 1 + \sigma^2 Z^2}$$

$$N = \frac{45098 (0.50)^2 (1.96)^2}{(45098 - 1) (0.05)^2 + 1 + (0.50)^2 + (1.96)^2}$$

$N = 384$ personas

De acuerdo al uso de la formula estadística, se obtuvo una muestra de 384 personas del sector Alborada con un margen de error de 0.05% a nivel de significancia del 1.96, por lo cual se procederá a realizar un cuestionario para evaluar y tener conocimiento del manejo de los microempresarios referente al incursionar la empresa de asesoría.

3.6. Análisis de resultados de los instrumentos aplicados

Luego de conocer los métodos y herramientas que se utilizaran en la investigación en curso, se enfocará en el desarrollo práctico de los datos obtenidos con el objetivo de estudiar la propuesta del proyecto.

3.6.1. Interpretación de los datos de encuesta

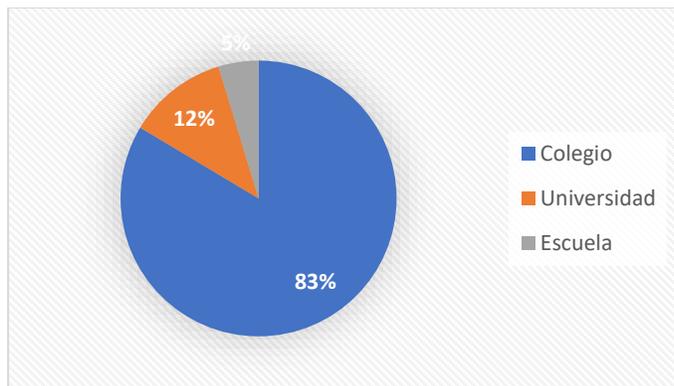
De acuerdo a los datos recopilados en la encuesta realizada serán detallados por medio de gráficos circulares con su respectiva interpretación de cada uno de sus porcentajes.

1.- ¿Cuál es su nivel educativo?

Tabla 4 Nivel de Educación.

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Colegio	321	83%
Universidad	45	12%
Escuela	18	5%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: encuestas realizadas a los residentes del sector Alborada.

Figura 5 Nivel de Educación.

Elaborado por Moreno, C. (2021)

Interpretación

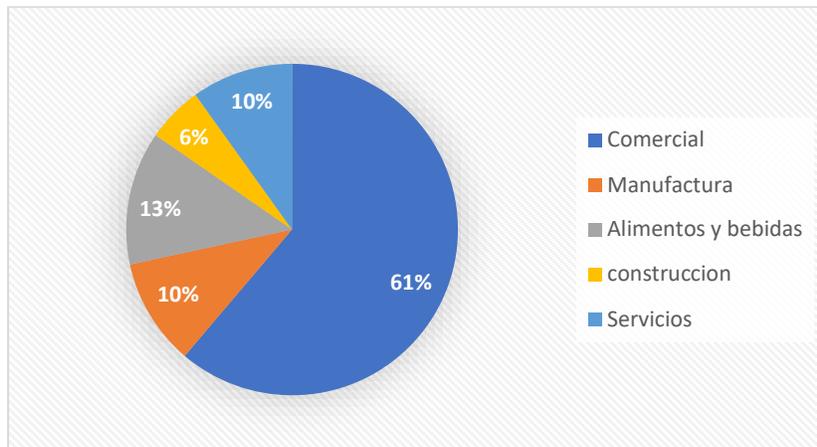
Como se describe en el gráfico el nivel educativo de los habitantes del sector de la alborada en su mayoría de colegios, se derivan en estudios secundarios en un 83%, seguido por los que tienen estudios universitarios con un 12% y el 5% en educación primaria.

2.- ¿A qué sector comercial pertenece?

Tabla 5 Grupo comercial al que pertenece.

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Comercial	235	61%
Manufactura	40	10%
Alimentos y bebidas	50	13%
construcción	21	5%
Servicios	38	10%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: encuesta realizada a los residentes del sector de la Alborada

Figura 6 Grupo comercial al que pertenece.

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

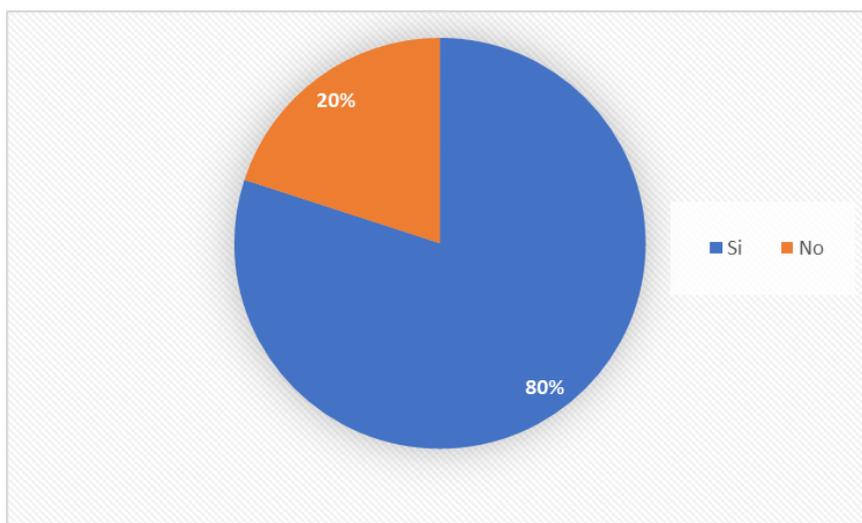
El sector la alborada en su mayoría está establecida al comercio con un 61%, siguiendo con el sector servicio como es imprentas, restaurantes con un 10% en el mercado comercial; teniendo en cuenta que en el sector de alimentos y bebidas tienen un porcentaje de 19% en los que varían negocios tales como ventas de comida rápida, pastelería, desayunos, almuerzos etc. Siguiendo con negocios de manufactura con un 10%, y al final tenemos la actividad de construcción con un 8%.

3. ¿Usted es propietario o administra algún tipo de empresa micro, pequeña o mediana?

Tabla 6 es propietario o administrador de algún tipo de empresa micro, pequeña, mediana.

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	250	80%
No	134	20%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: si el encuestado menciona que no, se termina le encuesta.

Figura 7 Es propietario o administrador de algún tipo de empresa micro, pequeña, mediana.

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

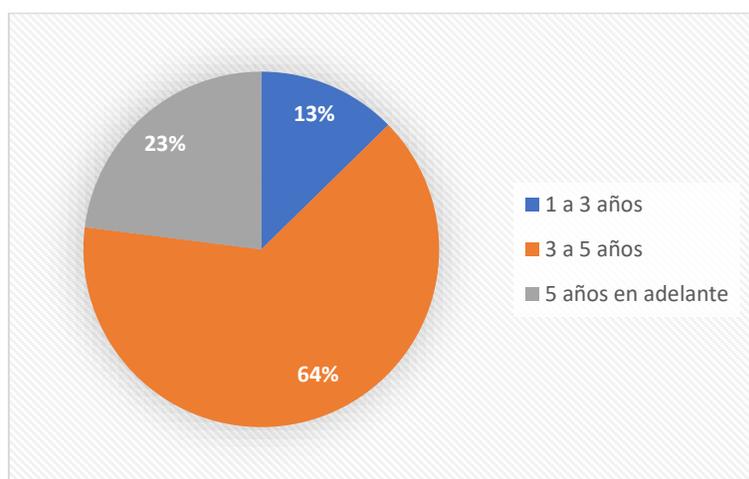
El 80% de los encuestados contestaron con un si , mientras que el 20 % de los encuestados contestaron con un no que se lo determina como una anulación de encuesta.

4.- ¿Cuánto tiempo tiene su negocio en el mercado?

Tabla 7 El lapso de tiempo que tiene su negocio

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
1 a 3 años	49	13%
3 a 5 años	249	65%
5 años en adelante	89	22%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: encuesta realizada a los residentes del sector de la Alborada

Figura 8 El lapso de tiempo que tiene su negocio

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

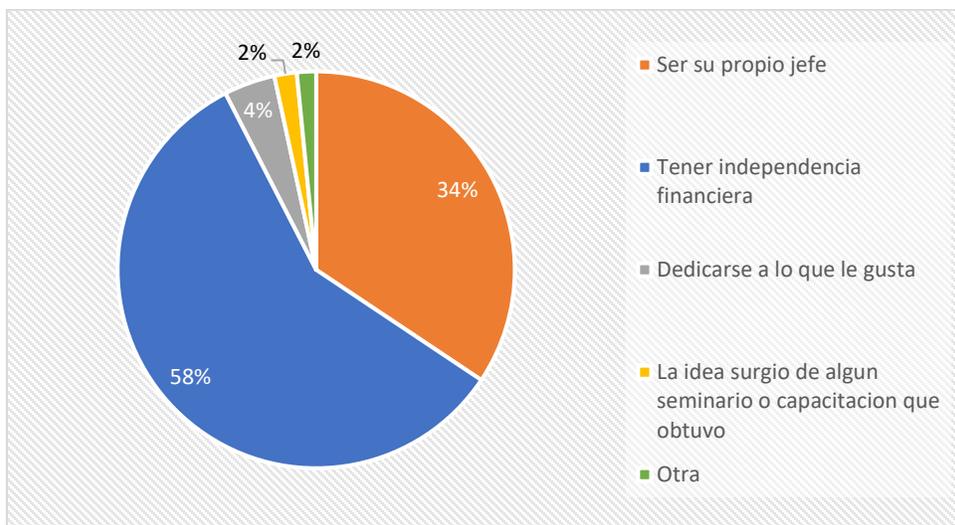
Como se puede analizar en el gráfico, se tiene un porcentaje de 13% de las personas que registran el tiempo de su negocio de 1 a 3 años, consiguiente tenemos 64% de las personas que tienen una estabilidad con sus pequeños negocios de 3 a 5 años, y por último con un 23% los negocios de 5 años en adelante.

5.- ¿Cuál fue la razón para emprender su propio negocio?

Tabla 8 La razón para emprender su propio negocio

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Ser su propio jefe	132	34%
Tener independencia financiera	223	58%
Dedicarse a lo que le gusta	16	4%
La idea surgió de algún seminario o capacitación que obtuvo	7	2%
Otra	6	2%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: encuesta realizada a los residentes del sector de la Alborada.

Figura 9 La razón para emprender su propio negocio

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

Las respuestas que surgieron de cada uno de los encuestados fueron: con un 34% indicaron que iniciaron sus propios negocios para así convertirse en sus propios jefes ayudando a la economía del país ; el 58% su contestación fue que decidieron ser independientes económicamente, consiguiendo tener un 4% a las personas que quisieron dedicarse a lo que les gusta y acceder a la vez una independencia financiera , y con un mínimo de 2% piensa que la idea surgió de una capacitación o

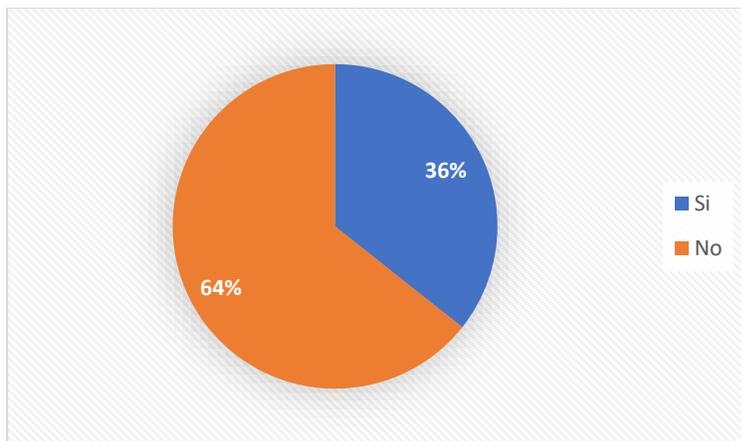
seminarios que los obtuvieron por colegios y universidades y por ultimo con un 2% los que tenían otra razón por la cual emprendieron su negocio.

6.- ¿En el tiempo que lleva su negocio ha recurrido a tomar seminarios o capacitación que ayuden a la mejora de su negocio?

Tabla 9 Capacitaciones o seminarios recibidos

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	137	36%
No	247	64%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: encuesta realizada a los residentes del sector de la Alborada

Figura 10 Capacitaciones o seminarios recibidos

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

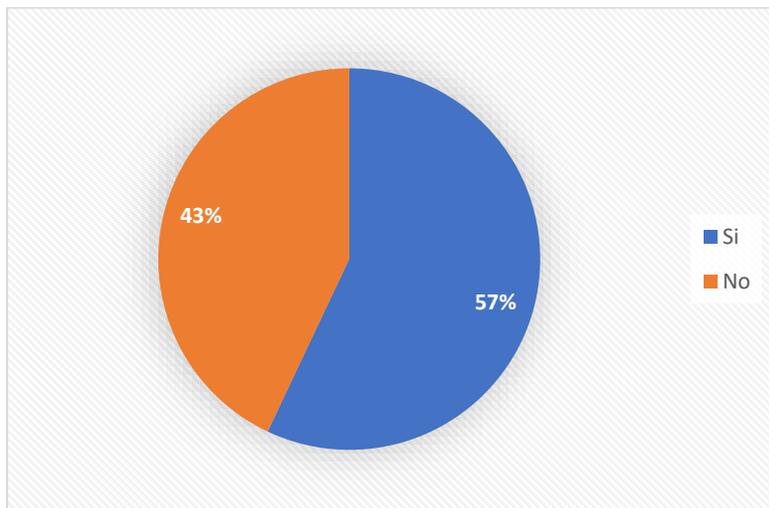
El 36% de nuestros encuestados respondieron con un si afirmando que, si han tomado alguna capacitación o seminario a lo largo del tiempo que llevan su negocio, mientras que el 64% respondió con un no, porque no han tenido la oportunidad de recibirlas por falta de conocimiento y económica.

7.- ¿Tiene conocimientos que existen empresas que se dedican a orientar y asesorar en gestión administrativa y financiera?

Tabla 10 Conocimientos sobre las empresas de asesoría

Alternativa	Cantidad	porcentaje
Si	219	57%
No	165	43%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: encuesta realizada a los residentes del sector de la Alborada

Figura 11 Conocimientos sobre las empresas de asesoría

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

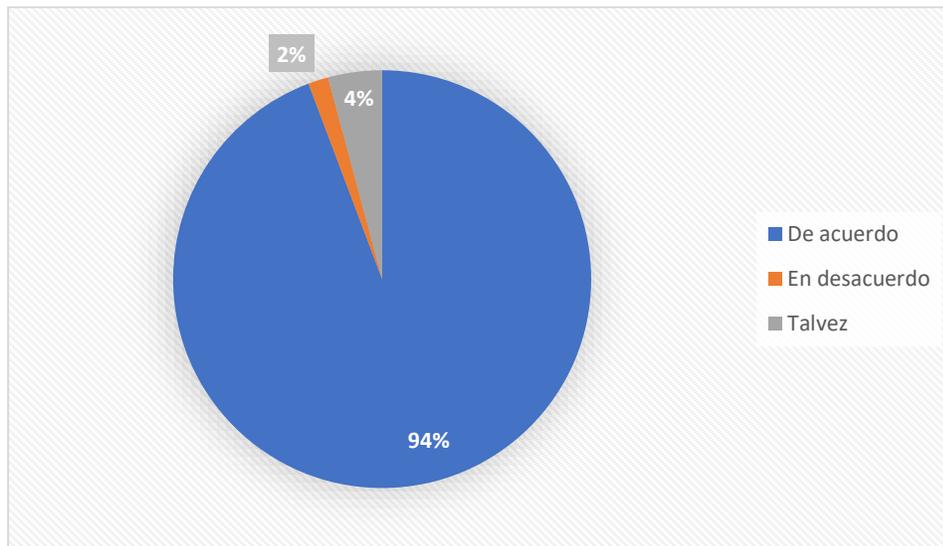
El 57% respondieron con un sí que saben sobre las empresas que ayudan a orientar y asesorar a los negocios, mientras que el 43% no tenían conocimientos sobre las empresas de esta índole.

8.- ¿Estaría de acuerdo si en el sector Alborada existiera un servicio de capacitación y asesoramiento en el área administrativa y financiera con el fin de ayudar a los pequeños negocios del sector?

Tabla 11 Estaría de acuerdo si existiera un servicio de capacitación y asesoramiento en el área administrativa

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
De acuerdo	362	94%
En desacuerdo	6	2%
Talvez	16	4%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: encuesta realizada a los residentes del sector de la Alborada

Figura 12 Estaría de acuerdo si existiera un servicio de capacitación y asesoramiento en el área administrativa

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

El 94% contestó con un de acuerdo a que evidencia que es un buen que esta más que bien que se implemente este servicio en el sector Alborada, consiguiente con un 2% en desacuerdo que definitivamente descartan la propuesta, y por último con 4% considerarían darle la oportunidad a la propuesta.

9.- ¿Utilizaría El servicio de asesoría administrativa y financiera que ayudara a potencializar su empresa cumpliendo todas las metas propuestas y contribuyendo al crecimiento de esta?

Tabla 12 Utilizaría el servicio

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	200	52%
No	54	14%
Talvez	130	34%

Nota: encuesta realizada a los residentes del sector de la alborada
Elaborado por: Moreno, C. (2021)

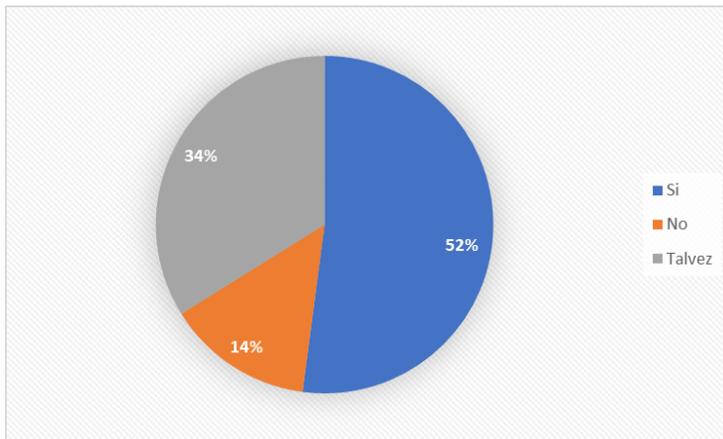


Figura 13 Utilizaría el servicio
Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

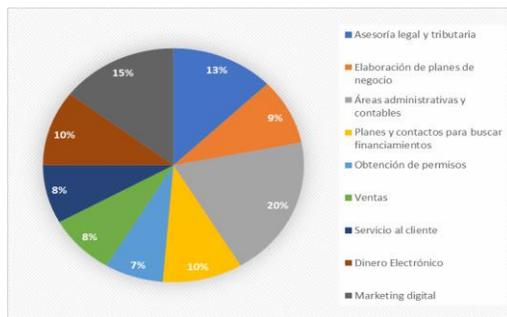
La respuesta en su mayoría es de un 97% que estará a favor de utilizar el servicio, y con una minoría de 3% un talvez.

10.- ¿Qué conocimientos quisiera desarrollar que le ayude a la mejora de su negocio de acuerdo con nuestra asesoría?

Tabla 13 Conocimientos que quiere desarrollar

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Asesoría legal y tributaria	49	13%
Elaboración de planes de negocio	35	9%
Áreas administrativas y contables	75	20%
Planes y contactos para buscar financiamientos	38	10%
Obtención de permisos	28	7%
Ventas	32	8%
Servicio al cliente	31	8%
Dinero Electrónico	40	10%
Marketing digital	56	15%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: encuesta realizada a los residentes del sector de la alborada.

Figura 14 Conocimientos que quiere desarrollar

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

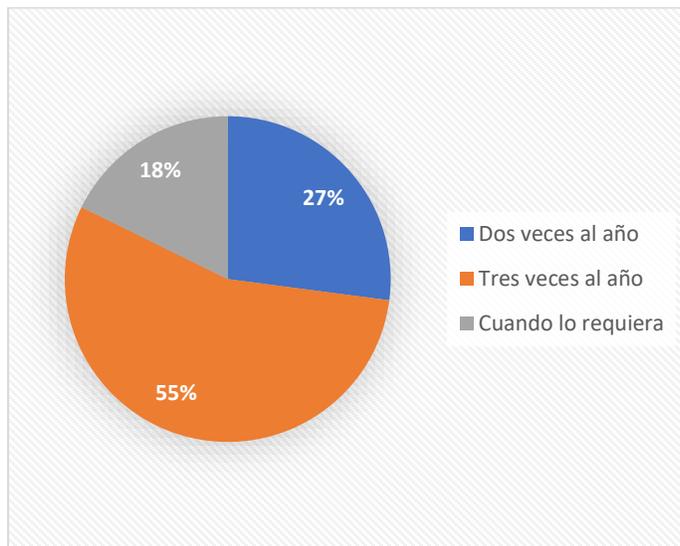
Como podemos analizar en el gráfico las personas muestran un mayor interés y reacción a las áreas administrativas y contables con un 20% , seguido con un 15% marketing digital y con un alcance de 13% asesoría legal y tributaria están interesados por saber y conocer sus respectivos aranceles y declaraciones de impuestos siguiendo con un 10% planes y contactos para buscar financiamientos que desean obtener cada persona al igual que dinero electrónico con un 10% que ayudara a conocer sobre esta plataforma que ayuda al empresario , siguiendo con un 9% elaboración de planes de negocios que desean implementar para un buen desarrollo comercial , con un 8% tenemos ventas y servicio al cliente que va de la mano y se complementan a la par de una acción comercial y por ultimo con un 7% obtención de permisos.

11 ¿Con que frecuencia asistiría a las capacitaciones?

Tabla 14 Frecuencia asistiría

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Dos veces al año	104	27%
Tres veces al año	212	55%
Cuando lo requiera	68	18%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: encuesta realizada a los residentes del sector de la alborada

Figura 15 Frecuencia asistiría

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

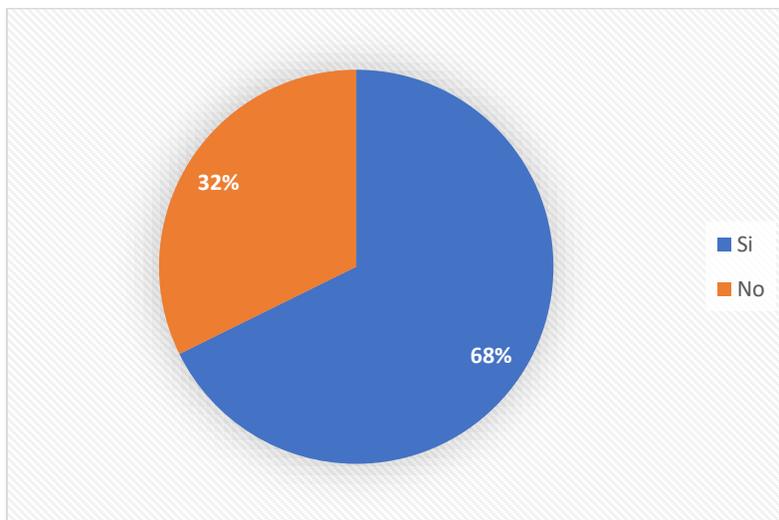
El 55% de los encuestados respondieron que tres veces al año desearían asistir a las capacitaciones mientras que el 27% dijo que dos veces al año estaría bien y por último con un 18% cuando lo requieran.

12.- ¿Estaría de acuerdo con pagar por las capacitaciones?

Tabla 15 Estaría de acuerdo a pagar por las capacitaciones

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	260	68%
No	124	32%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: encuesta realizada a los residentes del sector de la alborada

Figura 16 Estaría de acuerdo a pagar por las capacitaciones

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

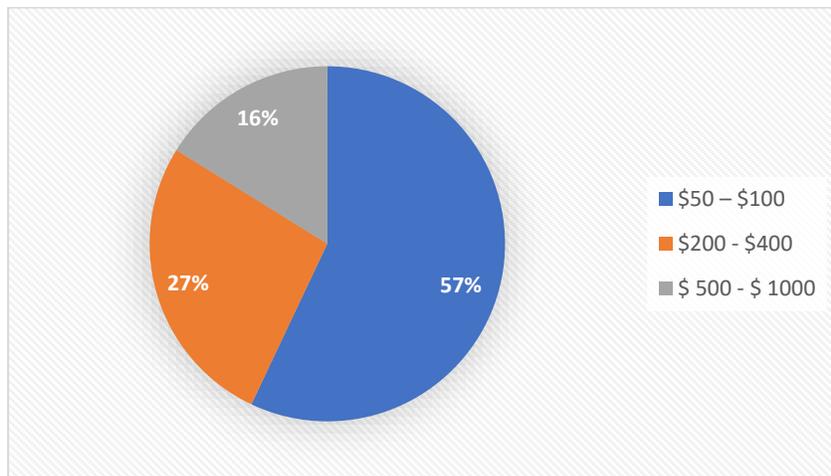
Los resultados que se analizaron fueron un 68% con si en su mayoría acotaron que pagarían por el servicio de asesoría y capacitación, siguiendo con un 32% no pagarían por el servicio ofrecido.

13.- ¿Qué rango de valor estaría conforme a remunerar por las capacitaciones?

Tabla 16 Rango de valor que estaría dispuesto a remunerar

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
\$50 – \$100	219	65%
\$200 - \$400	103	22%
\$ 500 - \$ 1000	62	13%

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Nota: encuesta realizada a los residentes del sector de la Alborada

Figura 17 Rango de valor que estaría dispuesto a remunerar

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Interpretación

La remuneración que en su mayoría respondieron fue el 57% de \$50 a \$100 y consiguiente con un 27% aceptaron de \$200 a \$400 y por último 16% dijo de \$500 a \$1000

ANILISIS GENERAL DE ENCUESTAS

En este análisis hemos observado que los microempresarios y futuros emprendedores les llamó mucho la atención del servicio que se brindara , ya que tienen desconocimientos de temas que son cruciales al momento de crear un negocio, en su mayoría están dispuestos a cancelar un valor asequible y desean asistir cuando lo requieran o necesiten el servicio de capacitación y de las áreas que más desean tener conocimientos es en el área administrativas y contable ya que eso les ayudaría al buen manejo de su empresa como tal .

ANALISIS GENERAL DE ENTREVISTAS

El entrevistado dueño de local de comida rápida nos dio a conocer sus sugerencias respecto al proyecto hablando sobre constituirnos en el sector la Alborada ya que es un sector comercial y hay diversidad de negocios que necesitan tener conocimientos empresariales más a fondo, nos dijo que contemos con un horario que sea conveniente para ellos ya que algunos abren sus negocios a diferentes horas, que tengamos variedad de horarios para que puedan asistir y a su vez un valor que les permita costear, también nos dio a conocer que sería de gran ayuda este servicio ya que ellos no tienen conocimientos en cosas comunes como son los permisos correspondientes y que algunos comerciantes han cerrado por falta de conocimientos en temas administrativos, contables, servicio al cliente y de publicidad que es lo más común que se necesita un negocio por esta razón cierran sus pequeños negocios y que al implementar estas capacitación se contrarrestaran los cierres por falta de conocimientos.

CAPITULO IV

PROPUESTA

4.1. Resumen Ejecutivo.

En este capítulo, se reflejará los temas que se han utilizado para la constitución de esta propuesta de investigación, de esta manera los aspectos desarrollados son: objetivos generales, específicos, justificación, delimitación y la idea a defender con la cual se sustenta el plan de negocios.

En el capítulo II, se elaboró los antecedentes en los que se basa la investigación, como las bases teóricas, legales y conceptuales; estos son los que se derivan en apoyo al presente proyecto a lo largo del capítulo de la propuesta para su correcta elaboración.

En el capítulo III, se emplearon técnicas de investigación para poder analizar el mercado objetivo y determinar la aceptación que podría tener el servicio, como también buscar información para poder estructurar las estrategias para así el servicio en cuestión gane un posicionamiento en el mercado.

4.1.1. Título de la propuesta

plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría en gestión administrativa para MiPymes en el sector la alborada de la ciudad de guayaquil.

4.1.2. Objetivo General de la propuesta

Crear una empresa dedicada a la asesoría en gestión administrativa a las empresas MiPymes Guayaquil con la finalidad de brindar asesoramiento a los empresarios para fortalecer sus negocios; logrando así generar la rentabilidad esperada al presente plan de negocios.

4.1.3. Objetivos Específicos

- Establecer el mercado meta en el sector para brindar el servicio de asesoramiento administrativo.
- Diseñar estrategias de marketing que ayuden a la empresa a ganar una participación en el mercado.
- Establecer la estructura organizacional, logística y operativa de la empresa.
- Elaborar un estudio económico-financiero para analizar la factibilidad del negocio.

4.1.4. Justificación de la propuesta

La esencia de este proyecto en curso, es poder influir mediante capacitaciones y asesorías a personas emprendedoras o las que desean abrirse paso al mundo de los negocios, de esta manera les permitirá tener un nivel económico y un nivel de conocimiento elevado como persona o empresa que requieren el servicio que proponemos se recalca que al microempresario hay que ayudarlo ya que ellos aspiran a ser capacitados para tener un resultado favorable para su negocio siendo dueños o empleado o viceversa, de esta manera surgirán nuevas ideas para así generar fuentes trabajo.

4.2. Estudio Organizacional

4.2.1. Misión

Ofrecer un servicio de conocimientos a través de asesoramiento con un buen desempeño y calidad cubriendo las necesidades de los nuevos clientes al querer emprender en sus nuevos negocios en el mercado.

4.2.2. Visión

Ser una empresa reconocida por su alta calidad de conocimientos impartidos para diferentes empresas y a su vez a personas naturales y jurídicas para los próximos cinco años.

4.2.3. Valores

- Respeto: Apreciar cada esfuerzo de cada uno de los colaboradores, reconociendo su capacidad y habilidades dentro de la organización dándoles un punto de vista más allá de solo capacitar si no también que lleguen a su desarrollo profesional.

- **Honestidad:** La empresa estará destacada por este valor, ya que desde sus principios tendrán una buena manera de interactuar con ética y profesionalismo con cada persona, cliente o proveedor que se acerque a nuestra organización.
- **Puntualidad:** Se reconoce el esfuerzo y el tiempo de cada uno de los colaboradores de la organización al igual que de los clientes.
- **Compromiso:** conseguir que el grupo de trabajo realice con excelencia las tareas asignadas, teniendo en cuenta sus conocimientos y habilidades para así alcancen sus objetivos propuestos.

4.2.4. Descripción del negocio

Nombre de la empresa: ASESORIA MORENO

Razón Social: ASESORIA MORENO

Tipo de constitución: Compañía por acciones simplificadas S.A.S

Esta compañía se dedicara a la capacitación y al asesoramiento correspondiente a nuevos emprendimientos o negocios existentes; para de esta manera reforzar al personal de diferentes MiPymes quienes tendrán la oportunidad de tener conocimientos tecnológicos y empresariales, lo que esto ayudara al enfoque de nuevas plazas de trabajo en el ámbito laboral ; como asesores la empresa tiene una fijación en temas de ayudas no solo en rendimiento laboral y empresarial si no en lo personal también de cuales son :

- Liderazgo
- Inversiones
- Estrategias de marketing
- Ventas
- Elaboración de planes de negocios
- Asesoría legal y tributaria
- Áreas administrativas y contables
- Obtención a permisos
- Servicio al cliente

- Dinero electrónico



Figura 18 Logo de la empresa
Elaborado por: Moreno, C. (2021)

4.2.5. Objetivos de la empresa

- ✓ Construir un buen ambiente laboral que transmita agrado y complacencia para los colaboradores y clientes
- ✓ Identificar las habilidades y talento que posee cada integrante de la empresa.
- ✓ Anunciar de un modo adecuado los triunfos o altercados que existan en la empresa
- ✓ Dar a conocer los valores que existen dentro de la empresa y a su vez un agradable ambiente de contento al cliente.
- ✓ Aplicar los planes estratégicos para el perfeccionamiento de la empresa.
- ✓ Valoración de los conocimientos que se imparten dentro del servicio de capacitación.
- ✓ Plantear nuevas ideas de emprendimientos que aporten al progreso y crecimiento de las empresas.

4.2.6. Claves del éxito

Ofrecer un servicio de capacitación no es sencillo ya que se requiere de un buen conocimiento y su apropiada experiencia sobre los distintos temas que se van a transmitir ,asimismo se debe tener una buena planificación definida por cada detalle de lo que el cliente requerirá , por motivo de que ellos siempre van necesitar que les brinden seguridad ante todo y un excelente servicio con relación a los conocimientos empresariales , por esta razón son necesarias las siguientes claves para el éxito de la empresa:

- ✓ Motivación: Es el impulso y ansias de poder ayudar aportando conocimientos a personas que necesitan fortalecer sus ideas al crear su emprendimiento
- ✓ Transparencia: En cada fase de las capacitaciones teniendo en cuenta el cumplimiento de las actividades asignadas de cada integrante de la empresa
- ✓ Personal eficiente: Estar en la vanguardia de nuevos conocimientos y actualizaciones de desarrollo empresarial y tecnológicos para de esta manera ofrecer un óptimo servicio
- ✓ Constancia: Supervisar de manera continua las actividades que realizaran los colaboradores para cerciorarnos que son actos para transmitir a nuestros clientes
- ✓ Ambiente Adecuado: Que nuestros clientes se sientan con agrado al escuchar cada clase, refiriéndose a un servicio de alta calidad
- ✓ Infraestructura: Establecer un lugar con un espacio apropiado y satisfactorio para transmitir y desarrollar los conocimientos a los clientes

4.2.7. Organigrama estructural

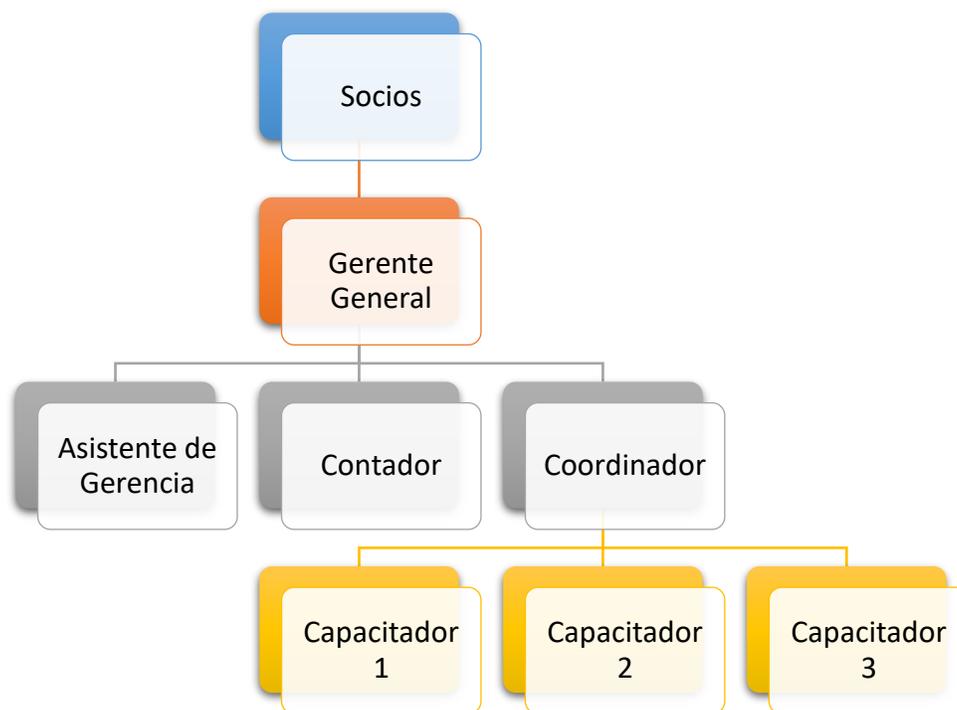


Figura 19 Organigrama de la empresa
Elaborado por: Moreno, C. (2021)

4.2.8. Ficha de descripción de cargos

Tabla 17 Ficha de descripción de cargos Gerente general

Nombre del puesto: Gerente General
Sueldo: \$850.00
Resumen del puesto: Dirigir, organizar, Administrar las funciones de cada tarea que se realiza para el desarrollo de la empresa
Jefe inmediato: Socios
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Determinar los principales cumplimientos de metas y objetivos de la organización• Supervisar el rendimiento, ocupacional y su progreso en la compañía• Decidir funciones óptimas que ayuden a la compañía• Estudiar la posición actual que posee la organización• Enfocarse en las actividades principales para el crecimiento organizacional• Verificar y comprobar que cumplan los objetivos decretados
Experiencia y estudios requeridos: <ul style="list-style-type: none">• Preparación de estudios superiores relacionados con la compañía• Certificado de cursos de liderazgo• Capacidad y conocimientos al tratar con personal• Experiencia mínima de 2 años en cargos parecidos• Alto conocimiento en emprendimientos.• Conocimiento en estudio y análisis de toma de decisiones convenientes• Dominar las ingles Conocer sobre las ciencias materiales

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 18 Ficha de descripción de cargos de Asistente de Gerencia

<p>Nombre del puesto: Asistente de Gerencia</p>
<p>Sueldo: \$600.00</p>
<p>Resumen del puesto: delegada a recibir y dar información sobre los servicios a su alcance a los clientes, de este modo ayudará al programa completo de la presentación que se le dará al cliente al llegar a la empresa.</p>
<p>Jefe inmediato: Gerente General</p>
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener Detallado y actualizado el formulario de los clientes • Guardar y organizar la correspondencia que se recibe y se envía continuamente. • Constatar y revisar la bandeja de correo electrónico para agilizar las respuestas a las peticiones de los clientes • Contestar llamadas telefónicas anexas a la empresa, envió de correos electrónicos y faxes ejecutivos • Notificar al gerente general al realizar trámites, programas o proyectos que se refieran a la empresa • Convocar al gerente general a juntas directivas que darán paso a planteamientos ejecutivos
<p>Experiencia y estudios requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experto en Administración, secretariado ejecutivo, E idiomas • Nivel alto en conocimiento en informática • Conocimientos de servicio al cliente

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 19 Ficha de descripción de cargos coordinador

<p>Nombre del puesto: Coordinador (a)</p>
<p>Sueldo: \$700.00</p>
<p>Resumen del puesto: controlar los diversos cronogramas y proyectos que se plantean durante las capacitaciones</p>
<p>Jefe inmediato: Gerente General</p>
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inspeccionar las distintas áreas del servicio de capacitación • Controlar y dar seguimiento a los colaboradores en su trabajo y respaldarlos en funciones emergentes • Autorizar los temas correspondientes de capacitación en la institución • Relacionarse comunicativamente con los colaboradores de la empresa • Comprobar y estudiar la búsqueda de soluciones a los problemas que surgen • Encargado de la clase de servicio que se brindara
<p>Experiencia y títulos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Titulado en la Carrera de Ingeniería comercial • Experiencia mínima de 2 años • Experiencia y conocimiento del servicio al cliente • Autoridad para planificación

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 20 Ficha de descripción de los cargos contador

Nombre del puesto: Contador (a)
Sueldo: \$700.00
Resumen del puesto: Encargado de coordinar las funciones financieras, contables y área administrativa de la empresa
Jefe inmediato: Gerente General
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Revisar y verificar los estados financieros habitualmente y a su vez la contabilidad y costos de la empresa• Proporcionar un buen manejo administrativo de los recursos financiero y talento humano• Aceptación y cumplimiento de normativas y estatutos del organismo de control• Realizar y proyectar los estados financieros de los diversos tipos que requiere la empresa• Analizar y desglosar los estados financieros para luego transmitirlos en los correspondientes informes a la junta empresarial.
Experiencia y estudios requeridos: <ul style="list-style-type: none">• Titulado en CPA, Ingeniero comercial, economista o conocimientos en contabilidad• Experiencia mínima de 2 años• Formación en estatutos y normas de administración• Liderazgo y optimismo

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 21 Ficha de descripción de cargos capacitador

Nombre del puesto: Capacitadores
Sueldo: \$600.00
Resumen del puesto: Cumplir con las capacitaciones según el cronograma correspondiente ofreciendo un óptimo servicio a los clientes
Jefe inmediato: Coordinador (a)
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener una buena comunicación y buen trato con el coordinador de capacitaciones • Ofrecer la correcta recomendación a cada uno de los clientes de manera clara y precisa con la colaboración del personal con la experiencia apropiada • Contar con una buena presencia y el trato adecuado • Respaldo a los capacitadores cuando lo requieran • Sostener una comunicación fluida con el coordinador en planta • Controlar habitualmente la planificación y actualización
<p>Experiencia y estudios requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel de acuerdo al cargo • Experiencia de 2 años • Tener conocimientos respecto a los temas planteados dentro del cronograma

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

4.3 Estudio de Operaciones

4.3.1. Localización de la empresa

Para establecer la empresa adecuadamente, se debe analizar varios aspectos a tomar en cuenta para que se pueda comenzar con las operaciones comerciales con total normalidad. Para esto, se plantea realizar un método subjetivo de ponderación para poder seleccionar cual sería la mejor opción para ubicar el negocio de acuerdo a las expectativas de los socios.

- **Infraestructura:** La infraestructura de la empresa debe ser la adecuada tanto como para realizar el trabajo operativo propio del negocio correspondiente a cada área o departamento que se conforme, como también el espacio para brindar las capacitaciones.
- **Accesibilidad:** La empresa debe situarse en lugar principal que pueda ser de fácil localización para los clientes como también para que el establecimiento sea visto al público y así llamar la atención de las personas que concurran en el sector.
- **Servicios básicos:** El establecimiento deberá contar con los servicios básicos necesarios para su funcionamiento como son luz, agua, cobertura de telefonía e internet así como también los demás que se necesiten para el funcionamiento del negocio.
- **Cercanía con los clientes:** Como se mencionó, la empresa debe estar en un lugar próximo al mercado al que se dirige el negocio, por lo que se debe fijar el mejor lugar posible del sector.
- **Topografía y suelos:** El sector designado para establecer la empresa debe ser la adecuada para que un negocio de esta clase teniendo los permisos correspondientes.

Tabla 22 Método de Ponderación de la Localización

Factores de localización	Ponderación	Ubicación (Puntaje)			Ubicación (Puntaje ponderado)		
		Alborada 10ma Etapa MZ 35 V14	Alborada 3ra Etapa V3 MZ 5	Alborada 5Etapa MZ 11 V 4	Alborada 10ma Etapa MZ 35 V14	Alborada 3ra Etapa V3 MZ 5	Alborada 5Etapa MZ 11 V 4
Servicios básicos	0.30	8	9	8	2.4	2.7	2.25
Accesibilidad	0.15	7	9	9	1.05	1.35	1.35
Infraestructura	0.20	10	10	10	2	2	2
Cercanía con los Cliente	0.20	7	8	7	1.4	1.6	1.8
Topografía y suelos	0.15	8	8	7	1.2	1.2	0.7
TOTAL	1.00				8.05	8.85	8.70

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Una vez realizado la ponderación en base los aspectos fijados, se obtuvo que la mejor ubicación para la empresa sería en la Alborada Tercera etapa Mz 5 V3.



Figura 20 Localización de la empresa
Elaborado por: Moreno, C. (2021)

4.3.2. Funciones del soporte

Infraestructura de la empresa

La empresa contará con una infraestructura de 150.12 m², que estará dividida en primer lugar en áreas administrativas donde estarán ubicadas las oficinas del gerente general, siguiendo con el contador, coordinador y secretaria se contará con tres espacios de capacitación, incluyendo una sala de espera para los nuevos clientes.

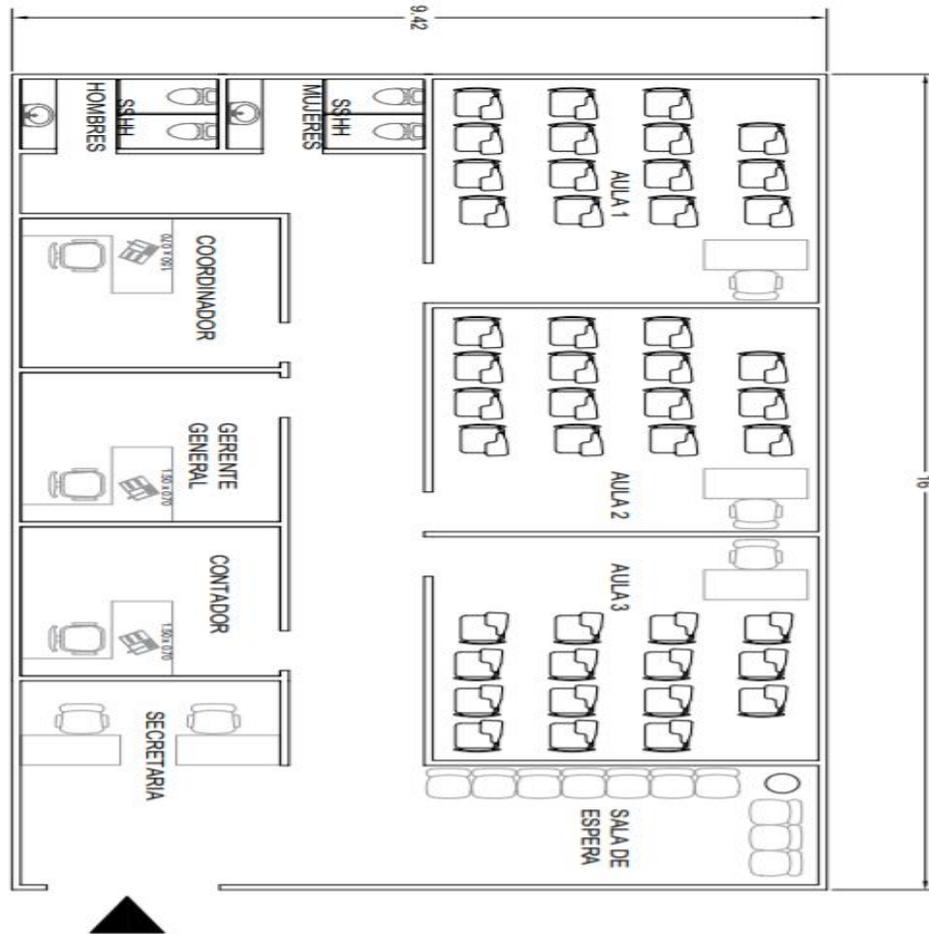


Figura 21 Infraestructura

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Administración de los recursos humanos

Realizar el debido reclutamiento del personal para la activación de la empresa de capacitación: sabiendo que el empleado del área administrativa debe tener conocimientos en actualizaciones de los movimientos empresariales tener un nivel de capacitación alto para poder delegar funciones dentro de la empresa.

Logística interna

Preparación del contenido de capacitaciones y verificar los cronogramas de tareas diarias, de acuerdo a la empresa el empleado o colaborador debe estar capacitado para organizar las fechas acordes a los tiempos y temas que se van a exponer con eficiencia la cual nos diferencia como empresa.

Logística externa

Elaborar normas de procedimientos que se deben cumplir todos los que forman parte de la empresa de capacitación de igual manera los clientes deberán optar por cumplir estas normas de asistencia.

- Materias a impartir
- Objetivo de las materias
- Compromiso
- Composición: Teórica y practica
- Tiempo de cada capacitación
- Componentes útiles (cuadernillo impreso, proyectores)
- Contrato de servicios básicos

4.4. Estudio de Mercado

4.4.1. Análisis foda

El análisis FODA su significado en inglés es (SWOT, Strengths, Weaknesses, Opportunities and threats) se lo relaciona como un método que estudia el mercado y lo constituye de características que detallan internamente lo que poseen como es la fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (Humphrey, 1970)

Tabla 23 Matriz FODA

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Internos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal Eficiente ✓ Infraestructura adecuada ✓ Equipos y materiales tecnológicos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carencia de experiencia en el mercado de servicio ✓ Poco reconocimiento de la marca ✓ Falta de interés de la sociedad
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo constante ✓ Los usuarios constantes ✓ Alcanzar nuevas oportunidades en mercados 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La competencia en el mercado ✓ Variación de normativas y estatutos

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 24 Estrategias de la matriz FODA

Fortalezas – F	Estrategias – FO	Estrategias- FA
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal eficiente ✓ Infraestructura adecuada 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Preparar con capacitaciones a los trabajadores de manera persistente ✓ Realizar constantes mantenimientos de las áreas para atraer más clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Designar un valor genuino a nuestro servicio ✓ Utilizar los costos semejantes al mercado competitivo

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Equipos y materiales tecnológicos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Adecuarse a los cambios de los avances tecnológicos existentes ✓ Disponer de nuevas agencias para tener un alcance deseado a nuevas oportunidades de clientes o mercados 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Adecuarse a las nuevas normativas cumpliéndolas a cabalidad ✓ Cambios que perfeccionen el área de creatividad del servicio de capacitación
<p style="text-align: center;">Debilidades – D</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Carencia de experiencia en el mercado de servicio ✓ Poco reconocimiento de la marca ✓ Falta de interés de la sociedad 	<p style="text-align: center;">Estrategias – DO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Entrelazar tácticas que tengan beneficios comunes con empresas a sus alrededores ✓ Diseñar indicadores que ayude a resaltar el emprendimiento ✓ Realizar marcas innovadoras para los nuevos mercados 	<p style="text-align: center;">Estrategia – DA</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer una evaluación de procedimientos y estrategias que ayuden a la innovación de las capacitaciones de la empresa ✓ Formular diferentes proposiciones que tengan en cuenta el valor constituido y el cumplir las normativas debidas.

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

4.4.2. Análisis de PORTER

Se definió mediante los cinco aspectos de Porter, las diferentes características que se debe tomar en cuenta al momento de poner en marcha el plan de negocios.

1. Poder de negociación con los proveedores. (Medio – Alto)

La posibilidad de realizar negociaciones con los diferentes proveedores de los insumos, materiales y equipos que vaya a necesitar la empresa se considera de un nivel medio – alto; esto debido a que, al ser un sector con mayor afluencia de negocios y comercio, es fácil la accesibilidad al mismo como también el de encontrar proveedores que brinden un precio que se ajuste al presupuesto de la empresa y los métodos de pagos.

2. Poder de negociación con los compradores o clientes. (Medio – Alto)

Como se ha mencionado anteriormente, en el sector de la Alborada, es uno de los sectores en donde se ubica una gran cantidad de empresas MiPymes; por lo que mediante esto hay una cantidad de clientes potenciales, empresarios; que se puede abarcar para poder atraerlos a la empresa mediante el asesoramiento de los servicios que se brindara dando un precio asequible, dándole así una percepción de necesidad al empresario con respecto a adquirir los conocimientos que pueda implementar para ayudar a sus negocios.

3. Ingreso de nuevos competidores. (Alto)

En este aspecto se considera un nivel alto con respecto a los nuevos competidores, ya que pueden surgir nuevas empresas de este tipo conformados por profesionales experimentados del tema que puedan brindar el mismo contenido del servicio a los empresarios, incluso con precios más bajos a los establecidos en el mercado con la finalidad de hacerse un espacio en el mismo.

4. Ingreso de productos sustitutos. (Alto)

Como se mencionó, el ingreso de competidores como de productos sustitutos relacionados al servicio de capacitación en gestión administrativa, se considera de nivel alto, ya que pueden surgir nuevas empresas que brinden esta información con temas relacionados como también lo pueden realizar ciertas personas con conocimiento del tema sin la necesidad de establecer una empresa para brindar este servicio.

5. Rivalidad entre competidores. (Bajo)

Se considera de un nivel bajo debido a que, en este sector de la Alborada, mediante la investigación del sector realizada, no se encuentra una empresa dedicada a este tipo de servicio, por lo que al momento de establecerse la empresa no contaría con una competencia definida.

4.4.3. Estimación de la demanda

El mercado meta al que está alineado la empresa es asociar a las personas naturales que tienen el deseo o percepción de ser emprendedores y conocer el mundo de los negocios de esta manera surge inquietud y aspiración en búsqueda de capacitaciones, que instruyan al tomar una decisión y a su vez adentrarse al mundo empresarial, de igual manera la empresa tiene a clientes potenciales de empresas que requieran que sus empleados dispongan de capacitaciones constantemente de los cuales deben ser temas semejantes al negocio, con el fin de aumentar el buen desarrollo dentro de las instituciones o negocios al aportar intelecto en cada área empresarial.

Como se mencionó anteriormente, en el sector de la Alborada se encuentran 270 empresas constituidas, en donde el 82% son MiPymes según información de la superintendencia de compañías. En base a esto, se tiene como resultado que 221 empresas son consideradas MiPymes. Para establecer la demanda en los servicios que se ofrecerán, se tomara como referencia los resultados obtenidos en las encuestas en la pregunta número 9 sobre los conocimientos que quisiera desarrollar el encuestado que le ayude a la mejora de su negocio; esto sobre la cantidad de MiPymes en la Alborada en donde los porcentajes arrojados de la encuesta se tomara como participación de mercado con respecto a cada tipo de servicio que la empresa brindara como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 25 Demanda Estimada

Capacitaciones a Ofrecer	Porcentaje	Demanda
Asesoría legal y tributaria	13%	29
Elaboración de planes de negocio	9%	20
Áreas administrativas y contables	20%	44
Planes y contactos para buscar financiamientos	10%	22
Obtención de permisos	7%	15
Estrategias de Ventas	8%	18
Servicio al cliente	8%	18
Dinero Electrónico	10%	22
Marketing digital	15%	33

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

En base a lo establecido, se realizarán las diferentes proyecciones ya que se considerarán estos valores como demanda mensual con respecto al servicio de asesoramiento que ofrecerá la empresa.

4.4.4. Marketing Mix

El esquema del marketing mix que la empresa está conformada de acuerdo al estudio de mercado que se realizó tomando en cuenta los varios aspectos relevantes considerados para el alcance al éxito.

Producto

El producto que se ofrecerá con el presente plan de negocios consiste en un servicio de asesoría en gestión administrativa para las empresas MiPymes; conforme a las peticiones y necesidades del cliente y sobre los resultados en cuestión del servicio que se está ofreciendo serán: Contabilidad básica, Ventas, Marketing, Manejo de redes sociales, Finanzas, tributación de esta manera ayudaremos a cubrir las necesidades de cada cliente. En donde se constituirá como planes de asesoría en tres sesiones en los días que el solicitante requiera, según el tema que desee el cliente a tener mayor conocimiento, esto con la finalidad de dar un seguimiento al negocio del empresario y pueda aplicar los conocimientos y habilidades que adquiera mediante la asesoría brindada. A continuación, se presentará el listado de servicios que se ofrecerá al empresario.

Asesoría legal y tributaria

- Control de la parte sistemática Financiera – Contable de la empresa.
- Capacitación sobre impuestos en el proceso de Compras, Ventas, Inventario, Cobros, Pagos, Cartera, etc.
- Ingreso de Estados Financieros y tributarios de manera Online
- Asesoría Contable, Financiera, tributaria.
- Declaraciones: Formularios 103,104,101 y ATS
- Elaboración y análisis de los estados contables mensuales y anuales.
- Presentación de Estados financieros a la Superintendencia de Compañías

Elaboración de planes de negocio

- Establecimiento de la idea para el negocio
- Estudio del entorno
- Presupuesto y proyección de costos y gastos
- Presupuesto y proyección de ingresos por ventas
- Estrategias a aplicar de acuerdo al giro de negocio
- Tipos de Financiamiento.
- Permisos y legislaciones acorde al giro de negocio.
- Estudio del producto o servicio a ofertar.

Áreas administrativas y contables

- Optimización de Recursos.
- Identificar las oportunidades en el entorno para mejorar la empresa.
- Evaluar los métodos de operaciones.
- Identificar puntos débiles del negocio.
- Elaboración y análisis de los flujos financieros del negocio.
- Control de documentos financieros y facturación.
- Registro de contabilidad diaria del negocio.

Planes y contactos para buscar financiamientos

- Identificación del presupuesto para financiar las operaciones del negocio.
- Tramites y establecimientos de financiación.
- Tipos de préstamos.
- Métodos para lograr un financiamiento.
- Administración de los recursos financieros.
- Tipos de pagos del financiamiento.

Obtención de permisos de funcionamiento

- Permisos municipales.
- Tasas de Habilitación.
- Permisos del cuerpo de bomberos.
- Permisos de usos de suelos.
- Buenas prácticas de manufactura.
- Notificaciones Sanitarias.
- Costos y tramites a realizar.
- Tiempos de obtención de permisos.

Estrategias de Ventas

- Estrategias según el giro de negocio.
- Exposición del producto o servicio.
- Identificación del publico meta.
- Capacitación a la fuerza de ventas.
- Motivación en la fuerza de ventas.
- Medios de contacto al cliente.
- Seguimiento Post-Venta.

Servicio al cliente

- Métodos de trato al cliente.
- Atención Personalizada.
- Tipos de clientes.
- Encuestas de satisfacción.
- Conocimiento de Perspectiva del cliente.
- Manejo de clientes complicados.

Dinero Electrónico

- Funcionamiento de dinero electrónico.
- Activaciones de cuentas.
- Cargo de dinero electrónico.
- Giros y Transferencias.
- Métodos de cobro y pagos.
- Certificados de Cuentas.
- Prevención para el robo de dinero electrónico.

Marketing digital

- Manejo de redes sociales
- Tipo de publicidad digital
- Costos y elaboración de la publicidad digital
- Costos de implementación y acercamiento al público.
- Talento humano necesario.
- Fuentes para el marketing digital.

Precio

El Coste es un elemento principal al realizar una compra por parte de clientes es dependiente de diferentes variables que se toman en cuenta al establecer un precio tales como : Periodo de tiempo, bienestar y comodidad de las instalaciones, impartir información de acuerdo a las necesidades, conforme al análisis que dieron el resultado del precio o valor que tienen la posibilidad de cancelar es de \$50 a \$100 por una hora de capacitación en un ambiente cómodo y espacioso fue de un 65% de aprobación conservando el margen de utilidad que están acorde a las normas del negocio y precios que tiene aceptación en el mercado de consumidores.

Plaza

Conociendo que el sector de la Alborada de Guayaquil es un lugar comercial observando los negocios que existen a sus alrededores son productivos y tienen una alta demanda económica y

sostenible, por esta razón decidimos plantear y establecer el local allí para impartir, capacitaciones y asesorías a los microempresarios que existen en el sector, ya que es reconocida por su ubicación accesible y comunidad comercial.

Promoción

Estrategias de comunicación

Para atraer a clientes en volumen de esta manera debemos estar a la altura de las competencias por esta razón tenemos la iniciativa de activar una plataforma o sitio web donde se publicaran los cursos que tendremos mensualmente, y las promociones y descuentos que se presenten en el momento de esta forma nos daremos a conocer en el mercado con el propósito de situar a la empresa adentrarse a los pensamientos de los consumidores potenciales y esto implicara el incremento de ventas en el mercado.

Por otra parte, también se realizará publicidad mediante las redes sociales Instagram, Facebook y Twitter las cuales tienen una gran afluencia de personas en donde se pretende a llegar más público y negocios ya sea del sector de la Alborada o incluso de otros sectores que se interesen en adquirir el servicio.

Tabla 26 Gastos de Pagina Web

PAGINA WEB		
DESCRIPCION		GASTO ANUAL
Web master (diseñador de página)	\$	110,00
Hosting	\$	55,00
Dominio	\$	89,00
Mantenimiento de página mensual	\$	300,00
TOTAL	\$	554,00

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 27 Gastos de publicidad

PUBLICIDAD FAN PAGE			
DETALLE	GASTO DIARIO	GASTO MENSUAL	PUBLICICO OBJETIVO
Facebook e Instagram	\$5,34	\$160,20	55988 PERSONAS
Twitter	\$2,24	\$67,20	14141 personas
TOTAL		\$227,40	

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Los coordinadores estarán encargados de brindar información al cliente mediante trípticos o flyers publicitarios en donde contenga toda la información sobre el listado de servicios y precios que ofrece la empresa

Tabla 28 Gastos de Publicidad Imprenta

PUBLICIDAD IMPRENTA				
DESCRIPCION	UNIDADES	GASTO POR	GASTO TOTAL	
	MENSUALES	UNIDAD	MENSUAL	
Flyers publicitarios	1000	\$ 0,12	\$120,00	
Trípticos	3753	\$ 0,13	\$487,89	
Tarjetas de presentación	200	\$ 0,15	\$30,00	

Elaborado por: Moreno, C. (2021)



Figura 22 Modelo de tríptico
Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Estrategias de Fidelización

La prioridad para tener un buen servicio al cliente es: dar un comunicado vía correo electrónico sobre información de los cursos detallados a cada uno de los clientes, realizar encuestas para conocer sus necesidades de esta labor se encargará la asistente de gerencia quien tendrá un listado de cartera de clientes para brindar más información con respecto a los servicios ofrecidos.

Se brindará al cliente un porcentaje de descuento del 10% si se mantiene después de la primera sesión de asesoría que contrata con la finalidad de hacer que el empresario vuelva a solicitar nuestros servicios para fortalecer varios puntos de su negocio.

4.5. Estudio Económico Financiero

Con el análisis del plan financiero se realizará un proceso contable financiero, económica de las observaciones que se obtuvieron anteriormente, que proporcionaran la comprobación de los resultados de la empresa, las inversiones proyectadas, y sobre todo la estructura financiera de sí misma. En la cual se va a establecer la suma de los recursos financieros indispensables, identificar el valor de operación, ingresos e indicadores que aportaran una ayuda en base a la estimación financiera para implementar la creación de la empresa de capacitación a las MiPymes en el sector Alborada.

4.5.1. Salarios y beneficios sociales

El establecimiento de los salarios y beneficios sociales se basarán de acuerdo a lo mencionado anteriormente en la estructura de la organización. Por otra parte, el incremento porcentual para estimar la proyección de los mismos será de 1.5% anual, esto corresponde a un porcentaje medio de incremento en el salario básico de los últimos cinco años.

Tabla 29 Proyección de Salarios

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	\$ 10.200,00	\$ 10.353,00	\$ 10.508,30	\$ 10.665,92	\$ 10.825,91
Asistente de gerencia	\$ 7.200,00	\$ 7.308,00	\$ 7.417,62	\$ 7.528,88	\$ 7.641,82
Contador	\$ 8.400,00	\$ 8.526,00	\$ 8.653,89	\$ 8.783,70	\$ 8.915,45
Coordinador	\$ 8.400,00	\$ 8.526,00	\$ 8.653,89	\$ 8.783,70	\$ 8.915,45
Capacitador 1	\$ 7.200,00	\$ 7.308,00	\$ 7.417,62	\$ 7.528,88	\$ 7.641,82
Capacitador 2	\$ 7.200,00	\$ 7.308,00	\$ 7.417,62	\$ 7.528,88	\$ 7.641,82
Capacitador 3	\$ 7.200,00	\$ 7.308,00	\$ 7.417,62	\$ 7.528,88	\$ 7.641,82
Total	\$ 55.800,00	\$ 56.637,00	\$ 57.486,56	\$ 58.348,85	\$ 59.224,09

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 30 Beneficios sociales proyectados

OCUPACION	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE IESS	FONDO DE RESERVA	VACACIONES
Asistente de gerencia	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 802,80	\$ 599,76	\$ 300,00
Contador	\$ 700,00	\$ 400,00	\$ 936,60	\$ 699,72	\$ 350,00
Coordinador	\$ 700,00	\$ 400,00	\$ 936,60	\$ 699,72	\$ 350,00
Capacitador 1	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 802,80	\$ 599,76	\$ 300,00
Capacitador 2	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 802,80	\$ 599,76	\$ 300,00
Capacitador 3	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 802,80	\$ 599,76	\$ 300,00
TOTAL	\$ 3.800,00	\$ 2.400,00	\$ 5.084,40	\$ 3.798,48	\$ 1.900,00

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 31 Beneficios sociales anuales

BENEFICIOS SOCIALES	
Año 1	\$ 16.982,88
Año 2	\$ 17.237,62
Año 3	\$ 17.496,19
Año 4	\$ 17.758,63
Año 5	\$ 18.025,01

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Se realizó el cálculo de los beneficios sociales para el personal de la empresa así mismo tomando en cuenta el porcentaje de incremento establecido para los salarios como se muestra en la tabla 30 y tabla 31

4.5.2. Inversión

En este cálculo presupuestal se definirá los bienes que necesitan ser obtenidos para el uso de la empresa como: Muebles de oficina, equipo de oficina, equipos de computación, que son indispensables para el manejo y desarrollo de estados financieros para la implantación de la empresa de capacitación para las MiPymes en el sector Alborada.

Tabla 32 Suministros de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCION	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Resmas de papel a4	10	\$ 2,55	\$ 25,50
Grapadoras	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Perforadoras	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Tinta de impresora	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Folders	20	\$ 1,00	\$ 20,00
Paquete de plumas	2	\$ 2,25	\$ 4,50
Cuadernos universitarios	6	\$ 1,60	\$ 9,60
Posticks	5	\$ 1,25	\$ 6,25
TOTAL			\$ 104,85

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 33 Equipos de computación

Equipos de computación				
Detalle	Cantidad	Precio unitario \$	Precio total	
Computador de escritorio	15	\$	425,00	\$6.375,00
Laptop	1	\$	589,00	\$589,00
Impresora multifunción	1	\$	310,00	\$310,00
Total, de equipos de computación				\$ 7.274,00

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 34 Equipos de Oficina

Equipos de oficina				
Proyectores	5	\$	339,00	\$ 1.695,00
Pantalla de proyección	5	\$	80,00	\$ 400,00
Juegos de parlantes multimedia	4	\$	140,00	\$ 560,00
Teléfono / oficina	2	\$	20,00	\$ 40,00
Central telefónica	1	\$	370,00	\$ 370,00
Total, de equipos de oficina				\$ 3.065,00

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 35 Muebles de oficina

Muebles de oficina				
Escritorio de gerencia con silla	1	\$	224,00	\$ 224,00
Silla p / visitas	4	\$	16,00	\$ 64,00
Escritorio p/oficina con silla	2	\$	147,00	\$ 294,00
Silla de espera p/visitas 3 asientos	1	\$	60,00	\$ 60,00
Archivadores	2	\$	125,00	\$ 250,00
Pizarras acrílicas 160x120	4	\$	80,00	\$ 320,00
Pupitres Personales	45	\$	22,99	\$ 1.034,55
Muebles/computador x3 asientos	5	\$	32,99	\$ 164,95
Escritorio sencillo p/ aulas	3	\$	20,00	\$ 60,00
Total, de muebles de oficina				\$ 2.471,50

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 36 Instalaciones

Instalaciones		
Local Comercial	\$	600,00
Deposito	\$	600,00
Agua	\$	30,00
Luz	\$	300,00
Telefonía	\$	15,00
Internet	\$	35,00
Total, de instalaciones	\$	1.580,00

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 37 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo		
Mano de Obra	\$	4.650,00
Gastos de servicios básicos	\$	380,00
Alquiler	\$	600,00
Total, capital de trabajo	\$	10.060,00

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 38 Gastos de constitución

Destalle / gastos de constitución	Valor	Valor Total
Constitución de la empresa		\$ 193,10
Servicios de Notaria	\$ 123,90	
Registro Mercantil	\$ 24,20	
Nombramiento para representante legal	\$ 20,00	
Escritura de los socios	\$ 25,00	
Permisos Municipales		\$ 135,00
Patente Municipal	\$ 15,00	
Permiso de medio Ambiente	\$ 10,00	
Contrato de arrendamiento notariado	\$ 50,00	
Tasa de habilitación	\$ 60,00	
Copias, Impresiones, Cyber		\$ 23,00
Transporte		\$ 39,00
Honorarios		\$ 70,00
Tasa contra incendios		\$ 45,00
Publicidad primordial (hojas volantes, afiches, etc.)		\$ 520,00
Total, de Activos diferidos		\$ 1.025,10

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 39 Inversión total

INVERSION TOTAL		
Equipos de computación	\$	7.274,00
Suministros de oficina	\$	1.258,20
Equipos de oficina	\$	3.065,00
Muebles de oficina	\$	2.471,50
Instalaciones	\$	1.580,00
Capital de Trabajo	\$	10.060,00
Gastos de constitución	\$	1.025,10
TOTAL	\$	26.733,80

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

La inversión general que se tomara es de \$26.733,80 los que serán destinados para la compra de activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

4.5.3. Gastos Operativos

Con respecto a los gastos operativos, se tomará en cuenta los gastos administrativos como sueldos, beneficios sociales y suministro, como también los de ventas que son principalmente los que se usan para la publicidad del negocio. Para la proyección anuales de estos gastos, se utilizará el crecimiento del producto interno bruto en el Ecuador. Mediante el estudio realizado por (ASOBANCA, 2021) menciona en su boletín macroeconómico del presente año al mes de octubre que la tasa de crecimiento anual es de 2.4% para este año, por lo que se tomara en cuenta esta variable para la proyección tanto en los gastos como de los ingresos por ventas.

Tabla 40 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Salarios	\$ 55.800,00	\$ 56.637,00	\$ 57.486,56	\$ 58.348,85	\$ 59.224,09
Beneficios sociales	\$ 16.982,88	\$ 17.237,62	\$ 17.496,19	\$ 17.758,63	\$ 18.025,01
Suministros	\$ 1.258,20	\$ 1.288,40	\$ 1.319,32	\$ 1.350,98	\$ 1.383,41
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 74.041,08	\$ 75.163,02	\$ 76.302,06	\$ 77.458,47	\$ 78.632,50

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 41 Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS					
GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad redes sociales	\$ 1.922,40	\$ 1.968,54	\$ 2.015,78	\$ 2.064,16	\$ 2.113,70
Publicidad imprenta	\$ 7.654,68	\$ 7.838,39	\$ 8.026,51	\$ 8.219,15	\$ 8.416,41
Página web	\$ 725,00	\$ 742,40	\$ 760,22	\$ 778,46	\$ 797,15
TOTAL, GASTOS DE VENTAS	\$ 10.302,08	\$ 10.549,33	\$ 10.802,51	\$ 11.061,77	\$ 11.327,26

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

4.5.4. Proyección de Ingresos y Gastos

Para la proyección de los ingresos se tomo en cuenta el porcentaje de incremento del crecimiento del producto interno bruto mencionado anteriormente de 2.4% para estimar la demanda e ingresos de cada año. Los precios de cada paquete de asesoría se establecieron de acuerdo al criterio del inversionista tomando en cuenta la información obtenida por las encuestas para ofrecer un precio asequible a los empresarios, como también el contenido que se brindara en cada tema de asesoría como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 42 Proyección de Ingresos y Gastos

PROYECCION DE INGRESOS Y GASTOS			
Detalle	CANT	Costo c/Capacitación	Valor mensual
Asesoría legal y tributaria	29	\$55,00	\$ 1.595,00
Elaboración de planes de negocio	20	\$55,00	\$ 1.100,00
Áreas administrativas y contables	44	\$55,00	\$ 2.420,00
Planes y contactos para buscar financiamientos	22	\$55,00	\$ 1.210,00
Obtención de permisos	15	\$25,00	\$ 375,00
Estrategias de Ventas	18	\$45,00	\$ 810,00
Servicio al cliente	18	\$45,00	\$ 810,00
Dinero Electrónico	22	\$25,00	\$ 550,00
Marketing digital	33	\$25,00	\$ 825,00
TOTAL, DE INGRESOS			\$ 9.695,00

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 43 Proyección de Ingresos

PROYECCION DE INGRESOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Asesoría legal y tributaria	\$ 19.140,00	\$ 19.599,36	\$ 20.069,74	\$ 20.551,42	\$ 21.044,65
Elaboración de planes de negocio	\$ 13.200,00	\$ 13.516,80	\$ 13.841,20	\$ 14.173,39	\$ 14.513,55
Áreas administrativas y contables	\$ 29.040,00	\$ 29.736,96	\$ 30.450,65	\$ 31.181,46	\$ 31.929,82
Planes y contactos para buscar financiamientos	\$ 14.520,00	\$ 14.868,48	\$ 15.225,32	\$ 15.590,73	\$ 15.964,91
Obtención de permisos	\$ 4.500,00	\$ 4.608,00	\$ 4.718,59	\$ 4.831,84	\$ 4.947,80
Estrategias de Ventas	\$ 9.720,00	\$ 9.953,28	\$ 10.192,16	\$ 10.436,77	\$ 10.687,25
Servicio al cliente	\$ 9.720,00	\$ 9.953,28	\$ 10.192,16	\$ 10.436,77	\$ 10.687,25
Dinero Electrónico	\$ 6.600,00	\$ 6.758,40	\$ 6.920,60	\$ 7.086,70	\$ 7.256,78
Marketing digital	\$ 9.900,00	\$ 10.137,60	\$ 10.380,90	\$ 10.630,04	\$ 10.885,17
TOTAL	\$ 116.340,00	\$ 119.132,16	\$ 121.991,33	\$ 124.919,12	\$ 127.917,18

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 44 Proyección de Gastos

PROYECCION DE GASTOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	\$ 74.041,08	\$ 75.818,07	\$ 77.637,70	\$ 79.501,00	\$ 81.409,03
Gastos de Ventas	\$ 10.302,08	\$ 10.549,33	\$ 10.802,51	\$ 11.061,77	\$ 11.327,26
Descuentos	\$ 11.634,00	\$ 11.913,22	\$ 12.199,13	\$ 12.491,91	\$ 12.791,72
TOTAL	\$ 95.977,16	\$ 98.280,61	\$ 100.639,35	\$ 103.054,69	\$ 105.528,00

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

En la proyección de los gastos, se añade adicional a los gastos de administración y de ventas, los descuentos que se realizarán por fidelización de los clientes, esto se realiza con una proyección del 10% sobre los ingresos por ventas para poder representar este rubro dentro de los gastos de la empresa.

4.5.5. Financiamiento

El financiamiento del negocio se realizará en \$20.000 mediante un préstamo bancario al banco BanEcuador con una tasa de interés del 10.21%, el cual será cancelado en un plazo de 5 años y los pagos se los realizarán cada trimestre, teniendo así 20 periodos de pago de la cuota del préstamo. La aportación por parte de los accionistas será de \$6.733,80, lo cual con esto se estaría cubriendo la inversión total necesaria para que la empresa pueda comenzar con sus operaciones comerciales en el sector de la Alborada. La tabla de amortización del préstamo se muestra como sigue.

Tabla 45 Tabla de Amortización

N.º	FECHA DE	PRESTAMO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
PERIODO	VENCIMIENTO					FINAL
1	1/3/2022	\$ 20,000.00	\$ 2,382.95	\$ 2,042.00	\$340.95	\$ 19,659.05
2	1/6/2022	\$ 19,659.05	\$ 2,382.95	\$ 2,007.19	\$ 375.76	\$ 19,283.29
3	1/9/2022	\$ 19,283.29	\$ 2,382.95	\$ 1,968.82	\$ 414.13	\$ 18,869.16
4	1/12/2022	\$ 18,869.16	\$ 2,382.95	\$ 1,926.54	\$ 456.41	\$ 18,412.75
5	1/3/2023	\$ 18,412.75	\$ 2,382.95	\$ 1,879.94	\$ 503.01	\$ 17,910
6	1/6/2023	\$ 17,909.75	\$ 2,382.95	\$ 1,828.59	\$ 554.36	\$ 17,355
7	1/9/2023	\$ 17,355.38	\$ 2,382.95	\$ 1,771.98	\$ 610.97	\$ 16,744
8	1/12/2023	\$ 16,744.42	\$ 2,382.95	\$ 1,709.60	\$ 673.35	\$ 16,071
9	1/3/2024	\$ 16,071.07	\$ 2,382.95	\$ 1,640.86	\$ 742.09	\$ 15,329
10	1/6/2024	\$ 15,328.98	\$ 2,382.95	\$ 1,565.09	\$ 817.86	\$ 14,511
11	1/9/2024	\$ 14,511.12	\$ 2,382.95	\$ 1,481.58	\$ 901.37	\$ 13,610
12	1/12/2024	\$ 13,609.75	\$ 2,382.95	\$ 1,389.56	\$ 993.39	\$ 12,616
13	1/3/2025	\$ 12,616.36	\$ 2,382.95	\$ 1,288.13	\$ 1,094.82	\$ 11,522
14	1/6/2025	\$ 11,521.54	\$ 2,382.95	\$ 1,176.35	\$ 1,206.60	\$ 10,315
15	1/9/2025	\$ 10,314.94	\$ 2,382.95	\$ 1,053.15	\$ 1,329.80	\$ 8,985
16	1/12/2025	\$ 8,985.14	\$ 2,382.95	\$ 917.38	\$ 1,465.57	\$ 7,520
17	1/3/2026	\$ 7,519.57	\$ 2,382.95	\$ 767.75	\$ 1,615.20	\$ 5,904
18	1/6/2026	\$ 5,904.37	\$ 2,382.95	\$ 602.84	\$ 1,780.11	\$ 4,124
19	1/9/2026	\$ 4,124.26	\$ 2,382.95	\$ 421.09	\$ 1,961.86	\$ 2,162
20	1/12/2026	\$ 2,162	\$ 2,382.95	\$ 220.78	\$ 2,162.17	\$ 0

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 46 Total de Interés y préstamo anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total, de interés anual	\$7,944.55	\$7,190.12	\$6,077.09	\$4,435.02	\$2,012.45
Total, pago de préstamo	\$1,587.25	\$2,341.68	\$3,454.71	\$5,096.78	\$7,519.35

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Se estableció el total que se realizara en el pago del interés del préstamo por año, así como también en el pago de las cuotas que se realizaran cada trimestre.

4.5.6. Estados de Resultados Integral Proyectado

Tabla 47 Estados de Resultados Integral Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	\$ 116.340,00	\$ 119.132,16	\$ 121.991,33	\$ 124.919,12	\$ 127.917,18
Costos de ventas	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad bruta en venta	\$ 116.340,00	\$ 119.132,16	\$ 121.991,33	\$ 124.919,12	\$ 127.917,18
Gastos operacionales	\$ 84.343,16	\$ 85.712,35	\$ 87.104,57	\$ 88.520,24	\$ 89.959,76
Gastos administrativos	\$ 74.041,08	\$ 75.163,02	\$ 76.302,06	\$ 77.458,47	\$ 78.632,50
Gastos de ventas	\$ 10.302,08	\$ 10.549,33	\$ 10.802,51	\$ 11.061,77	\$ 11.327,26
Utilidad operativa	\$ 31.996,84	\$ 33.419,81	\$ 34.886,76	\$ 36.398,88	\$ 37.957,42
Gastos financieros	\$ 7,944.55	\$ 7,190.12	\$ 6,077.09	\$ 4,435.02	\$ 2,012.45
Interés préstamo bancario	\$ 7,944.55	\$ 7,190.12	\$ 6,077.09	\$ 4,435.02	\$ 2,012.45
Utilidad del ejercicio	\$ 24,052.29	\$ 26,229.69	\$ 28,809.67	\$ 31,963.87	\$ 35,944.97
Participación 15%	\$ 3,607.84	\$ 3,934.45	\$ 4,321.45	\$ 4,794.58	\$ 5,391.75
Utilidad antes de impuesto	\$ 20,444.44	\$ 22,295.24	\$ 24,488.22	\$ 27,169.29	\$ 30,553.23
Impuesto a la renta 22%	\$ 4,497.78	\$ 4,904.95	\$ 5,387.41	\$ 5,977.24	\$ 6,721.71
Utilidad antes de reserva	\$ 15,946.67	\$ 17,390.29	\$ 19,100.81	\$ 21,192.04	\$ 23,831.52
Reserva legal 10%	\$ 1,594.67	\$ 1,739.03	\$ 1,910.08	\$ 2,119.20	\$ 2,383.15
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 14,352.00	\$ 15,651.26	\$ 17,190.73	\$ 19,072.84	\$ 21,448.37

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

4.5.7. Flujo de Efectivo Proyectado

Tabla 48 Flujo de Efectivo Proyectado

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingreso por Ventas		\$ 116.340,00	\$ 119.132,16	\$ 121.991,33	\$ 124.919,12	\$ 127.917,18
TOTAL, INGRESOS		\$ 116.340,00	\$ 119.132,16	\$ 121.991,33	\$ 124.919,12	\$ 127.917,18
EGRESOS						
OPERATIVOS						
Costos de producción		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Administrativos		\$ 74.041,08	\$ 75.163,02	\$ 76.302,06	\$ 77.458,47	\$ 78.632,50
Gastos de Ventas		\$ 10.302,08	\$ 10.549,33	\$ 10.802,51	\$ 11.061,77	\$ 11.327,26
15 % REPARTO		\$ 3.661,95	\$ 3.987,74	\$ 4.370,85	\$ 4.834,34	\$ 5.411,61
UTILIDADES						
22% I. RENTA		\$ 4.565,23	\$ 4.971,39	\$ 5.449,00	\$ 6.026,81	\$ 6.746,47
TOTAL, EGRESOS		\$ 92.570,33	\$ 94.671,48	\$ 96.924,42	\$ 99.381,39	\$ 102.117,84
OPERATIVOS						
FLUJO NETO		\$ 23.769,67	\$ 24.460,68	\$ 25.066,91	\$ 25.537,74	\$ 25.799,34
OPERATIVO						
INVERSIONES						
INVERSION	\$ 6.733,80					
INVERSION TOTAL	\$-20.000,00					
EGRESOS						
FINANCIEROS						
Pago de préstamo Banco		\$1,587.25	\$2,341.68	\$3,454.71	\$5,096.78	\$7,519.35
Pago de interés préstamo		\$7,944.55	\$7,190.12	\$6,077.09	\$4,435.02	\$2,012.45
FLUJO NETO	\$-20.000,00	\$9,531.80	\$9,531.80	\$9,531.80	\$9,531.80	\$9,531.80
FINANCIERO						
FLUJO NETO TOTAL	\$ -20.000,00	\$14,359.42	\$15,048.60	\$15,646.10	\$16,095.26	\$16,312.17

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

4.5.8. Análisis de rentabilidad

Punto de Equilibrio

Tabla 49 Punto de Equilibrio

VARIABLES	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	\$116.340,00	\$119.132,16	\$121.991,33	\$124.919,12	\$127.917,18
Costos Variables	\$21.936,08	\$22.462,55	\$23.001,65	\$23.553,69	\$24.118,98
Costos Fijos	\$74.041,08	\$75.818,07	\$77.637,70	\$79.501,00	\$81.409,03
P.E. %	78%	78%	78%	78%	78%
P.E. Clientes	253	260	266	272	279
P.E. \$	\$91.245,57	\$93.435,46	\$95.677,91	\$97.974,18	\$100.325,56

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

El cálculo del punto de equilibrio se lo realiza con la finalidad de conocer cuál es el nivel de ganancias, clientes y rentabilidad que debe alcanzar la empresa para poder generar utilidad y mantenerse en el mercado.

CAPM, WACC

El cálculo del CAPM se realiza para poder obtener la tasa de descuento de la inversión, para esto se toma varios indicadores como es la tasa libre de riesgo del 8,24% que se puede obtener mediante la página del banco central del Ecuador, el riesgo de mercado acorde al giro de negocios de la empresa de servicios sería de 9,33% la cual se toma como referente de la bolsa de valores de guayaquil, el puntaje de riesgo país actual de 8.73 y un coeficiente beta de 0.88 de acuerdo al mercado de servicios.

$$CAPM = RF + (RM - RF) * B + RP$$

$$CAPM = 0,0824 + (0,0933 - 0,0824) * 0,0088 + 0,0873 = 17\%$$

El resultado del cálculo fue del 17%, este será utilizado para la aplicación en la fórmula del wacc y así obtener la tasa de descuento del proyecto y realizar la estimación de rentabilidad del mismo.

$$WACC = CAPM \frac{E}{E + D} + TI \frac{D}{D + E} (1 - T)$$

$$WACC = 0,17 \frac{6.733,80}{6.733,80 + 20.000} + 0,1021 \frac{20.000}{20.000 + 6.733,80} (1 - 0,22)$$

$$WACC = 10,24\%$$

Mediante estos métodos se obtuvo que la tasa de descuento del proyecto es de 10.24%, indicador que será utilizado para su análisis en la rentabilidad de los flujos.

VAN, TIR, PAYBACK

Para la realización de estos indicadores se tomó los flujos de efectivo de cada año proyectado como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 50 Flujos de caja proyectado

FLUJOS DE CAJA PROYECTADO						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Neto		\$14,359.42	\$15,048.60	\$15,646.10	\$16,095.26	\$16,312.17
Inversión	\$6.733,80					
Préstamo	-\$20.000,00					
Resultado	-\$20.000,00	\$14,359.42	\$15,048.60	\$15,646.10	\$16,095.26	\$16,312.17

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Tabla 51 Indicadores Financieros

INDICARES FINANCIEROS	
WACC	10,24%
TIR	69,65%
VAN	\$58.003,76
PERIODO DE RECUPERACION	1 AÑO 10 MESES
RELACION C/B	\$ 1,83

Elaborado por: Moreno, C. (2021)

Mediante los cálculos realizados se pudo obtener un Valor Actual Neto de \$58.003,76, una tasa interna de retorno del 69,65%, el periodo de recuperación de la inversión será dentro de 1 año y 10 meses y una relación costo-beneficio de \$ 1,83 en donde se comprende que es un valor mayor a 1, con estos indicadores se puede decir que el actual plan de negocios es viable.

CONCLUSIONES

- Se realizaron entrevistas a propietarios de negocios en el sector de la Alborada, con la finalidad de identificar cuáles son las principales falencias que tienen en el funcionamiento de la empresa como también las dificultades que se les presenta en el mercado. Por otra parte, también se realizó encuestas a los residentes de este sector. Cabe recalcar que en esta parte de la encuesta se tomó en cuenta a las personas que sean propietarias o hayan dirigido algún tipo de empresa MiPymes, en donde se pudo obtener información relevante para realizar las diferentes estrategias para la empresa.
- Las estrategias a emplear para darle más exposición al negocio, son de promocionar la empresa utilizando el marketing digital, la cual es la fuente de publicidad con mayor acogida y de más alcance en la actualidad. Se realizará campañas mediante redes sociales como también la creación de una página web. Por otra parte, también se hará uso de la publicidad imprenta con información relevante sobre los servicios que ofrece la empresa. También se brindará descuentos a los empresarios que sean constante en la asistencia de capacitaciones como método de fidelización.
- Se estableció todos los recursos necesarios para que la empresa comience con sus operaciones comerciales, esto se incluye el recurso humano como también los equipos para adecuar cada departamento de la empresa y la localización de la misma, lo cual mediante la realización de un método subjetivo de ponderación se determinó que la ubicación más factible sería en la Alborada Tercera etapa Mz 5 V3.
- La inversión necesaria para la puesta en marcha del negocio es de \$26.733,80, lo cual será financiado por un préstamo bancario de \$20.000 al banco BanEcuador y los \$6.733,80 será por aporte de los socios. Mediante los indicadores de rentabilidad se pudo verificar que el plan de negocios es viable teniendo un Valor Actual Neto de \$58.003,76, una tasa interna de retorno del 69,65%, el periodo de recuperación de la inversión será dentro de 1 año y 10 meses.

RECOMENDACIONES

- Las estrategias deben seguir enfocadas hacia el empresario que dirijan las empresas MiPymes, con la finalidad de que puedan percibir cuales son los conocimientos que desean adquirir para mejorar la empresa, siendo esto expuesto mediante los medios de comunicación con mayor afluencia y realizando visitas a cada establecimiento para presentar los servicios de la empresa a los empresarios.
- Ofrecer más temas para capacitar de las que ya ofrezca la empresa, todo esto buscando captar mas empresas que busquen soluciones para fortalecer otros tipos de falencias y no solo las administrativas.
- Extender el servicio de asesoría en gestión administrativa a los demás sectores de la ciudad de Guayaquil, debido a lo que se demostró anteriormente, las MiPymes son las que brindan un gran aporte al sector económico del país siendo este tipo de empresas las de mayor cantidad, por lo que hay una oportunidad de negocio buscando en otros sectores comerciales; esto siempre y cuando se mantenga un precio razonable de capacitación para que el empresario lo perciba mas como necesidad y no como un gasto al momento de adquirir el servicio.

Bibliografía

- Amaya, W. C. (2020). *Concepto de visión*. Obtenido de Gestipolis:
<https://www.gestipolis.com/concepto-de-vision/>
- Arias Gomez, J., Villasis, M. A., & Miranda Novales, M. G. (2016). *El protocolo de investigación III: la*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Bergada, M. (2018). *¿Cuáles son los componentes de un plan de negocios?* Obtenido de <https://martabergada.com/componentes-de-un-plan-de-negocios/>
- Betancourt. (27 de Julio de 2019). *Cómo hacer la planificación estratégica paso a paso*. Obtenido de <https://ingenioempresa.com/planificacion-estrategica/>
- Borragini, H. (8 de Julio de 2017). Obtenido de Mezcla de mercadotecnia: conoce las 4P's del marketing y sus aplicaciones a los negocios: <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>
- Borragini, H. (8 de Julio de 2017). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>
- Cámara de comercio. (2017). Obtenido de Manual practico para emprendedores:
<https://ccq.ec/wp-content/uploads/2017/10/Instructivo-Emprendedores-2017.pdf>
- Chulde, E. (2014). *Tesis material didáctico*. Ambato: UTA.
- Chulde, E. (2014). *Tesis material didáctico* (sexta ed.). Ambato: UTA.
- CIESPAL, F. (2004). *El arte de Comunicar*. Venezuela: Ediciones Caracas S.A.
- Clavijo, M. (2012). *Pedagogía Parvularia*. Toledo: Spain Books.
- Código orgánico de la producción, comercio e inversiones (COPCI) . (2016). Obtenido de Código orgánico de la producción, comercio e inversiones:
<https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>
- Collado. (1991).
- CONSTITUCIÓN. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Asamblea Constituyente.
- Constituyente, A. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito : Ecuador .
- Contreras, J. (2016). *EVALUACIÓN DE LA MATRIZ EFI*. Obtenido de <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm>
- Cooper, J., & Pattanayak, S. (2011). *El plan de cuentas: Un elemento fundamental del marco de gestión financiera pública*. México: FMI.

- Corrales, J. A. (28 de Mayo de 2019). *Misión y visión empresariales : Mira estos 3 ejemplos de empresas famosas*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/mision-y-vision-de-una-empresa/>
- Cortés, E. (24 de enero de 2017). <https://www.administrabien.com/>. Recuperado el enero de 2018, de <https://www.administrabien.com/>:
<https://www.administrabien.com/oportunidades-y-amenazas-analisis-externo-matriz-efe/>
- Cortéz, J. (2011). *Seguridad e Higiene del trabajo*. Madrid: Tébar Ediciones.
- Costa, C. R. (2006). *Los puertos en el transporte marítimo*. Universidad Politécnica de Catalunya.
- COX. (2009). *Riesgos en la Seguridad Industrial*. México: Mc. Graw Hill.
- Crichton, R. (2017). Los desafíos del modelo logístico Puerto Valparaíso en la macro zona central. *FUNDACIÓN VALENCIAPORT*, 24.
- Cruz , L. (2017). *aradigma dos 4Ps do Composto de Marketing: origem, evolução e futuro*. Brasil: Brandinal.
- Cubillos. (2012). *Apropiación del pensamiento pedagógico en la educación inicial*. Cali: Reverté.
- Davalos, L. (2016). *PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA. Visión, Misión, Objetivos y Estrategia*. Obtenido de <https://labcalidad.files.wordpress.com/2016/03/3-planificacic3b3n1.pdf>
- David, B. (2012). *El proceso de comunicación*. EE.UU.: Mc Graw.
- Dávila, J. (2011). *las clases de aprendizaje*. Málaga: Dynkinson.
- De la Barra, M. (2018). *IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DOCUMENTAL PARA SU EMPRESA*. Obtenido de <https://www.microsystem.cl/importancia-de-la-gestion-documental-para-su-empresa/>
- Delors, J. (2004). *La Educación Encierra un Tesoro*. UNESCO. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001095/109590so.pdf>
- Derecho Ecuador . (2020). *CÓDIGO DEL TRABAJO*. Obtenido de DerechoEcuador.com: <https://derechoecuador.com/codigo-de-trabajo>
- Díaz, & García. (2011). *El material concreto en educación primaria*. Barcelona: LOE.
- Díaz, F., & Hernández, G. (2012). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo*. Guadalajara: Mc Graw Hill.
- Díaz, J. (Julio de 2015). *7 Elementos clave en la logística de una empresa*. Obtenido de Logística empresarial: <https://www.negociosyemprendimiento.org/2013/03/elementos-clave-logistica-de-una-empresa.html>

- Díaz, J., & Pacheco, F. (7 de Octubre de 2013). *Régimen Impositivo Simplificado* . Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/134/1352>
- Díaz, M. (4 de Diciembre de 2015). *MATRIZ PEYEA - MATRIZ DE POSICIÓN* . Obtenido de <https://prezi.com/tbu5mvlpxdkw/matriz-peyea-matriz-de-posicion-estrategia-y-evaluacion-de-accion/>
- Dickinson, D. &. (2011). Relation Between Language Experience in Preschool classroom and Children's Kindergarten and Fourth-grade Language and reading abilities. *Child Development*, 82(3), 870-886. doi:10.1111/j.1467-8624.2011.01576.x
- Duarte, I. (2009). *Manual microempresario*. Accion emprendedora.
- Durán, Á. (8 de Agosto de 2018). *Importancia de la logística y la cadena de suministros en las empresas*. Obtenido de Logística: <https://revistadelogistica.com/logistica/importancia-de-la-logistica-y-la-cadena-de-suministros-en-las-empresas/>
- Durán, J. (2014). *Teorías y modelos didácticos para lengua y literatura*. Quito: El educador.
- EkosNegocios. (2018). *La industria en Ecuador*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/la-industria-en-ecuador#:~:text=De%20acuerdo%20a%20cifras%20del,PIB%20de%2047%2C46%25.>
- Epsica. (2012). *El arte de la Seguridad Industrial*. Guadalajara: Mc Graw.
- Escudero, L. (2017). *El supply chain management y la logística*. Guadalajara, México: Mc. Graw Hill.
- Espinosa Landa, J. (7 de julio de 2010). *Emprendedor* . Obtenido de Grupo AC Gestión Estratégica de Negocios S.C.: <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-articulos/marketing/184455/competencia-competencia-directa-competencia-indirecta/>
- Espinosa Sandoval, C. A. (18 de Julio de 2013). *Características y funciones de los contenedores*. Obtenido de Barra Nacional de Comercio Exterior: <http://www.barradecomercio.org/?p=718#.W7d7NmhKjIU>
- Espinosa, R. (2017). *La matriz de análisis DAFO (FODA)*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda>
- Espinoza. (6 de Mayo de 2017). *El marketing mix*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2>

ANEXOS

Anexo 1 Diseño de la encuesta



Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil
Facultad de Administración

Carrera Ingeniería Comercial

Encuesta



Esta encuesta fue realizada para poder conocer el comercio en el sector Alborada y sus falencias al momento de emprender un negocio.

1. ¿Cuál es su nivel educativo?

a. Escuela	
b. Colegio	
c. Universidad	

2. ¿A qué grupo comercial pertenece su negocio?

comercial	
manufactura	
Alimentos y bebidas	
construcción	
servicios	

3. ¿Usted es propietario o administra algún tipo de empresa micro, pequeña o mediana?

Si ()

No ()

4. ¿Qué lapso de tiempo tiene su negocio en el mercado?

1 a 3 años	
3 a 5 años	
5 años en adelante	

5. ¿Cuál fue la razón para emprender su propio negocio?

Ser su propio jefe	
Tener independencia financiera	
Dedicarse a lo que le gusta	
La idea surgió de algún seminario o capacitación que obtuvo.	
Otra	

6. ¿En el tiempo que lleva con su negocio a recurrido a tomar seminarios o capacitaciones que ayude a la mejora de su negocio?

Si ()

No ()

7. ¿Tiene conocimiento que existen empresas que se dedican a orientar y asesorar en gestión administrativa y financiera?

Si ()

No ()

8. ¿Estaría de acuerdo si en el sector Alborada existiera un servicio de capacitación y asesoramiento en el área administrativa y financiera con el fin de ayudar a los pequeños negocios del sector?

De acuerdo	
En desacuerdo	
Talvez	

9. ¿El servicio de asesoría administrativa y financiera ayudara a potencializar su empresa cumpliendo todas las metas propuestas y contribuyendo al crecimiento de esta? ¿Utilizaría este servicio?

Si	
No	
Talvez	

10. ¿Qué conocimientos quisiera desarrollar que le ayude a la mejora de su negocio de acuerdo a nuestra asesoría?

Asesoría legal y tributaria	
Elaboración de planes de negocio	
Áreas administrativas y contables	
Planes y contactos para buscar financiamientos	
Obtención de permisos	
Ventas	
Servicio al cliente	
Dinero Electrónico	
Marketing digital	

11. ¿Con que frecuencia asistiría a las capacitaciones?

Dos veces al año	
Tres veces al año	
Cuando lo requiera	

12. ¿Estaría de acuerdo a pagar por las capacitaciones?

Si ()
No ()

13. ¿Qué rango de valor estaría conforme a remunerar por las capacitaciones?

a. \$50 – \$100	
b. \$200 - \$400	
c. \$ 500 - \$ 1000	

Anexo 2 Entrevista



**Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil
Facultad de Administración**

Carrera Ingeniería Comercial

Entrevista

1. ¿Cuál es su opinión sobre la creación de una empresa de asesoría en gestión administrativa para MiPymes en el sector la alborada de la ciudad de guayaquil?

.....
.....
.....

2. ¿Qué piensa usted que le beneficiaría acudir a las capacitaciones y asesoramiento de emprendedores para la mejora del cumplimiento de funciones en su negocio o empresa?

.....
.....
.....

3. ¿En qué área usted necesita capacitarse?

.....
.....
.....

4. ¿Con que frecuencia y horario desea acudir a las capacitaciones?

.....
.....
.....

5. ¿Si usted deseara usar nuestro servicio, estaría de acuerdo a cancelar un valor de estándar medio o alto?

.....
.....
.....

6. ¿Tiene alguna sugerencia acerca de nuestro proyecto de investigación?

.....
.....
.....
.....

Anexo 3 Google drive.



Figura 23 Encuestas Online

Fuente: (Google drive Formularios, 2021)