



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TEMA

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO PARA EMPRENDEDORES**

TUTOR

MGAP, CHRISTIAN XAVIER PROAÑO PIEDRA.

AUTORES

MONTECEL MENDOZA JUAN JOSÉ

SALAZAR PICO JEAN CARLOS

GUAYAQUIL

2022



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Plan de negocio para la creación de una empresa de asesoramiento para emprendedores	
AUTOR/ES: Montecel Mendoza Juan José Salazar Pico Jean Carlos	REVISORES O TUTORES: MGAP, Christian Xavier Proaño Piedra.
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Ingeniero Comercial.
FACULTAD: Administración	CARRERA: Ingeniería Comercial
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022	N. DE PAGS: 67
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración	
PALABRAS CLAVE: servicio, capacitación, asesoramiento, empresa	
RESUMEN: En el primer capítulo se da conocer el tema de investigación, la problemática y los objetivos específicos que se irán ejecutando a lo largo del proyecto. En el segundo capítulo se propuso a dar a conocer los antecedentes y la base de desarrollo del plan estratégico de marketing. En tercer capítulo se tomó en cuenta las metodologías que se llevara en el transcurso de la investigación, de esta forma daremos a mostrar las herramientas y técnicas que se logró aplicar para la adquisición de información, e implementar las estrategias al usuario que nos vamos a dirigir. En el último capítulo se plantea la propuesta y el plan	

estratégico que se implementara en el proyecto, se implementó un estudio financiero en lo cual se visualiza si el proyecto implementado es o no viable en el mercado.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

NO

CONTACTO CON AUTOR/ES:

Montecel Mendoza Juan José

Salazar Pico Jean Carlos

Teléfono:

0968392783

0995468555

E-mail:

jmontecelm@ulvr.edu.ec

jsalazarp@ulvr.edu.ec

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

MsC. Oscar Machado Álvarez

Teléfono: 259 6500 Ext. 201

E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec

Mgtr. Irma Aquino Onofre

Teléfono: (04)2596500 Ext. 203

E-mail: iaquino@ulvr.edu.ec

<mailto:dordonezy@ulvr.edu.ec>

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Pico_Montecel

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

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

< 1%

★ www.poderyfinanzas.com

Fuente de Internet

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado



DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El(Los) estudiante(s) egresado(s) **Montecel Mendoza Juan José y Salazar Pico Jean Carlos**, declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **Plan de negocio para la creación de una empresa de asesoramiento para emprendedores**, 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(es)

Juan Montecel

Firma:

JUAN JOSE MONTECEL MENDOZA

C.I 0930387766

Jean Salazar Pico

Firma:

JEAN CARLOS SALAZAR PICO

C.I 0923458392

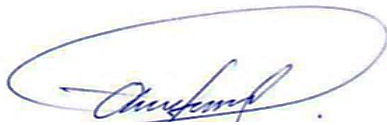
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **Plan de negocio para la creación de una empresa de asesoramiento para emprendedores**, 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 negocio para la creación de una empresa de asesoramiento para emprendedores**, presentado por los estudiantes Montecel Mendoza Juan José y Salazar Pico Jean Carlos como requisito previo, para optar al Título de Ingeniero Comercial, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Christian Xavier Proaño Piedra

AGRADECIMIENTO

A Dios, por brindarme salud, a mis padres por confiar en mí e inculcarme que cada cosa que uno se propone se debe cumplir con esfuerzo y dedicación todo es posible.

Montecel Mendoza Juan José

Le agradezco a Dios primeramente por brindarme de salud y conocimientos a lo largo de vida, a mis abuelos por guiarme en la vida profesional siendo un pilar de motivación para poder alcanzar mi objetivo.

A mi madre siendo un pilar fundamental, logrando motivarme en superarla y llenándola de orgullo.

Al Ing. Juan Moises Hidalgo Lucero siendo mi Jefe en lo laboral, siendo mi mentor y un gran amigo llegando a darme consejos personales y profesionales.

Salazar Pico Jean Carlos

DEDICATORIA

Mi tesis va dedicada a los pilares fundamentales de mi vida, Mis Padres, por su apoyo incondicional.

Montecel Mendoza Juan José

A Dios, por brindarme vida y la actitud de seguir adelante, a pesar problemas en lo largo de mi vida, él pudo ayudarme en salir adelante,

A mi querida madre, Susana del Roció Pico Sánchez es un agradecimiento infinito por todo lo que ella realizo, siendo mi motor, mi pilar siendo constante en mi etapa de universitaria, gracias madre por ser una inspiración para mí. ¡Te amo!

A mis amados Abuelos, Julia del Roció Sánchez Lino y Jose Enrique Pico Mendoza por su sacrificios y dedicación que me dieron, brindándome la oportunidad de ser un profesional, motivándome junto a mi madre en mi carrera Universitaria, gracias infinitamente. Mis logros son de ustedes

A mis Amigos sin pedir algo cambio me brindaron su amistad, conocimientos y experiencias a lo largo de mi carrera universitaria me aconsejaron y ayudaron en no rendirme.

Salazar Pico Jean Carlos

Contenido

PORTADA	i
REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	ii
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.3. Formulación del Problema	3
1.4. Sistematización del Problema	4
1.5. Objetivo General	4
1.6. Objetivos Específicos	4
1.7. Justificación	4
1.8. Delimitación del Problema	5
1.9. Idea a Defender	5
1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad	5
CAPÍTULO II	6
MARCO TEÓRICO	6
2.1 Antecedentes	6
2.1.1 <i>Conceptualización del Plan de Negocios</i>	7
2.1.2 <i>Funciones de un Plan de Negocios</i>	7
2.1.3 <i>Estructura de un Plan de Negocios</i>	7
2.1.4 <i>Segmentación del mercado</i>	9
2.1.5 <i>Propuesta de valor</i>	9
2.1.6 <i>Canales de distribución y comunicación</i>	9
2.1.7 <i>Estructura de costos</i>	9
2.1.8 <i>Análisis FODA de una empresa de asesoría para emprendedores</i>	10
2.1.9 <i>Mercado potencial</i>	10
2.1.10 <i>Plan de Mercadeo</i>	11

2.1.11. Adquisición de los recursos necesarios para el funcionamiento del negocio	12
2.1.12. Determinación de estrategia empresarial competitiva.....	14
2.1.13. Requisitos legales claves para la creación de una empresa	15
2.2 Marco Conceptual (Definición De Términos Básicos)	15
2.3 Marco Legal	16
CAPÍTULO III	18
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	18
3.1 Metodología	18
3.1.1 Método Deductivo.....	18
3.1.2 Método Inductivo	18
3.2 Tipo de investigación.....	19
3.2.1. Investigación Descriptiva	19
3.3 Enfoque	19
3.4 Técnica e instrumentos	19
3.4.1. La Encuesta.....	19
3.5. Población.....	20
3.6. Muestra	20
3.7. Análisis de resultados	21
CAPÍTULO IV	30
PROPUESTA	30
4.1. Tema.....	30
4.2. Descripción de la Propuesta	30
4.2.1. Aspecto Legal	30
4.2.2. Tipo de empresa.....	31
4.2.2. Tipo de Negocio.....	31
4.2.3. Socios	31
4.2.4. La Administración	31
4.2.4.1. Organigrama.....	32
Organigrama de la empresa	32
4.2.5. Funciones y responsabilidades del personal de REPÚBLICA EDUCACIÓN CAPACITACIÓN	33
4.3. Plan Estratégico REPÚBLICA EDUCACIÓN CAPACITACIÓN.....	34
4.3.1. Localización	34
4.3.2. Visión.....	35

4.3.3 Misión.....	35
4.3.4. Objetivo Estratégico	35
4.3.5. Análisis FODA.....	36
4.3.6. Posicionamiento	37
Logotipo de República Educación Capacitación.....	38
4.4. Plan de Marketing	38
4.4.1 Producto.....	38
4.4.2 Precio	38
4.4.3 Plaza	39
4.4.4. Promoción	39
4.5 Plan Financiero	40
4.5.1 Mercado meta	40
4.5.2 Proyección de ingresos.....	41
4.5.3 Sueldos y Beneficios sociales.....	41
4.5.4 Inversión Inicial.....	42
4.5.5 Gastos Operativos	44
4.5.6 Amortización del préstamo	45
4.5.7 Estado de Resultados de República Educación Capacitación.....	46
4.5.5 Depreciación de Activos Fijos	46
4.5.8 Punto de Equilibrio	47
4.5.9 Estado de Flujo de Efectivo.....	48
4.5.10 Van, Tir Y Paypack	49
CONCLUSIONES.....	50
RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52

INDICE DE TABLA

Tabla 1 Tamaño de la muestra.....	21
Tabla 2 Participación.....	31
Tabla 3 Valores Profesionales	36
Tabla 4 Estimación de la demanda	40
Tabla 5 Proyección de ventas	41
Tabla 6 Proyección de sueldos	41
Tabla 7 Proyección de Beneficios sociales.....	41
Tabla 8 Suministros de oficina	42
Tabla 9 Equipos de computación	42
Tabla 10 Equipos de oficina	42
Tabla 11 Instalaciones	43
Tabla 12 Capital de trabajo	43
Tabla 13 Gastos de Constitución	43
Tabla 14 Inversión total.....	44
Tabla 15 Gastos Administrativos	44
Tabla 16 Gastos de Ventas	44
Tabla 17 Tabla de amortización	45
Tabla 18 Estados de Resultados Proyectado.....	46
Tabla 19 Punto de Equilibrio.....	47

INDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 Estructura de un Plan de Negocios	8
Ilustración 2 Nivel de Conocimiento sobre Emprendimiento	21
Ilustración 3 Acompañamiento y Asesoramiento	22
Ilustración 4 Acompañamiento Sector Privado	23
Ilustración 5 Fuentes de Financiamiento	24
Ilustración 6 Tiempo Disponible	25
Ilustración 7 Competencias de Emprendedor	26
Ilustración 8 Competencias de Emprendedor	27
Ilustración 9 Servicios de una Empresa de Asesoramiento para Emprendedores	28
Ilustración 11 Organigrama de la empresa	32
Ilustración 12 Localización de las oficinas	35
Ilustración 13 Logotipo de República Educación Capacitación	38
Ilustración 14 Imagen del producto.	39
Ilustración 17: Depreciación de Activos Fijos.....	46
Ilustración 18: Estado de Flujo de Efectivo.....	48
Ilustración 19: Calculo Van, Tir y Paypack.....	49

INTRODUCCIÓN

En contexto, un plan de negocios permite la identificación y planificación de los objetivos y la factibilidad de un emprendimiento o pyme, es un documento que reúne datos detallados con respecto a la identidad del negocio, los costos, el funcionamiento y el potencial de crecimiento.

En la actualidad que una empresa cuente con un Plan de Negocios es esencial para definir los objetivos y métodos para lograr beneficios económicos reales y para atraer inversionistas o solicitar un financiamiento, dicho documento, permite sustentar la cara del negocio frente a otras instituciones y/o públicos.

La necesidad de que los emprendedores conozcan cómo elaborar un plan de negocios surge de mejorar la productividad de la empresa, favorecer la economía de la misma y crear nuevas plazas de trabajo, se sabe que las Mi pymes son las responsables del crecimiento productivo del país y al mismo tiempo de plazas laborales; no obstante se conoce que la finalidad de toda empresa es que la misma sea *rentable* es por ello que elaborar un plan de negocios para lograr ese objetivo se deben seguir una serie de pasos que pueden determinarse con una planificación apropiada en cuanto a los alcances y capacidades de una pyme.

El usuario más frecuente del plan es el mismo emprendedor, es por ello que el mismo debe hablar por el emprendedor, cuanto más claras sean las ideas, mejores serán los resultados. El plan de negocio es una herramienta de apoyo, ayuda a decidir la conveniencia o no de desarrollar el emprendimiento.

La asociación o articulación de un plan de negocio con el emprendimiento es inevitable, por ello es preponderante definir al emprendimiento como un “Conjunto de ideas, datos, cálculos y documentos explicativos, integrados de forma metodológica, que marca las pautas a seguir tanto en la realización, como en costos y beneficios que se obtendrán de determinadas tareas, para así fundamentar la toma de decisiones acerca de su aceptación o rechazo” (Córdova, 2006).

La presente investigación tiene como desarrollar un plan de negocio para la creación de una empresa de Asesoramiento para emprendedores en la Ciudad de Guayaquil.

Por lo cual, el primer capítulo contiene los siguientes apartados: el planteamiento del tema, el planteamiento y formulación del problema de investigación, los objetivos para este estudio, así como la justificación, delimitación e hipótesis de la investigación.

En consecuencia, en el segundo capítulo desarrollamos el marco teórico enmarcando en los antecedentes. Luego se profundiza en el marco conceptual, describiendo el plan de negocio y todas las definiciones conceptuales de distintas fuentes bibliográficas. Finalmente se encuentra una base legal para aplicar este estudio. El estudio indagatorio intenta convertirse en una herramienta de apoyo para los futuros emprendedores y aportar con la economía del país.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Tema

Plan de negocio para la creación de una empresa de asesoramiento para emprendedores.

1.2. Planteamiento del Problema

En la actualidad, las micros, pequeñas y medianas empresas (Mi pyme) en Ecuador son las generadoras del crecimiento de la producción del país, con ello, responsables de la creación de plazas de empleo, aliviando la carga de los gobiernos de turno en materia laboral. En este contexto, es necesario establecer verdaderas políticas de estado para la creación de nuevas empresas de este tipo, fomentando el emprendimiento y así mejorando la calidad de vida de los ciudadanos.

La escasa información que tienen las personas naturales sobre los requisitos, procesos y procedimientos de gestión, que se deben seguir para la creación o constitución de empresas nuevas y el cumplimiento permanente de reglamentación que debe cumplir dentro del marco jurídico empresarial, sumado al escaso apoyo por parte del estado a que los emprendedores se auto eduquen en materia de negocios.

Una de las opciones que como investigadores se pretende dar a los bachilleres y a los estudiantes universitarios una orientación y guía profesional para el desarrollo de un plan de negocios que les permita crear su empresa con el conocimiento integral el cual debe cumplir una empresa en el Ecuador, y la asesoría estará dirigida a emprendedores de la ciudad de Guayaquil.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo incide la creación de una microempresa de asesoría a emprendedores, en la ciudad de Guayaquil?

1.4. Sistematización del Problema

- ¿Cuáles son los referentes teóricos que sustentan la investigación?
- ¿Cuál es la situación actual del mercado para empresas de asesoramiento para microempresa?
- ¿Qué requisitos y procesos debe seguir para la creación de una empresa para asesoramiento a emprendedores en la ciudad de Guayaquil?
- ¿Cuál es la viabilidad financiera para la creación de una empresa de asesoramiento a emprendedores en la ciudad de Guayaquil?

1.5. Objetivo General

Analizar los factores que incurren en la falta de asesorías y la poca diversidad de oferta en la ciudad de Guayaquil, los cuales permitan la creación de una microempresa de asesoramientos.

1.6. Objetivos Específicos

- Determinar los referentes teóricos que sustentan la investigación.
- Evaluar la situación actual del mercado para empresas de asesoramiento a emprendedores.
- Estructurar por etapas el plan de negocio para la creación de una empresa.
- Determinar la viabilidad financiera del negocio.

1.7. Justificación

El trabajo de investigación se centra en el desarrollo de un plan de negocios para la creación de una empresa de asesoramiento para emprendedores en la ciudad de Guayaquil, teniendo en cuenta como antecedentes: estudios de mercado, encuestas y experiencias de empresas ya constituidas dedicadas a la misma actividad comercial, con el propósito de minimizar costos para ser competitivos, eficientes y rentables.

En tiempos de recesión mundial es necesario innovar con entorno de negocios que brinden servicios que apoyen al desarrollo de la actividad comercial. En este contexto la investigación muestra los pasos para la de creación de una empresa de asesoría para emprendedores, ello significó la aplicación de conocimientos comerciales y

administrativos para brindar una propuesta que dé solución al problema planteado de investigación.

El plan de negocios ofrece un importante aporte académico para la comunidad de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, generando antecedentes para futuras investigaciones sobre la temática y definiendo procesos nuevos para el desarrollo de la idea de negocio.

1.8. Delimitación del Problema

Campo: Administración de empresas.

Área: Emprendimiento.

Sector Económico: Terciario (prestación de servicios profesionales).

Unidades de estudio: Empresas del sector comercial de Guayaquil.

Delimitación espacial: Norte, Parroquia Turquí

1.9. Idea a Defender.

La existencia de una microempresa de asesoría a emprendedores en la ciudad de Guayaquil, permitirá diversificar la oferta de servicios existentes para emprendedores.

1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad.

Línea 4. Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Actualmente en la ciudad de Guayaquil existen muchos emprendimientos de diferentes productos y servicios, no obstante, cabe resaltar que a raíz de la pandemia el número de emprendimientos incrementó de manera considerable puesto a que las restricciones sanitarias prohibían que las personas salgan de sus hogares para adquirir diferentes productos o contratar servicios variados. La situación propiciada por las restricciones fue un punto a favor para las personas que querían trabajar y para quienes deseaban comprar desde la comunidad de su hogar. El funcionamiento de estos negocios está basado en el correcto uso de las redes sociales en donde los emprendedores presentan su negocio online y otros aspectos que hace que se considere una “tienda”.

Soler, Llobel, Frías y Rosell (2006) establecen la definición de formato de tienda desde el punto de vista del consumidor, puntualizando que éste se corresponde con una percepción global que parte de la experiencia de compra del consumidor, compuesta por tres grandes dimensiones: precio, producto y servicio e imagen. Estas dimensiones son las que constituyen el concepto de formato partiendo de la visión del consumidor.

En diciembre de 2020, se realizó la primera fase de trabajo conjunto entre la Alcaldía de Guayaquil, por medio de la Empresa Pública Municipal para la Gestión de Innovación y Competitividad ‘Épico EP’ y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en la iniciativa *#GuayaquilEnMarcha* con un trabajo directo y personalizado con 80 negocios (casi 6 de cada 10 regentados por mujeres), llegando de manera indirecta a 1000 personas.

Como resultados principales se destacó:

- Los negocios registraron un 27% de incremento en nivel acumulado de ventas.
- Un 100 % de los negocios incorporó protocolos robustos de bioseguridad.
- Un 34 % diversificó sus métodos para recibir pagos.
- Un 62 % de negocios utilizó activamente las redes sociales para promocionar sus actividades, generar ventas y relacionarse de forma consistente con sus clientes.

Como puede apreciarse, la necesidad de instrucción y asesorías para emprendedores es completamente necesaria para que los negocios tengan éxito en sus actividades empresariales, por lo que la creación de una empresa que se dedique netamente a estas actividades permitirá que las y los emprendedores de la ciudad “abran futuro y generen empleo en sus negocios”.

2.1.1 Conceptualización del Plan de Negocios

Un plan de negocios es aquel que comunica e informa una determinada idea de negocio; el proceso realizado para modelarla, planificarla y ejecutarla; y los resultados obtenidos como conclusión del mismo, determinando si es rentable o no lo es. El emprendedor (o conjunto de emprendedores), si se trata de un negocio nuevo, debe fundamentar y argumentar cada etapa del proceso de armado de este documento, explicando cómo llegó a la conclusión arribada (Cardona, 2017).

Además, Toro (2016) determina al plan de negocios como el propósito de establecer cuál es el proceso de elaborar y vender productos o servicios, utilizando equipos, máquinas, tecnología, talento humano, materia prima y servicios requeridos para el efecto.

2.1.2. Funciones de un Plan de Negocios.

La función de un plan de negocios es realizar un documento que básicamente incluye los objetivos de la empresa, las estrategias para conseguirlos, la estructura organizacional, el monto de inversión que se requiere para financiar un proyecto y soluciones para resolver futuros problemas. Además, se muestran qué productos o servicios se ofrecen, a qué público está dirigida la oferta y quiénes son los competidores que hay en el mercado, entre otros.

Esto sin mencionar el cálculo preciso de cuántos recursos se necesitan para iniciar operaciones, cómo se invertirán y cuál es el margen de utilidad que se busca obtener

2.1.3. Estructura de un Plan de Negocios.

Según la guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa, un plan de negocio contiene la siguiente estructura:

1. Resumen ejecutivo: resumen y conclusiones.
2. Descripción y visión del negocio: información que permita entender el negocio y la descripción de los productos y los servicios que ofrece.
3. Análisis del mercado: descripción del sector en el que el negocio compite o competirá.
4. Planeamiento estratégico: una estrategia de planeamiento que nos permita saber dónde estamos y hacia dónde vamos, así como cuáles son nuestras fortalezas y debilidades.
5. Estrategia de comercialización y ventas: estrategia que se va a seguir para distribuir y vender los productos.
6. Análisis del proceso productivo: cómo se tiene que organizar para producir, qué insumos, maquinaria, etc., son necesarios.
7. Análisis económico financiero: cuántos ingresos y egresos se va a tener.

Esta información es estructurada en el siguiente cuadro, (Valencia, 2013).



Ilustración 1 Estructura de un Plan de Negocios

Fuente: (Paucar, E. & Valencia, W, 2013)

2.1.4. Segmentación del mercado.

Los servicios van dirigidos a empresas catalogadas como microempresas, pequeñas empresas y personas naturales comerciantes formalizadas y sin formalizar de la ciudad de Guayaquil.

2.1.5. Propuesta de valor.

El valor agregado será con la finalidad es que la empresa pueda brindar a las emprendedoras asesorías en materia contable, tributaria, financiera y de nómina, elaborando un diagnóstico inicial debido a que cada cliente es diferente es necesario visualizar e identificar diferentes panoramas.

Los clientes tendrán a su disposición un portafolio de servicios muy completo, el cual se dará a conocer mediante diferentes plataformas digitales y que además contarán con acompañamiento constante. La preferencia y fidelidad de los clientes se logrará por medio de la innovación, la calidad del servicio que se caracterizará por ser de carácter personalizado y su justo precio, pero acorde con los servicios ofrecidos.

2.1.6. Canales de distribución y comunicación.

Las captaciones y llamados de acción se realizarán a través de las redes sociales como Facebook, la elaboración de una página web y la entrega de volantes en instituciones donde se realicen diferentes actividades comerciales.

Otros medios donde se podrán realizar llamados de acción y donde podrá verse favorecida la captación de los futuros clientes será el referenciación que realicen quienes ya contrataron los servicios, por eso a cada cliente se destinará profesionales acordes a las necesidades de cada negocio.

2.1.7. Estructura de costos.

Los costos con los que contará la empresa serán de tipo fijo y variable:

Los fijos:

Arriendo de oficina, nómina de empleados, servicios básicos, elementos de oficina, útiles de aseo y cafetería.

Los variables:

Estarán relacionados con las primeras compras que se deben realizar para poner en marcha el negocio como la compra de escritorios, sillas ejecutivas, sillas de atención, un archivador, computadores, impresora láser, licencias de software contable y financiero y licencias de Microsoft, office y antivirus.

2.1.8. Análisis FODA de una empresa de asesoría para emprendedores.

El siguiente análisis FODA realizado identifica las siguientes, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Las fortalezas que poseerá la empresa será el personal capacitado y especializado y los recursos con los que se contará para enfrentar todos los desafíos que se presenten según los casos sujeto a la constante actualización y el acompañamiento personalizado para cada cliente.

Las oportunidades serán las necesidades de las microempresas en la ciudad de Guayaquil.

Las debilidades que repercutirán en el éxito total de los clientes serán las declaraciones de los clientes en cuanto a la información de su empresa, algunas veces no ofrecen todos los datos necesarios para realizar un estudio profundizado en situación contable, tributaria y financiera.

La mayor amenaza será la sobreoferta de profesionales en la rama de contaduría, también la informalidad y clandestinidad de empresas y el desempleo.

2.1.9. Mercado potencial.

Microempresas que se encuentren en unos de estos dos grupos, uno que estas no se encuentran constituidas legalmente y/o que no cuentan con un sistema organizado y estructurado que registre sus transacciones comerciales, y el otro grupo son las empresas que cuentan con alguna forma de archivo y procesamiento de la información pero que necesitan mejorar sus procesos y procedimientos para mejorar su rentabilidad. Y que todos se encuentren entre microempresas, pequeñas empresas y personas naturales comerciantes de la ciudad de Guayaquil.

La motivación de compra que tendrán las empresas incurre en la necesidad del conocimiento de información respecto a las transacciones comerciales y financieras, de ser competitivos en el mercado, es por ello que los empresarios requieren lo siguiente:

- Tener un control de todas las ventas del día para conocer los ingresos totales.
- Llevar la cuenta de todos los gastos, como compras a proveedores, rentas, consumo de
- servicios, etc.
- Hacer un balance general entre ingresos y egresos, llevando registro de las facturas o tiques emitidos, para compararlos fácilmente.
- Administrar el inventario de productos e insumos.
- Controlar los servicios que estamos utilizando, como los recibos del agua, de la luz, del teléfono, nomina, entre otros.

2.1.10. Plan de Mercadeo.

El plan de mercadeo estará determinado por el tamaño del mismo, los intereses o tendencias, el área geográfica, la distribución, publicidad y todo lo que esté relacionado con el incremento de las ventas

Es el más importante de los aspectos para el plan de negocios porque está directamente relacionado con el aumento de clientes y a su vez de ventas.

Se deberá identificar los objetivos de la empresa y lo que espera de ellos, para ello se deberá responder las siguientes preguntas:

¿A quién se venderá?

¿Cuántos clientes son?

¿Dónde están ubicados?

¿Qué precios están dispuestos a pagar por los servicios que ofrece la empresa?

¿Qué se puede hacer para que elijan nuestra empresa frente a otra?

¿Quiénes conforman a la competencia?

¿Será necesaria una asociación con otra empresa que realice actividades similares?

En esta etapa del proceso, cuando la idea de negocio ya está claramente definida, es momento de establecer los grandes marcos de acción sobre los cuales la empresa funcionará. Siguiendo con el ejemplo de exportación de joyas de plata al mercado canadiense, en el modelo de negocio se definirá si el diseño de las piezas lo hará la nueva empresa o contratará los servicios externos de una diseñadora; si se va a invertir en la compra de máquinas y herramientas para la producción de joyas de plata o si se contratará el servicio del vaciado de piezas a alguna planta con capacidad ociosa; si se venderá a través de distribuidores con una marca propia o con la marca del distribuidor, o si se venderá en una tienda directamente al público. También es importante determinar dónde se ubicará la planta, cómo se distribuirán los procesos y cómo se dispondrán las máquinas y herramientas a emplear.

Por lo general, cuando se define un modelo de negocio se está respondiendo a las siguientes preguntas:

¿Qué hace la empresa?

¿Qué bienes o servicios produce?

¿Cuáles son las prácticas productivas y comerciales de este tipo de empresa?

¿En qué medida el nuevo producto o servicio satisfará de mejor manera las necesidades del público objetivo?

¿Cómo está organizada la competencia y cómo se le enfrentará?

¿Existe algún grupo de empresarios con habilidades especiales que le de valor a su oferta?

¿Cuál será el mecanismo básico de generación de ingresos de la empresa?

¿Qué parte de las principales actividades de la empresa se subcontratará?

2.1.11. Adquisición de los recursos necesarios para el funcionamiento del negocio

Luego de identificar una oportunidad y decidir explotarla, así como de elaborar una idea y proponer un modelo de negocio, para luego formular un plan de negocios, el siguiente paso es buscar y conseguir los recursos necesarios para poner en marcha la actividad empresarial. En esta etapa, el empresario mostrará toda su capacidad para

identificar las fuentes de suministro de los recursos y además su capacidad para negociar buenas condiciones para su adquisición.

Una de las mayores preocupaciones del empresario que recién comienza su actividad empresarial, suele ser la falta de dinero. Ciertamente, el capital financiero es indispensable para la puesta en marcha de una empresa, pero pensar en el dinero como primera prioridad es un típico error del empresario de la micro y pequeña empresa. Para los bancos o cualquier otra institución financiera, si la idea de negocio es buena, el modelo de negocio es viable y el equipo empresarial fundador confiable, honesto e íntegro, otorgar un préstamo en esas circunstancias es totalmente válido. En todo caso, no se olvide de la posibilidad de conseguir financiamiento directo de los proveedores o de los potenciales socios. Además, los parientes y amigos suelen ser la primera fuente de financiación de los empresarios que por primera vez inician una experiencia empresarial.

De lo que realmente hay escasez, es de equipos empresariales y gerenciales buenos. El mayor reto del empresario es conseguir personas que crean en su idea, que compartan el modelo de negocio planteado y que estén dispuestas a trabajar en una empresa cuya marca todavía no está posicionada en el mercado y a la que hay que dedicarle muchas horas de trabajo en ambientes aún desordenados y caóticos. Por otro lado, en la etapa inicial de un negocio no se pueden pagar sueldos que sean competitivos en el mercado, por lo que los empleados deben tener fe en la empresa y los posibles accionistas confiar en la capacidad de dirección del empresario para alcanzar el éxito y obtener una rentabilidad atractiva por su inversión.

Dado el desarrollo tecnológico a nivel mundial, el recurso material no es un problema grave. Lo más difícil es conseguir personas capaces de operar con eficiencia las nuevas maquinarias y tecnologías. La tecnología puede ser cara, pero finalmente podría ser financiada; mientras que el recurso humano si bien puede ser capacitado, no hay forma de asegurar que permanecerá para siempre en la empresa. Por el contrario, muchas personas en las que se invierte importantes sumas de dinero para capacitarlas, terminan yéndose a la competencia por un salario mayor.

En este sentido, el recurso humano calificado es uno de los más escasos y difíciles de conseguir y retener.

Otro recurso importante es la información. Hoy existe mucha data en el mercado, que es transformada en información útil y confiable. Sin embargo, la capacidad de un empresario está en recopilar, sistematizar y analizar aquella información que sea útil y confiable para tomar decisiones rápidas y oportunas. En otras palabras, el empresario debe ser capaz de transformar información en conocimiento. Un conocimiento que sea único y que aporte a la empresa para satisfacer de la mejor manera las necesidades del mercado, para enfrentar en mejores condiciones a la competencia y para retribuir a los empleados y empresarios un rendimiento adecuado por su labor y su riesgo, respectivamente

2.1.12. Determinación de estrategia empresarial competitiva.

Luego de identificar y adquirir los recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa, es fundamental que el empresario decida cuál es la estrategia más adecuada para ingresar al mercado y competir con las empresas que ya se encuentran posicionadas. Acá, la elección será entre la estrategia de liderazgo en costos, diferenciación o enfoque. Este es un aspecto crítico, que podría marcar la diferencia entre el éxito o el fracaso de la iniciativa empresarial.

Por lo general, el empresario está tan preocupado por crear productos y servicios innovadores, que olvida que debe enfrentar a la competencia. En este momento decidirá si va a luchar para:

- Ser un producto o servicio con un precio menor al promedio de precios del mercado (estrategia de liderazgo en costos).
- Ser un producto o servicio que al tener una característica diferente al de la competencia y que es valorada por el cliente, éste estará dispuesto a pagar un precio superior al promedio del mercado (estrategia de diferenciación).
- Ser un producto o servicio exclusivo para un segmento o nicho de mercado con características muy particulares (estrategia de enfoque).

Para determinar cuál es la estrategia más adecuada, el empresario debe hacer un estudio exhaustivo de todos los competidores de la industria y en especial un análisis de los recursos y capacidades internas con los que cuenta la empresa; que son los que la preparan para competir. Es el análisis de los recursos y capacidades internas de la organización, o del equipo empresarial fundador, las que determinarán ¿cómo la empresa

se enfrentará a la competencia? y ¿con qué fortalezas cuenta para aprovechar las oportunidades y luchar contra las amenazas del entorno?

2.1.13. Requisitos legales claves para la creación de una empresa

En Ecuador se necesitan los siguientes requisitos para formar una empresa o negocio:

- Constitución on-line si se tratase de una sociedad regulada por la Superintendencia de Compañías.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC): emitido por el Servicio de Rentas Internas
- Permiso del Cuerpo de Bomberos (el negocio debe cumplir con las condiciones de seguridad y protección contra incendios).
- Permisos e impuestos municipales (Tasa de Habilitación, Patente Municipal, 1.5 por mil sobre Activos.
- Registro Único de Proveedores (RUP), importante para poder comerciar directamente con el Estado en el portal de (Compras públicas, 2017)
- Permiso de la Dirección de Turismo (sólo para hoteles, restaurantes, bares, discotecas, etc.).
- Permiso de la Dirección de Salud. En caso de que el negocio produzca alimentos, bebidas o medicina
- Legalizar la marca del producto e isótopo (Nombre y símbolo) del negocio en la Secretaría Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI).
- El Registro Sanitario. Obligatorio para productos de alimentos, bebidas o medicinas, emitidos por los organismos de control sanitario nacional.

Una vez que hemos revisado el análisis técnico con sus componentes, y ciertos detalles tanto administrativos como jurídicos, el emprendedor estará en plena capacidad de conocimiento, para elaborar su propio análisis técnico.

2.2 Marco Conceptual (Definición De Términos Básicos)

Plan de negocio: Descripción detallada del negocio que se quiere emprender.

Empresa: Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.

Servicio: Trabajo, especialmente cuando se hace para otra persona.

Negocio: Actividad comercial que se tiene pensada y que se quiere efectuar.

Proceso: Serie de actividades debidamente planificadas que incluye la participación de un conjunto de personas y de recursos materiales coordinados para alcanzar un objetivo previamente reconocido.

Segmento de mercado: Conjunto de clientes con diversos deseos, preferencias de compra o estilo de empleo de productos.

Asesoramiento académico: Es un programa institucional dirigido a estudiantes desde el momento de su ingreso hasta la culminación de sus estudios. Tiene como propósito contribuir al desarrollo integral del alumno en lo que respecta a su formación académica, personal, ética y profesional.

2.3 Marco Legal

Suplemento del Registro Oficial No. 151, 28 de febrero 2020, LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN, en Ecuador se abrió camino a una nueva parte legal, en la cual consiste la creación o constitución de compañías y emprendimiento denominada: Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S)

La sociedad por acciones simplificadas es constituida por una o varias personas naturales o jurídicas, de acuerdo a lo que se denomina un trámite simplificado en costo. Por lo cual tiene como un método que es impulsar la economía por medio de la realización y formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de créditos.

Este tipo de instituciones se constituyen ante la Superintendencias de compañías, valores y seguros, la cual no es ante el Registro Mercantil, como los otros tipos de instituciones, en la cual puedes contar con uno o varios accionistas. Este tipo de compañías se puede dedicar a cualquier actividad mercantil, excepto algunas como lo son: mercado de valores y seguros, etc. (Supercias, 2020)

Art. 14.- Guía Nacional de Emprendimiento. La Secretaria Técnica del CONEIN generará una guía nacional para emprendedores que provea información al menos en los siguientes aspectos: macro económicos, de mercados internacionales, legales, tributarios, sectoriales, laborales, societarios y financieros del ecosistema emprendedor, además de un directorio de las oficinas comerciales del Ecuador en el mundo, con información para exportar productos y servicios.

La Secretaría Técnica, en coordinación con las demás entidades del Estado, actualizará semestralmente la Guía Nacional de Emprendimiento y podrá incluir la información complementaria que crea necesaria.

Art. 15.- Promoción comercial de emprendimientos a nivel internacional. El ente rector de Comercio Exterior realizará la promoción comercial de productos y servicios de emprendedores que se encuentren en el RNE (Registro Nacional de Emprendimiento), a través de sus oficinas comerciales del Ecuador en el exterior.

Además, presentará al CONEIN (Consejo Nacional de Competitividad, Emprendimiento e Innovación) una estrategia anual en la que se especificarán los objetivos, metas, proyectos, programas y actividades a desarrollar para el apoyo a emprendedores en el exterior, e igualmente presentará un informe semestral para evaluar el avance de la estrategia de promoción comercial internacional.

Art. 16.- Liquidez para el emprendimiento. - La obligación de pago del saldo insoluto contenido en facturas que se emita con ocasión de un emprendimiento inscrito en el Registro Nacional de Emprendimiento, a sociedades que no estén inscritas en dicho registro, deberá ser satisfecha máximo treinta días después desde la recepción de la factura. A partir del día treinta y uno se podrá pagar la factura de manera bancarizada, y correrán, automáticamente por mandato de la ley, intereses por el saldo impago, a la tasa activa legal establecida por el Banco Central del Ecuador.

Las facturas emitidas por bienes y servicios contratados a un emprendimiento inscrito en el Registro Nacional de Emprendimiento por entidades del sector público, deberán ser satisfechas de acuerdo a los plazos que se establezca en el Reglamento y la normativa de finanzas públicas, procurando liquidez para el emprendimiento.

Art. 17.- Priorización de emprendimientos en frontera. Los emprendimientos que se impulsen en los cantones y las parroquias rurales que se encuentren total o parcialmente, dentro de la franja de cuarenta kilómetros desde la línea de frontera y/o de la circunscripción territorial amazónica, se regularán bajo el régimen de atención preferencial. Para el efecto, el CONEIN promoverá políticas y directrices que favorezcan la inversión pública, privada, mixta, cooperativa, asociativa, comunitaria, de la economía popular y solidaria, y de la cooperación internacional en la región de frontera.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Metodología

Se empleó el método inductivo - deductivo porque inicia desde la particularidad de un estudio aplicando encuestas para obtener datos e información de una muestra seleccionada y a partir de los resultados, articular los objetivos de la investigación con la población general para, posteriormente, poder analizar los factores que incurren en la falta de asesorías y la poca diversidad de oferta en la ciudad de Guayaquil, los cuales permitan la creación de una microempresa de asesoramientos.

3.1.1 Método Deductivo

Es de utilidad para la investigación, ofrece recursos para unir la teoría y la observación, además de que permite a los investigadores deducir a partir de la teoría los fenómenos que habrán de observarse. Las deducciones hechas a partir de la teoría pueden proporcionar hipótesis que son parte esencial de la investigación científica.

3.1.2 Método Inductivo

Establece conclusiones generales basándose en hechos recopilados mediante la observación directa. Observa a la naturaleza directamente, desecha los prejuicios e ideas preconcebidas. Una nueva manera de encontrar la verdad es ir a buscar los hechos en vez de basarse en la autoridad (experto) o en la mera especulación; con el tiempo esa actitud habría de convertirse en el principio fundamental de todas las ciencias.

3.2 Tipo de investigación

3.2.1. Investigación Descriptiva

En el actual plan de negocios, se empleó el método descriptivo, dado que este tipo de investigación permitió conocer las preferencias de los emprendedores que habitan en Guayaquil. Además, este tipo de investigación, tuvo como objeto enlistar las características más relevantes de los posibles emprendimientos para así poder obtener un análisis sobre ellos.

3.3 Enfoque

Los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (denominadas meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

En este caso se empleó el enfoque mixto para cuantificar y cualificar las variables a investigar y poder tener una mejor apreciación de los gustos y preferencias de los potenciales y nuevos emprendedores.

3.4 Técnica e instrumentos

Para el desarrollo del presente estudio y plan de negocios, se empleó la técnica de la encuesta y la entrevista, la cual permitió obtener información primordial sobre el tema investigado.

3.4.1. La Encuesta

La encuesta resulta ser un dispositivo de control. Con ella la sociedad de individuos es posible de ser sondeada, conocida, imaginada, simulada. Encuestas, test, sondeos, referéndum son dispositivos (del latín dispositus, dispuesto) de control, es decir, mecanismos que se disponen para obtener resultados automáticos. (Ther Ríos, 2017).

Para la encuesta, se diseñó un cuestionario que contiene información general relacionada con el producto, la misma que satisface los requerimientos de información de la investigación.

3.5. Población

Población es la totalidad de unidades de análisis del conjunto a estudiar, conjunto de individuos, objetos, elementos o fenómenos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible de ser estudiada. (Carrillo, 2015).

Para lograr un acercamiento real a las preferencias que puedan presentar los potenciales clientes en cuanto a recibir un asesoramiento para la creación de nuevas empresa o emprendimientos, se debe tener en claro la población de estudio, conociendo sus principales características al momento de elegir el servicio que se pretende brindar en el desarrollo del plan de negocio.

En la ciudad de Guayaquil existe la mayor cantidad de empresas del país. Aproximadamente 28.400 empresas se encuentran activas representando el 42% de empresas a nivel nacional. categorizadas por número de empleados (de 1 hasta 9) y cuyos ingresos no superan los \$ 100000 anuales (AVAL, 2019).

3.6. Muestra

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista-Lucio, 2014).

Se determinó la muestra como de tipo no probabilística, porque esta depende directamente de la toma de decisiones del grupo seleccionado. Para esto, se empleó muestras no probabilísticas a discreción.

Para llevar a cabo la encuesta, se consideró una muestra de 334 posibles emprendedores; la encuesta fue realizada en la ciudad de Guayaquil, en el sector Alborada Norte Alborada 12 etapa Av. Benjamín Carrión. Las preguntas se realizaron con el objetivo de establecer la demanda potencial insatisfecha que tendrían las personas que en algún momento pensaron en emprender o que tuvieron un emprendimiento y fracasaron en el mercado ecuatoriano, sin relacionar el status socioeconómico ni la profesión de las personas.

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Tabla 1 Tamaño de la muestra

Donde: n= tamaño de la muestra z= nivel de confianza deseado p= proporción de la población con característica deseada (éxito) q= proporción de la población sin característica deseada (fracaso) e= nivel de error dispuesto a cometer N= tamaño de la población	Población: 2534 Margen: 5% Nivel de confianza: 95% Tamaño de muestra: 334
---	---

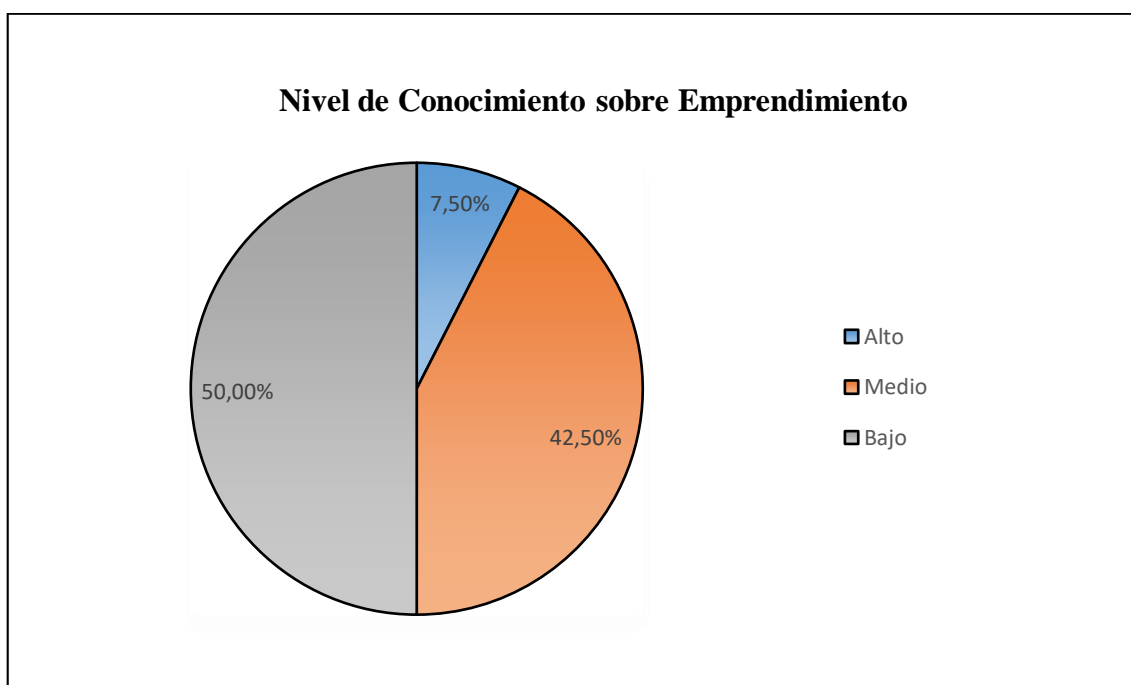
Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

3.7. Análisis de resultados

3.7.1. Resultados de la encuesta

Ítem 1

¿Cómo estima usted su nivel de conocimientos para la creación de una empresa propia?



Nota: Existe un nivel medio sobre conocimiento de emprendimiento.

Ilustración 2 Nivel de Conocimiento sobre Emprendimiento

Tomada de Encuesta, octubre 2021.

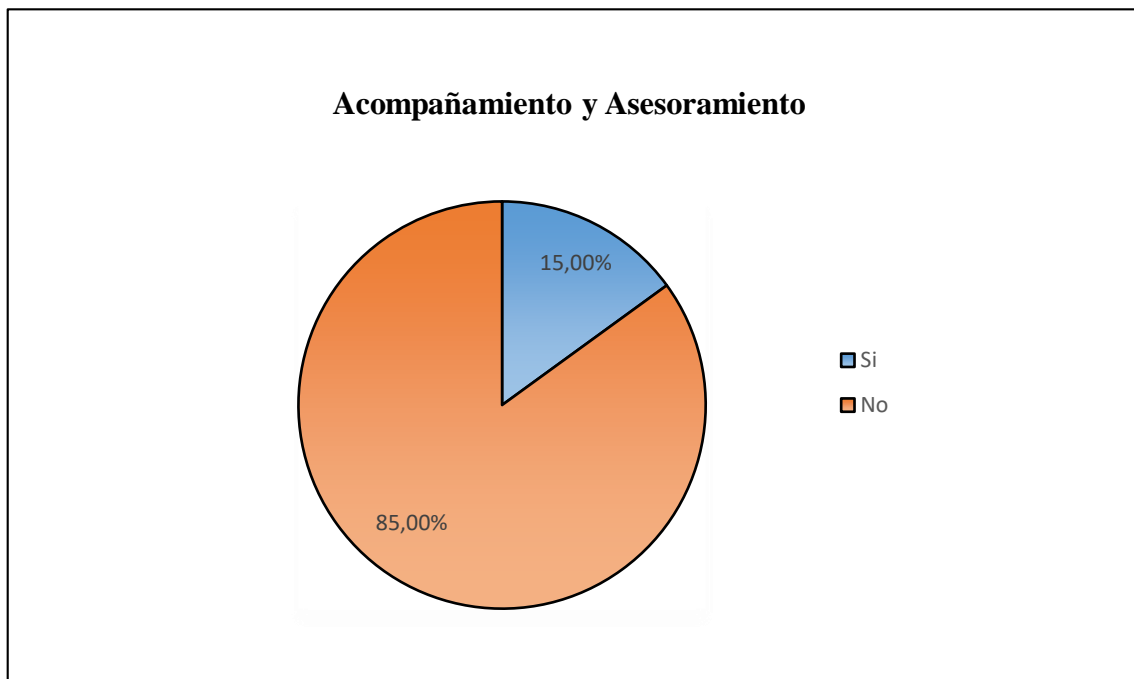
Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Análisis

De las personas encuestadas, 50% respondieron que, creen tener un bajo nivel de conocimientos sobre emprendimiento, mientras que un 42,5% respondieron que, creen tener un bajo nivel en el mismo aspecto, finalmente el 7,5% consideran tener un alto nivel. Con lo que se puede inferir que la gran mayoría de los consultados no poseen los conocimientos requeridos para emprender en un nuevo negocio.

Ítem 2

¿Posee usted el acompañamiento que requiere para crear su propia empresa o emprendimiento?



Nota: Actualmente se necesita asesoramiento para aquellas personas que tienen visión de emprender.

Ilustración 3 Acompañamiento y Asesoramiento

Tomada de Encuesta, octubre 2021.

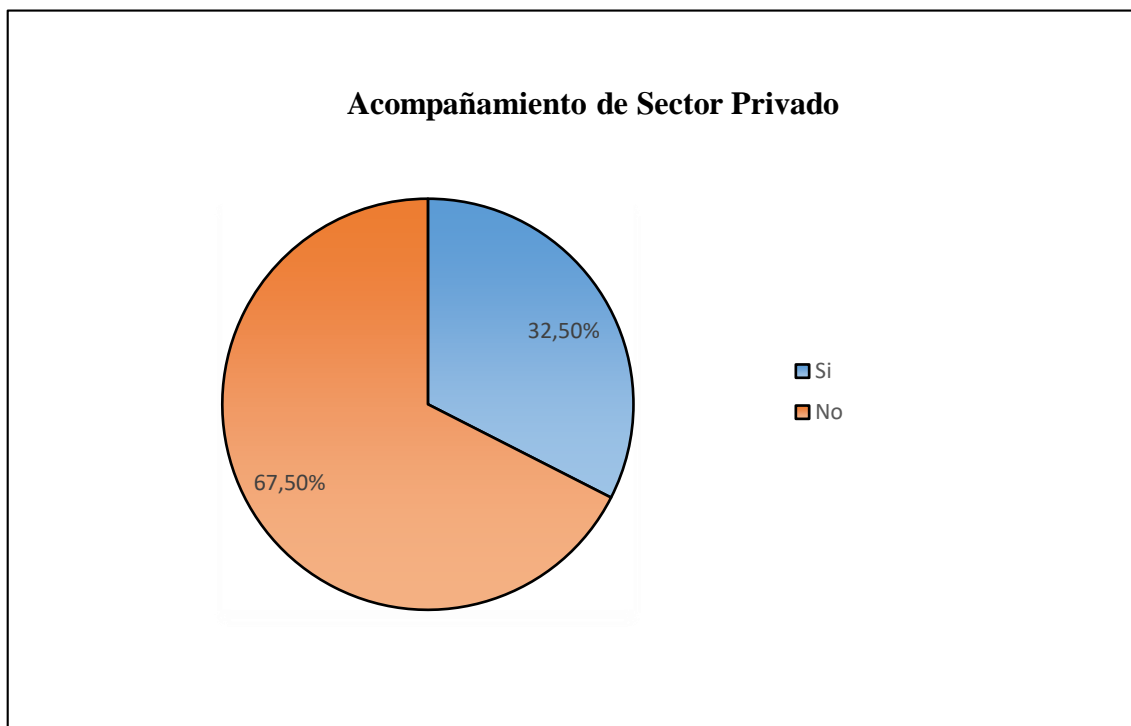
Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Análisis

De las personas encuestadas, tan solo el 15% respondieron que, Si poseen el acompañamiento que requiere para crear su propia empresa o emprendimiento, mientras que un 85% respondieron que No lo tienen. Los resultados nos dicen que la gran mayoría de los consultados no poseen el acompañamiento y asesoramiento para emprender.

Ítem 3

¿Cree usted que el sector privado o alguna entidad no gubernamental brinda acompañamiento que requiere para crear mi propia empresa o emprendimiento?



Nota: Existen pocas entidades que brindan acompañamiento para crear una empresa o emprendimiento.

Ilustración 4 Acompañamiento Sector Privado

Tomada de Encuesta, octubre 2021.

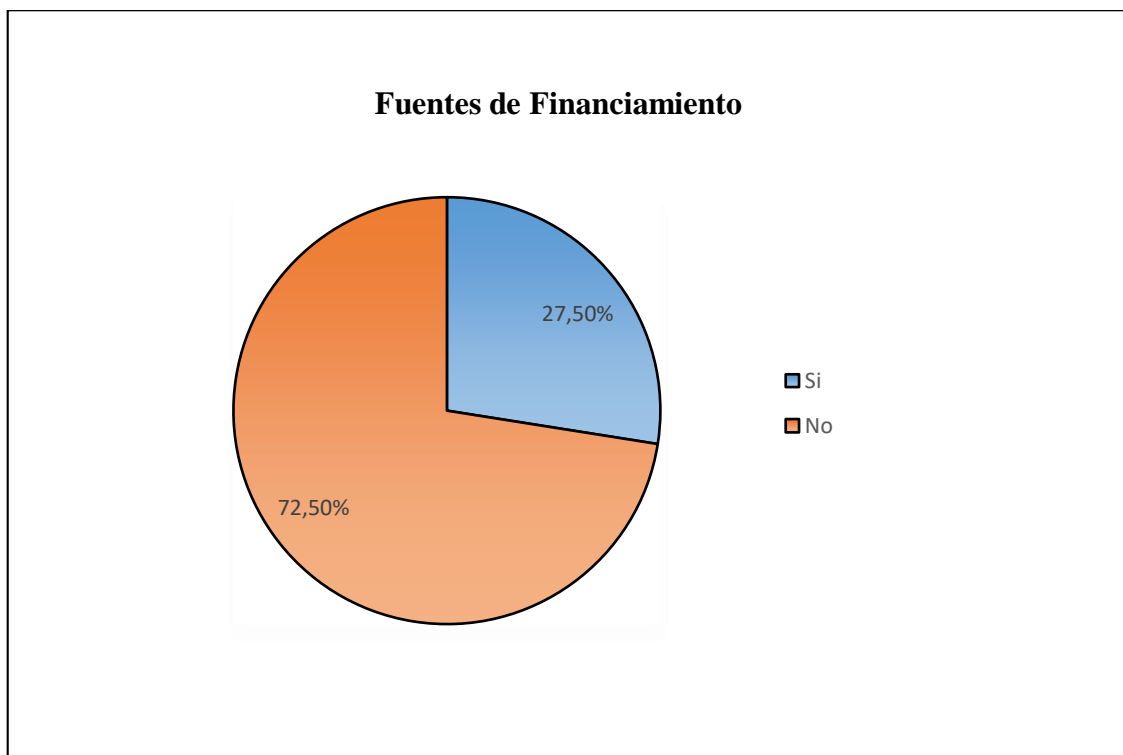
Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Análisis

De las personas encuestadas, el 32,50% respondieron que, Si creen que el sector privado o alguna entidad no gubernamental brinda acompañamiento que requiere para crear mi propia empresa o emprendimiento, mientras que un 67,50% respondieron que No lo consideran así. Los resultados nos dicen que la gran mayoría de los consultados no piensan que el acompañamiento y asesoramiento viene de dicho sector.

Ítem 4

¿Conoce usted entidades que brindan la información necesaria sobre distintas fuentes de financiamiento para crear su propia empresa?



Nota: Si existen entidades que brindan ayuda para obtener financiamiento.

Ilustración 5 Fuentes de Financiamiento

Tomada de Encuesta, octubre 2021.

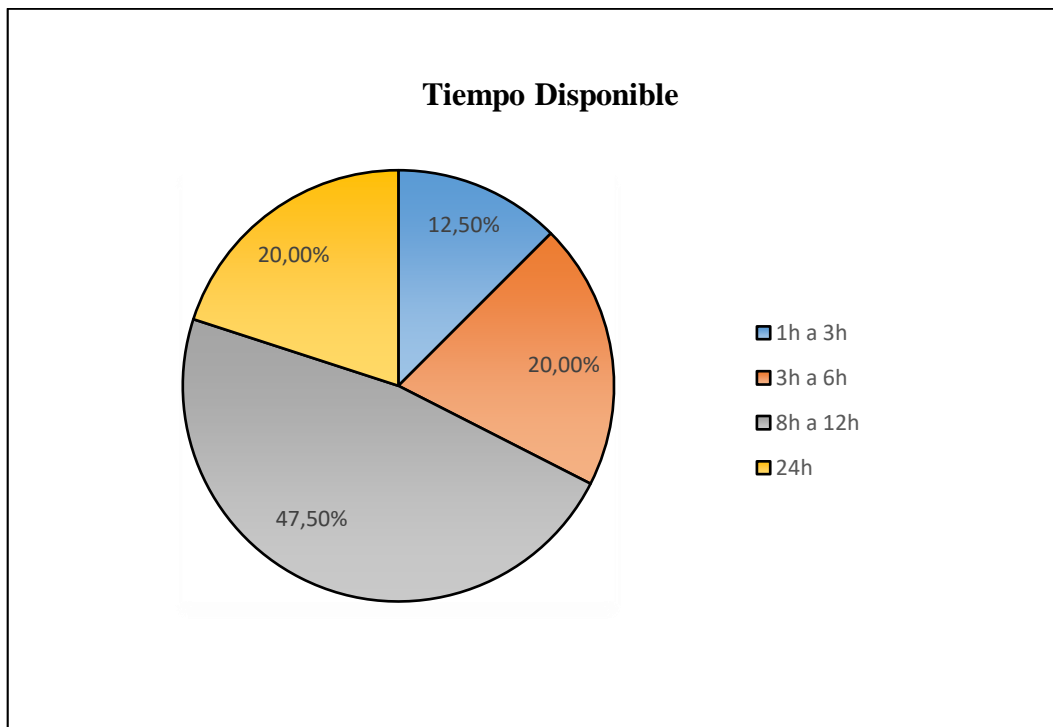
Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Análisis

De las personas encuestadas, el 27,50% respondieron que, Si conocen de entidades que brindan la información necesaria sobre distintas fuentes de financiamiento para crear su propia empresa, mientras que un 72,50% respondieron que No opinan lo mismo. Por lo que se puede decir que la gran mayoría de los consultados no piensan que existe financiamiento para emprender en Guayaquil.

Ítem 5

¿Cuánto tiempo al día tiene disponible para desarrollar su empresa o emprendimiento?



Nota: Es necesario que toda persona que desee emprender, primero debe organizar y planificar.

Ilustración 6 Tiempo Disponible

Tomada de Encuesta, octubre 2021.

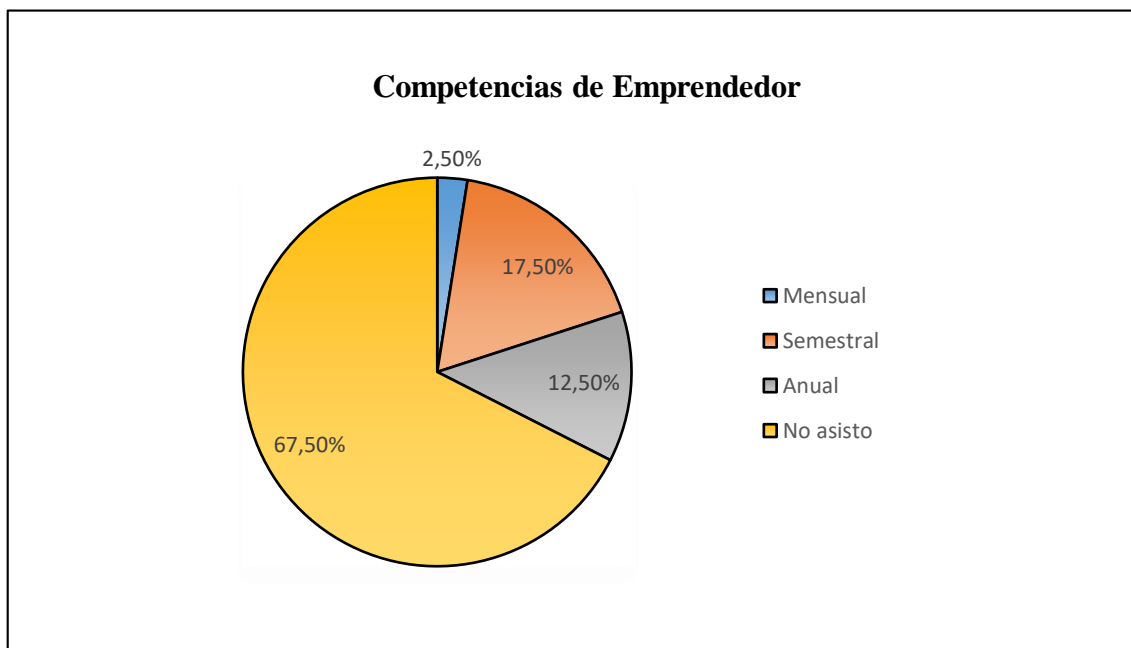
Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Análisis

De las personas encuestadas, tan solo el 12,50% respondieron que, tendrían entre 1 hora y 3 horas de tiempo al día tiene disponible para desarrollar su empresa o emprendimiento, mientras que un 20% respondieron que tendrían entre 3 horas y 6 horas, también, el 47,50% respondió que tendrían entre 8 horas y 12 horas. Finalmente, el 20% indicó tener la totalidad del tiempo disponibles, es decir, 24 horas al día. Se puede inferir que la mayoría de los encuestados estarían dispuestos a destinar la mayor cantidad del tiempo en su emprendimiento.

Ítem 6

¿Con qué frecuencia asistes a charlas, ferias, congresos, seminarios o algún tipo de actividad relacionada a alimentar tus competencias de emprendedor o emprendedora?



Nota: Es necesario que toda persona que va a emprender o tiene su negocio debe capacitarse constantemente

Ilustración 7 Competencias de Emprendedor

Tomada de Encuesta, octubre 2021.

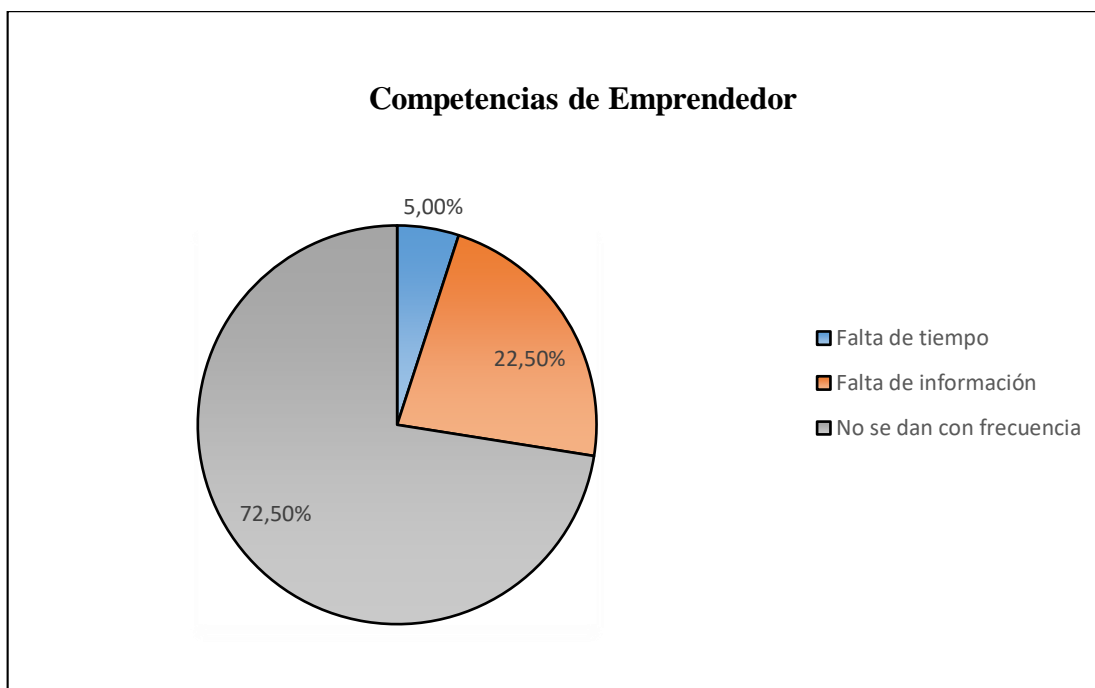
Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Análisis

De las personas encuestadas, tan solo el 2,50% respondieron que, asisten mensualmente a charlas, ferias, congresos, seminarios o algún tipo de actividad relacionada a alimentar tus competencias de emprendedor o emprendedora, mientras que un 17,5% respondieron que asisten semestralmente, el 12,50% respondió que asisten anualmente. Finalmente, el 67,5% indicó no asistir a este tipo de eventos. Se puede inferir que la mayoría de los encuestados, por algún motivo no alimentan sus competencias o capacidades de emprendedores.

Ítem 7

Con relación a la pregunta anterior. ¿Por qué asistes con esa frecuencia o no asistes a charlas, ferias, congresos, seminarios o algún tipo de actividad relacionada a alimentar tus competencias de emprendedor o emprendedora?



Nota: Es necesario asistir a charlas debido a los cambios que presentan siempre en el ámbito comercial.

Ilustración 8 Competencias de Emprendedor

Tomada de Encuesta, octubre 2021.

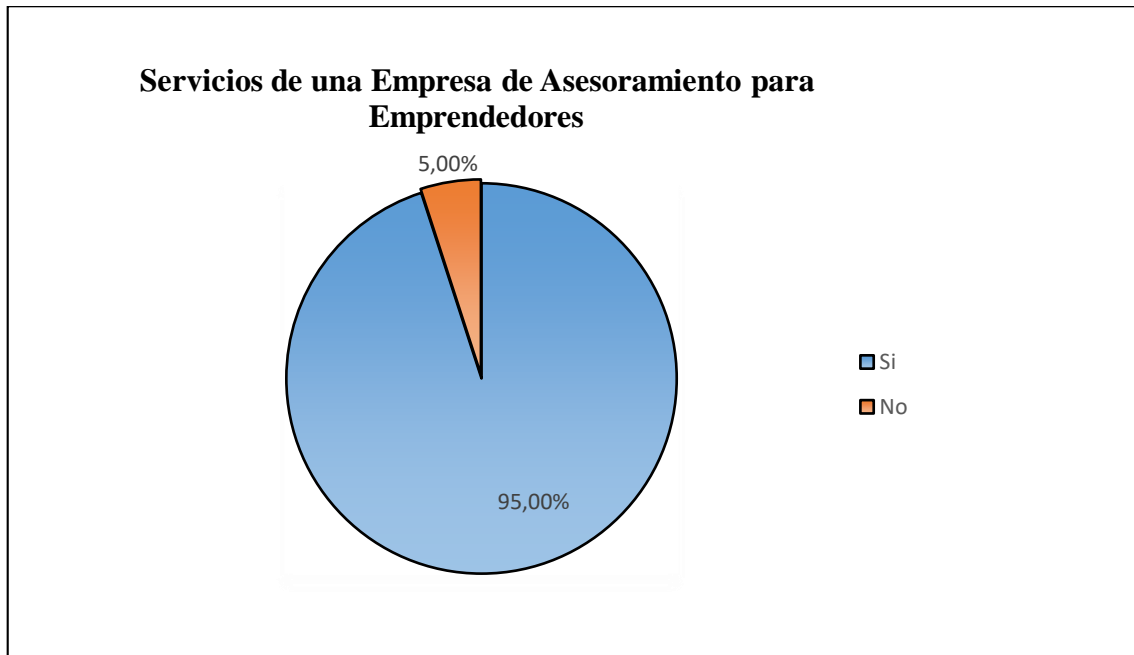
Elaborado por: (Montecel, J. & Salazar, J, 2021)

Análisis

De las personas encuestadas, tan solo el 5% respondieron que, por falta de tiempo asisten con poca frecuencia o no asisten a charlas, ferias, congresos, seminarios o algún tipo de actividad relacionada a alimentar tus competencias de emprendedor o emprendedora, mientras que un 22,5% respondieron que, por falta de información, y el 72,50% respondió que es porque no se dan con frecuencia. Se puede intuir que la mayoría de los encuestados, no encuentra con facilidad este tipo de actividades.

Ítem 8

¿Estarías dispuesto a contratar los servicios de una empresa de asesoramiento para emprendedores antes de crear tu negocio?



Nota: Es importante asesorarnos antes de crear un negocio.

Ilustración 9 Servicios de una Empresa de Asesoramiento para Emprendedores

Tomada de Encuesta, octubre 2021.

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Análisis

De las personas encuestadas, tan solo el 5% respondieron que, NO estarían dispuestos a contratar los servicios de una empresa de asesoramiento para emprendedores antes de crear tu negocio., mientras que un 95% respondieron que, estarían dispuestos de hacerse de estos servicios. Se puede determinar el alto grado de preferencias por los servicios de asesoría a emprendedores.

Ítem 9

¿Cuáles de los siguientes tipos de asesorías estaría usted dispuesto a adquirir para ayudar al rendimiento de su negocio?



Ilustración 10 Tipos de asesorías a adquirir

Tomada de Encuesta, octubre 2021.

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Análisis

De las personas encuestadas, el 64% indicó que estarían dispuestos a adquirir un tipo de capacitación especializada en la asesoría legal y comunicación, el 25% de encuestados se vio interesado en las asesorías de tipo financiero, legal y comunicación, mientras que el 11% restante, deseaban un tipo de asesoría más completo el cual constituye el ámbito legal, financiero, servicio al cliente, relaciones comerciales y comunicación. Esta información será importante para las proyecciones y designación de precios de cada asesoría.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. Tema

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA REPÚBLICA EDUCACIÓN CAPACITACIÓN ENCARGADA DEL ASESORAMIENTO PARA EMPRENDEDORES

4.2. Descripción de la Propuesta

Esta propuesta está basada en la construcción de un plan de negocio para la conformación de una microempresa de asesoramiento para emprendedores. Para la finalización del estudio es necesario conformar una microempresa que será operada por los autores de la investigación, con el fin de administrar las asesorías de todo aspecto a futuros emprendedores de la ciudad de Guayaquil.

Este negocio estará representado legalmente por el señor Montecel Mendoza Juan José, inscrito legalmente como personal natural en el Registro Único de Contribuyente y cuyo nombre comercial será REPÚBLICA EDUCACIÓN CAPACITACIÓN, su actividad comercial será la asesoría de nuevos emprendimientos, y conformación de micro pymes. Para iniciar este negocio el señor Montecel Mendoza Juan José, en común acuerdo con el señor Salazar Pico Jean Carlos, aportarán con \$1000.00 americanos de los Estados Unidos como capital inicial. Su domicilio tributario estará ubicado en la ciudad de Guayaquil, sector Norte, Ciudadela Alborada 12 Etapa Av. Benjamín Carrión Mz. 18 Solar 10; esta ubicación fue elegida estratégicamente ya que es en esta parte de la ciudad donde se ubican la mayor cantidad de emprendedores y nuevos negocios de Guayaquil.

4.2.1. Aspecto Legal

Esta microempresa de asesoría a emprendedores se consolidará como una entidad respetuosa de las leyes y reglamentos que se establecen en la República del Ecuador, destacando cada una de las funciones de sus colaboradores. Cabe resaltar que todo el equipo de trabajo de República Educación Capacitación será externo, es decir, se cancelarán sus honorarios por servicios profesionales dependiendo de la producción de clientes existentes a la fecha.

4.2.2. Tipo de empresa

4.2.2. Tipo de Negocio

Cuando nos referimos a las micro, pequeñas y medianas empresas, nos referimos a una forma de producción en menor escala con características personales o familiares, en el área de comercio, producción o servicios y que cuenta con 1 hasta 15 colaboradores.

Este negocio será operado por una persona natural, quien ejercerá todos los derechos y obligaciones de una empresa a su nombre, con un criterio independiente sobre productos, mercados y precios. Dentro de las opciones de producción esta microempresa se dedicará a actividades de servicios de asesoría para satisfacer las necesidades de pequeñas y medianas empresas, aplicando sus conocimientos.

4.2.3. Socios

Esta idea de negocio fue plasmada por dos profesionales, quienes se asociaron con el objetivo de poder ofrecer un servicio de asesoría, con miras a que en un futuro se pueda contar con más socios o se requiera de más personal, y dependiendo de su crecimiento se pueda llegar a constituir como una persona jurídica, mediante una sociedad.

Participación

Tabla 2 Participación

Colaboradores	Nacionalidad
Montecel Mendoza Juan José	Ecuatoriana
Salazar Pico Jean Carlos	Ecuatoriana

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

4.2.4. La Administración

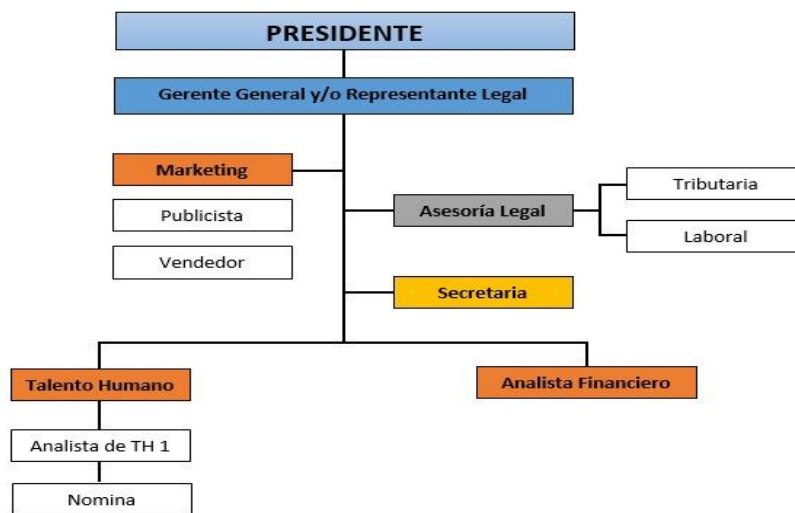
En las oficinas, se adecuará una sala de audiovisuales para las asesorías presenciales de los futuros emprendedores, allí se concentrará la información necesaria para desarrollar las habilidades de los microempresarios, así como también se coordinara la parte operativa por la movilización de los asesores y todo el material necesario para prestar el servicio de las asesorías; de la misma forma se elaboraran todos los informes para cada una de las empresas, así como también funcionara la parte administrativa y comercial.

4.2.4.1. Organigrama

Inicialmente y debido a la pandemia del COVID-19, Montecel Mendoza Juan José y Salazar Pico Jean Carlos o República Educación Capacitación (nombre comercial) decide que durante los 5 primeros años trabajará con personal externo, iniciándose con 3 personas, una secretaria contable administrativa y 2 asesores. A partir del año 2022 se suman 3 colaboradores más, quienes facturan como Honorarios Profesionales.

Sin embargo, se espera que, a partir del año 2026, este grupo de profesionales se consoliden en el mercado y dependiendo de su crecimiento conformen una persona jurídica, para lo cual se proyecta tener el siguiente personal bajo relación de dependencia:

Organigrama de la empresa



Nota: Muestra los niveles

Ilustración 10 Organigrama de la empresa

Elaborado por: Montecel, J & Salazar, J (2021)

4.2.5. Funciones y responsabilidades del personal de REPÚBLICA EDUCACIÓN CAPACITACIÓN

PRESIDENTE

De las funciones del Presidente de la compañía está:

- 1) Construir la planificación de trabajo de la empresa.
- 2) Crear el reglamento que se necesitan para el desarrollo de las asesorías.
- 3) Designar al gerente general de la empresa y nombra al representante legal.
- 4) Controlar, vigilar y revisar el correcto funcionamiento de la empresa.
- 5) Aprobar el presupuesto de la compañía en base a los resultados económicos.

GERENTE GENERAL

De las funciones del Gerente de la compañía está:

- 1) Controla y aprueba el manejo legal
- 2) Ejecutar las normas y estatutos de la compañía
- 3) Emitir informes al presidente de la compañía.
- 4) Establecer un efectivo control en la calidad de las asesorías.
- 5) Recibir informes de los departamentos y remitir el estado (Marketing, Talento Humano y Contable) de la empresa al Presidente de la Compañía

ASESORÍA LEGAL

DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD - CONTADOR

De las funciones del Contador y el Departamento de Contabilidad están:

- 1) Supervisa, controla los ingresos y gastos de la empresa.
- 2) Aprueba financieramente los presupuestos para los proyectos sean ejecutados.
- 3) Emite el Presupuesto en base al informe de cada departamento, y remitirlo al Gerente General.
- 4) Dar el respectivo soporte al departamento Marketing y Ventas, brindando el desembolso para llevar a cabo campañas de comercialización.
- 5) Emite informes mensuales de la labor financiera al gerente general de la compañía

DEPARTAMENTO DE MARKETING Y VENTAS

De las funciones del Gerente Administrativo y el Departamento de Marketing y ventas están:

- 1) Dirige las campañas de comercialización de las asesorías y los planes de marketing
- 2) Coordinar y dar soporte administrativo a todos los niveles de la compañía.
- 3) Crear las campañas de difusión de los medios.
- 4) Abastecer del material necesario para todas las aéreas, además de controlar, vigilar el correcto uso de los mismos

DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO

De las funciones del Departamento de Talento Humano están:

- 1) Elaborará la nómina de la organización.
- 2) Coordina y controla al personal aplicado para los proyectos de asesoría.
- 3) Elaborar rutas de distribución en coordinación con el departamento de ventas para la entrega a clientes.

En cada departamento se incluirá la parte operativa para el funcionamiento de los mismos los cuales se encuentran conformados por analistas y asistentes, analogistas gestores de clientes, además de los encargados de difundir la labor de la compañía.

4.3. Plan Estratégico REPÚBLICA EDUCACIÓN CAPACITACIÓN.

4.3.1. Localización

Las oficinas funcionarán en la ciudad de Guayaquil, en el sector Norte, en la Ciudadela Alborada 12 Etapa Av. Benjamín Carrión Mz 18 Solar 10, esta ubicación fue elegida estratégicamente ya que es en esta parte de la ciudad, en donde se ubican la mayor parte de emprendimientos.

Tabla 3 Valores Profesionales

Valores Profesionales	Transparencia Implica confianza y las relaciones humanas, incluidas las comerciales, se forjan con confianza.
	Diferencia Aportar algo que no aporte nuestra competencia.
	Excelencia La calidad llevada al máximo, eso es la excelencia.
	Responsabilidad Tanto en la vertiente social como en la humanística.

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

4.3.5. Análisis FODA

Fortalezas

- Alta preparación académica del grupo de asesores.
- La ubicación estratégica de sus oficinas.

Debilidades

- Escasa inversión en medios convencionales de comunicación para información de los servicios que se ofrecen.
- Crisis económica del país. Liquidación.
- Poca experiencia en el mercado.

Oportunidades

- Desconocimiento de la población con respecto a negocios
- Escasa información pública referente a nuevos emprendimientos. Por parte de las Cámaras de Comercio o Producción
- Apoyo financiero estatal para nuevas Pymes y Micro pymes. Por parte de Ban Ecuador o alguna otra entidad estatal que apoye a los Emprendedores.

Amenazas

- Los posibles clientes podrían tener éxito sin recibir la asesoría.
- La situación económica pueda limitar la inversión de los emprendedores.
- Incursión por parte de otras empresas al mercado que ofrezcan el mismo servicio.
- Impuesto a la renta del 2% a los microempresarios. Desde enero de este año, el sector micro empresarial paga el 2% del impuesto a la renta (IR) sobre los ingresos, sea que hayan tenido ganancias o pérdidas durante el año.

4.3.6. Posicionamiento

En el posicionamiento se mostrará a los emprendedores las clases de servicios que se ofrecen, cuya importancia es la de colaborar con la economía del país. Para que en el momento de la creación de nuevos emprendimientos estos no quiebren por falta de estrategias de mercado.

Demostrar que el grupo de profesionales brindarán una asesoría confiable, responsable y eficaz, que se proyectan a futuro como fuentes generadoras de empleo directos e indirectos para aquellas personas que no tienen oportunidad laboral inyectando así recursos a la economía social de mercado.

Logotipo de República Educación Capacitación



Ilustración 12 Logotipo de República Educación Capacitación

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

4.4. Plan de Marketing

4.4.1 Producto

REPÚBLICA EDUCACIÓN CAPACITACIÓN, está conformada por profesionales que tienen un enfoque comercial y social, y que a través de su gestión ofrecen una ayuda con respecto al sector de la microempresa por medio de asesorías, ya sean estas en el área de marketing, comunicación e incluso legal o jurídica para la conformación de nuevas empresas o emprendimientos.

Se ofertan paquetes de asesorías en distintos ámbitos y por diferentes periodos. También se ofrece el servicio de capacitación a su nómina de empleados, siendo nuestro producto estrella la atención al usuario. REPÚBLICA EDUCACIÓN CAPACITACIÓN, va a crear para su posterior comercialización en el mercado guayaquileño alianzas con Instituciones Públicas o privadas que puedan acercarlos a potenciales emprendedores, esto a través de las normativas vigentes en el país que dispongan la Superintendencia de compañías, Ministerio de trabajo o Cámara de la producción.

4.4.2 Precio

El precio del producto demuestra la calidad de servicio y el excelente trato al cliente al cual se asesorará, dándose a conocer como profesionales que no solamente pretenden alcanzar un objetivo económico sino también social. Considerando los tiempos

económicos adversos se ofrecen paquetes de asesorías que su precio oscila entre los \$100,00 hasta \$600,00



Ilustración 13 Imagen del producto.
Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

4.4.3 Plaza

Se ofrecen las asesorías de los profesionales en primera instancia dentro de la ciudad de Guayaquil. El tipo de negocio que se maneja es servicio por lo tanto se ha seleccionado como formas de ofertas los siguientes paquetes de asesorías:

Paquete 1: Asesoría Legal y Comunicación (No incluye community manager). Costo de la inversión \$100,00

Paquete 2: Asesoría Legal, Financiera y Comunicación. (Incluye community manager). Costo de la inversión \$250,00

Paquete 3: Asesoría Legal, Financiera, Servicio al cliente, Relaciones comerciales y Comunicación. (Incluye community manager). Costo de la inversión \$ 600,00

4.4.4. Promoción

Para dar a conocer a los servicios que se brindan, se realizarán campañas promocionales indicando claramente el nombre comercial REPÚBLICA EDUCACIÓN CAPACITACIÓN, de esta manera se da inicio al proceso de posicionar en el mercado

como un negocio pionero en este tipo de servicios, para eso se procederá con las campañas en todas las redes sociales, con son: Facebook, Twitter, Instagram, TikTok. El logotipo estará en todo tipo de publicidad y documento legal que se generare con motivo de promociones. Entre las promociones que tenemos es siguiendo el ejemplo del banner mostrado, se planificará una reunión con todos los posibles nuevos emprendedores, a fin de motivarlos para que se atrevan a invertir en su futuro.

4.5 Plan Financiero

El siguiente presupuesto anticipa valores para la puesta en marcha de las operaciones comerciales propuestas por MONTECEL MENDOZA JUAN JOSE y SALAZAR PICO JEAN CARLOS o República Educación Capacitación (nombre comercial).

4.5.1 Mercado meta

El mercado meta será en base a los resultados obtenidos en las encuestas, ya que, por medio de esta información obtenida, se podrá establecer una cantidad de usuarios estimados para el proyecto como también de los precios e ingresos que se obtendría por los mismos. Mediante las encuestas se obtuvo que el 95% de los 334 empresarios encuestados estarían dispuestos a adquirir este tipo de servicio; dando, así como resultado 317 emprendedores. Por otra parte, en la pregunta 9 de la encuesta, se consultó que tipo de asesoría estarían dispuestos a solicitar en lo cual se detallara en la siguiente tabla como se detalla en lo siguiente.

Tabla 4 Estimación de la demanda

Asesorías	Porcentaje	Demanda
Asesoría Legal y Comunicación (No incluye comunnity manager).	64%	203
Asesoría Legal, Financiera y Comunicación. (Incluye comunnity manager).	25%	79
Asesoría Legal, Financiera, Servicio al cliente, Relaciones comerciales y Comunicación. (Incluye comunnity manager)	11%	35

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Como se puede observar en la tabla 4, se obtuvo la demanda para cada tipo de asesoría según la información obtenida en las encuestas, lo cual será necesario para la proyección de las ventas.

4.5.2 Proyección de ingresos

Para la estimación de los ingresos por ventas, en este caso de los usuarios a las asesorías; primeramente, se definió el mercado meta conjuntamente con los precios de cada tipo de asesoría. Estos precios fueron designados según a criterios de los accionistas, acorde al contenido de capacitación.

Tabla 5 Proyección de ventas

PROYECCION DE VENTAS			
Asesorías	Demanda	Precio	Ingresos
Asesoría Legal y Comunicación (No incluye community manager).	203	\$ 100,00	\$ 20.288,00
Asesoría Legal, Financiera y Comunicación. (Incluye community manager).	79	\$ 250,00	\$ 19.812,50
Asesoría Legal, Financiera, Servicio al cliente, Relaciones comerciales y Comunicación. (Incluye community manager)	35	\$ 600,00	\$ 20.922,00
TOTAL INGRESO PRIMER AÑO			\$ 61.022,50

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

4.5.3 Sueldos y Beneficios sociales

Tabla 6 Proyección de sueldos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SOCIO 1	\$ 7.200,00	\$ 7.308,00	\$ 7.417,62	\$ 7.528,88	\$ 7.641,82
SOCIO 2	\$ 7.200,00	\$ 7.308,00	\$ 7.417,62	\$ 7.528,88	\$ 7.641,82
SECRETARIA	\$ 5.100,00	\$ 5.176,50	\$ 5.254,15	\$ 5.332,96	\$ 5.412,95
CAPACITADOR 1	\$ 6.000,00	\$ 6.090,00	\$ 6.181,35	\$ 6.274,07	\$ 6.368,18
CAPACITADOR 2	\$ 6.000,00	\$ 6.090,00	\$ 6.181,35	\$ 6.274,07	\$ 6.368,18
CAPACITADOR 3	\$ 6.000,00	\$ 6.090,00	\$ 6.181,35	\$ 6.274,07	\$ 6.368,18

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Tabla 7 Proyección de Beneficios sociales

BENEFICIOS SOCIALES	
Año 1	\$ 8.987,38
Año 2	\$ 9.122,19
Año 3	\$ 9.259,02
Año 4	\$ 9.397,91
Año 5	\$ 9.538,88

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Para la proyección de los sueldos y beneficios sociales como el aporte al IESS, décimo cuarto, décimo tercero, fondos de reserva y vacaciones; se tomó un indicador del 1,5% que incrementara para cada año, este valor se obtuvo del índice de crecimiento del sueldo básico en los últimos cinco años en el país.

4.5.4 Inversión Inicial

Tabla 8 Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCION	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
RESMAS DE PAPEL	11	\$ 2,32	\$ 25,50
GRAPADORAS	4	\$ 3,00	\$ 12,00
PERFORADORAS	4	\$ 5,00	\$ 20,00
TINTA DE IMPRESORA	3	\$ 5,00	\$ 15,00
FOLDERS	20	\$ 1,00	\$ 20,00
CAJA DE ESFEROS	2	\$ 2,25	\$ 4,50
POSTICKS	5	\$ 1,25	\$ 6,25
TOTAL			\$ 103,25

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Tabla 9 Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL \$
COMPUTADOR DE ESCRITORIO	6	\$ 650,00	\$ 3.900,00
LAPTOP	1	\$ 580,00	\$ 580,00
IMPRESORAS	2	\$ 310,00	\$ 620,00
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACION			\$ 5.100,00

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Tabla 10 Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Proyectores	3	\$ 339,00	\$ 1.017,00
Pantalla de proyección	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Juegos de parlantes multimedia	3	\$ 140,00	\$ 420,00
Teléfono Convencional	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Total de equipos de oficina			\$ 1.717,00

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Tabla 11 Instalaciones

INSTALACIONES		
Alquiler		\$ 600,00
Deposito		\$ 600,00
Agua		\$ 35,00
Luz		\$ 300,00
Telefonía		\$ 30,00
Internet		\$ 50,00
Total de instalaciones		\$ 1.615,00

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Tabla 12 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
Mano de Obra		\$ 3.125,00
Gastos de servicios básicos		\$ 415,00
Alquiler		\$ 600,00
Total capital de trabajo		\$ 7.080,00

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Tabla 13 Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCION		
DETALLE	VALOR	TOTAL
Constitución de la empresa		\$ 185,25
Servicios de Notaria	\$ 110,15	
Registro Mercantil	\$ 30,10	
Nombramiento para representante legal	\$ 20,00	
Escritura de los socios	\$ 25,00	
Permisos Municipales		\$ 170,00
Patente Municipal	\$ 40,00	
Permiso de medio Ambiente	\$ 10,00	
Contrato de arrendamiento notariado	\$ 60,00	
Tasa de habilitación	\$ 60,00	
Total de Activos diferidos		\$ 355,25

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Tabla 14 Inversión total

INVERSION TOTAL	
Equipos de computación	\$ 5.100,00
Suministros de oficina	\$ 1.239,00
Equipos de oficina	\$ 1.717,00
Muebles de oficina	\$ 3.309,34
Instalaciones	\$ 1.615,00
Capital de Trabajo	\$ 7.080,00
Gastos de constitución	\$ 355,25
TOTAL	\$ 20.415,59

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Se obtuvo mediante el cálculo de los diferentes insumos a utilizarse, alquiler del espacio físico donde estará situada la empresa como también de los respectivos permisos de funcionamiento, se obtuvo una inversión inicial de \$20.415.59.

4.5.5 Gastos Operativos

Tabla 15 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Salarios	\$ 37.500,00	\$ 38.062,50	\$ 38.633,44	\$ 39.212,94	\$ 39.801,13
Beneficios sociales	\$ 8.987,38	\$ 9.122,19	\$ 9.259,02	\$ 9.397,91	\$ 9.538,88
Suministros	\$ 103,25	\$ 105,73	\$ 108,27	\$ 110,86	\$ 113,52
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 46.590,63	\$ 47.290,42	\$ 48.000,73	\$ 48.721,71	\$ 49.453,54

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Tabla 16 Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS					
GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad redes sociales	\$ 3.171,60	\$ 3.247,72	\$ 3.325,66	\$ 3.405,48	\$ 3.487,21
Publicidad imprenta	\$ 1.860,00	\$ 1.904,64	\$ 1.950,35	\$ 1.997,16	\$ 2.045,09
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 5.031,60	\$ 5.152,36	\$ 5.276,02	\$ 5.402,64	\$ 5.532,30

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

4.5.6 Amortización del préstamo

La inversión inicial del proyecto asciende a \$20.415.59, de los cuales \$1000 será la aportación por parte de los accionistas de la empresa como capital propio; mientras que el restante de \$19.415.59 se realizará mediante un préstamo bancario a un plazo de 5 años a un interés del 16.42%; siendo los pagos del mismo trimestralmente.

Tabla 17 Tabla de amortización

Nº PERIODO	FECHA DE VENCIMIENTO	PRESTAMO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO FINAL
1	01/03/2022	\$ 19.415,59	\$ 3.348,08	\$ 3.188,04	\$160,04	\$ 19.255,55
2	01/06/2022	\$ 19.255,55	\$ 3.348,08	\$ 3.161,76	\$ 186,32	\$ 19.069,23
3	01/09/2022	\$ 19.069,23	\$ 3.348,08	\$ 3.131,17	\$ 216,91	\$ 18.852,32
4	01/12/2022	\$ 18.852,32	\$ 3.348,08	\$ 3.095,55	\$ 252,53	\$ 18.599,79
5	01/03/2023	\$ 18.599,79	\$ 3.348,08	\$ 3.054,09	\$ 293,99	\$ 18.306
6	01/06/2023	\$ 18.305,80	\$ 3.348,08	\$ 3.005,81	\$ 342,27	\$ 17.964
7	01/09/2023	\$ 17.963,53	\$ 3.348,08	\$ 2.949,61	\$ 398,47	\$ 17.565
8	01/12/2023	\$ 17.565,06	\$ 3.348,08	\$ 2.884,18	\$ 463,90	\$ 17.101
9	01/03/2024	\$ 17.101,16	\$ 3.348,08	\$ 2.808,01	\$ 540,07	\$ 16.561
10	01/06/2024	\$ 16.561,09	\$ 3.348,08	\$ 2.719,33	\$ 628,75	\$ 15.932
11	01/09/2024	\$ 15.932,34	\$ 3.348,08	\$ 2.616,09	\$ 731,99	\$ 15.200
12	01/12/2024	\$ 15.200,35	\$ 3.348,08	\$ 2.495,90	\$ 852,18	\$ 14.348
13	01/03/2025	\$ 14.348,17	\$ 3.348,08	\$ 2.355,97	\$ 992,11	\$ 13.356
14	01/06/2025	\$ 13.356,06	\$ 3.348,08	\$ 2.193,07	\$ 1.155,01	\$ 12.201
15	01/09/2025	\$ 12.201,04	\$ 3.348,08	\$ 2.003,41	\$ 1.344,67	\$ 10.856
16	01/12/2025	\$ 10.856,38	\$ 3.348,08	\$ 1.782,62	\$ 1.565,46	\$ 9.291
17	01/03/2026	\$ 9.290,91	\$ 3.348,08	\$ 1.525,57	\$ 1.822,51	\$ 7.468
18	01/06/2026	\$ 7.468,40	\$ 3.348,08	\$ 1.226,31	\$ 2.121,77	\$ 5.347
19	01/09/2026	\$ 5.346,63	\$ 3.348,08	\$ 877,92	\$ 2.470,16	\$ 2.876
20	01/12/2026	\$ 2.876	\$ 3.348,08	\$ 472,32	\$ 2.875,76	\$ 0

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

4.5.7 Estado de Resultados de República Educación Capacitación

Tabla 18 Estados de Resultados Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	\$ 75.129,00	\$ 76.932,10	\$ 78.778,47	\$ 80.669,15	\$ 82.605,21
COSTOS DE VENTAS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD BRUTA EN VENTA	\$ 75.129,00	\$ 76.932,10	\$ 78.778,47	\$ 80.669,15	\$ 82.605,21
GASTOS OPERACIONALES	\$ 52.162,23	\$ 52.982,78	\$ 53.816,74	\$ 54.664,35	\$ 55.525,84
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 46.590,63	\$ 47.290,42	\$ 48.000,73	\$ 48.721,71	\$ 49.453,54
GASTOS DE VENTAS	\$ 5.031,60	\$ 5.152,36	\$ 5.276,02	\$ 5.402,64	\$ 5.532,30
DEPRECIACION	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 22.966,77	\$ 23.949,32	\$ 24.961,72	\$ 26.004,80	\$ 27.079,37
GASTOS FINANCIEROS	\$ 12.576,52	\$ 11.893,69	\$ 10.639,33	\$ 8.335,06	\$ 4.102,11
INTERES PRESTAMO BANCARIO	\$ 12.576,52	\$ 11.893,69	\$ 10.639,33	\$ 8.335,06	\$ 4.102,11
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 10.390,25	\$ 12.055,63	\$ 14.322,39	\$ 17.669,74	\$ 22.977,26
PARTICIPACIÓN 15%	\$ 1.558,54	\$ 1.808,34	\$ 2.148,36	\$ 2.650,46	\$ 3.446,59
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 8.831,71	\$ 10.247,28	\$ 12.174,04	\$ 15.019,27	\$ 19.530,67
IMPUESTO A LA RENTA 2%	\$ 1.502,58	\$ 1.538,64	\$ 1.575,57	\$ 1.613,38	\$ 1.652,10
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 7.329,13	\$ 8.708,64	\$ 10.598,47	\$ 13.405,89	\$ 17.878,57

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

En el año de función (2021) se puede tomar en cuenta con el tamaño de la muestra 334 cuyo análisis son los encuestados, y nos salió como resultado un déficit de información para la creación y el manejo de un emprendimiento.

Generando un ingreso en el primer año de \$75.129 mediante las proyecciones antes mostradas, se tomó como referencia el crecimiento del pib anual del 2,4% según el boletín macroeconómico emitido por (ASOBANCA, 2021). Este indicador se utilizó para la proyección tanto de los ingresos como gastos para los siguientes años.

En el año 2021 se realizó la adquisición de Activos Fijos e Intangibles por el valor de \$20.415.59 valor que fue financiado a través de un préstamo bancario a 5 años plazo, con una tasa del 16,42% de interés anual.

4.5.5 Depreciación de Activos Fijos

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS POR EL MÉTODO DE LÍNEA RECTA

% Valor Residual: 10%

DEPRECIACIÓN	VALOR DEL ACTIVO	%V.R.	VALOR A			DEPREC. AÑO 1	DEPREC. AÑO 2	DEPREC. AÑO 3	DEPREC. AÑO 4	DEPREC. AÑO 5	SALDO POR DEPRECIAR
			VALOR RESIDUAL	DEPRECIA R	AÑOS DE VIDA ÚTIL						
MUEBLES DE OFICINA	2.000,00	10	200,00	1.800,00	10	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	900,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.000,00	10	200,00	1.800,00	5	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	-
TOTAL	4.000,00		400,00	3.600,00		540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	900,00

Ilustración 14: Depreciación de Activos Fijos

Elaborado por: Montecel, J, & Salazar, J, (2021)

El método a aplicarse para la depreciación de los activos fijos es el de línea recta, con un 10% de valor residual.

4.5.8 Punto de Equilibrio

Tabla 19 Punto de Equilibrio

Variables	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	\$61.022,50	\$62.487,04	\$63.986,73	\$65.522,41	\$67.094,95
Costos					
Variables	\$8.940,00	\$9.654,56	\$9.924,27	\$10.204,25	\$10.495,13
Costos Fijos	\$33.081,60	\$38.470,45	\$38.652,49	\$38.723,56	\$38.657,59
P.E. %	64%	73%	71%	70%	68%
P.E. Clientes	108	126	127	127	127
P.E. \$	\$38.760,08	\$45.500,51	\$45.747,94	\$45.866,70	\$45.825,75

Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

4.5.9 Estado de Flujo de Efectivo

REPÚBLICA EDUCACIÓN CAPACITACIÓN

Estado de Flujo de Efectivo

	2021	2022	2023	2024	2025
SALDO DE CAJA	\$ 7.053,33	\$ 7.750,01	\$ 8.385,48	\$ 8.888,64	\$ 9.128,36
Saldo inicial de caja	\$ 20.415,59				
FLUJOS DE EFECTIVO OPERATIVOS					
INGRESOS					
Cobros por ventas al contado	\$ 75.129,00	\$ 76.932,10	\$ 78.778,47	\$ 80.669,15	\$ 82.605,21
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	\$ 75.129,00	\$ 76.932,10	\$ 78.778,47	\$ 80.669,15	\$ 82.605,21
EGRESOS					
Gastos Administrativos	\$ 46.590,63	\$ 47.290,42	\$ 48.000,73	\$ 48.721,71	\$ 49.453,54
Gastos de Ventas	\$ 5.031,60	\$ 5.152,36	\$ 5.276,02	\$ 5.402,64	\$ 5.532,30
Utilidades 15%	\$ 1.558,54	\$ 1.808,34	\$ 2.148,36	\$ 2.650,46	\$ 3.446,59
Pagos de impuestos	\$ 1.502,58	\$ 1.538,64	\$ 1.575,57	\$ 1.613,38	\$ 1.652,10
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	\$ 54.683,35	\$ 55.789,76	\$ 57.000,67	\$ 58.388,19	\$ 60.084,53
FLUJOS DE EFECTIVO DE INVERSIÓN					
INGRESOS					
Cobros por ventas de activo fijo					
TOTAL INGRESOS DE INVERSIÓN	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
EGRESOS					
FLUJOS DE EFECTIVO FINANCIEROS					
INGRESOS					
Cobros por intereses	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL INGRESOS FINANCIEROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
EGRESOS					
Pagos de intereses	\$ 12.576,52	\$ 11.893,69	\$ 10.639,33	\$ 8.335,06	\$ 4.102,11
Pagos de préstamos bancarios	\$ 815,80	\$ 1.498,63	\$ 2.752,99	\$ 5.057,26	\$ 9.290,21
TOTAL EGRESOS FINANCIEROS	\$ 13.392,32	\$ 13.392,32	\$ 13.392,32	\$ 13.392,32	\$ 13.392,32
TOTAL EGRESOS	\$ 68.075,67	\$ 69.182,08	\$ 70.392,99	\$ 71.780,51	\$ 73.476,85

Ilustración 15: Estado de Flujo de Efectivo
Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

4.5.10 Van, Tir Y Paypack

VAN:

El valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento generará beneficios, por lo tanto, el valor va a ser favorable para la inversión que se va a realizar.

TIR:

En este caso la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión, por lo tanto, el proyecto de inversión será aceptado.

Pay Back:

Calcula el tiempo que tardamos en recuperar la inversión inicial en un proyecto, de acuerdo a lo proyectado se podrá recuperar en poco tiempo la inversión inicial.

INVERSIÓN INICIAL: 20.415,59
Costo de Capital: 16,42%

AÑOS	FLUJO INGRESOS	FLUJO EGRESOS	FLUJO DE EFECTIVO NETO
1	75.129,00	68.075,67	7.053,33
2	76.932,10	69.182,08	7.750,01
3	78.778,47	70.392,99	8.385,48
4	80.669,15	71.780,51	8.888,64
5	82.605,21	73.476,85	9.128,36
TOTAL	\$ 394.113,92	\$ 352.908,11	

VAN \$46.613,39

TIR 27,51%

PERÍODO DE RECUPERACIÓN		
AÑOS	FLUJOS	ACUMULADO
INV.	(20.415,59)	
1	7.053,33	7.053,33
2	7.750,01	14.803,35
3	8.385,48	23.188,82
4	8.888,64	32.077,46
5	9.128,36	41.205,81

PB 1,91 años

Ilustración 16: Calculo Van, Tir y Paypack Elaborado por: Montecel, J. & Salazar, J, (2021)

Obteniendo un VAN de \$46.613.39 positivo, una tasa interna de retorno del 27.51% y un periodo de recuperación de la inversión en 1.9 años; se puede decir que el actual plan de negocios es viable.

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el proyecto de investigación titulado, Plan de Negocio para la creación de una Empresa de Asesoramiento para Emprendedores se llegó a las siguientes conclusiones:

Si bien es cierto los referentes teóricos sobre un Plan de negocio sustentan la investigación, existen actualmente en el mercado nacional muy pocas empresas que se dedican al asesoramiento empresarial integral, también llamadas, incubadoras de negocios; pero como tal, empresa de asesoramiento de emprendedores, República Educación Capacitación se enfocara en el desarrollo del negocio.

Por este motivo se realiza la contratación de profesionales netamente capacitados, y facilitándoles las herramientas y los conocimientos, captando la atención de los emprendedores, llegando a generar una futura afinación con el cliente.

La situación actual del mercado para empresas de asesoramiento a emprendedores es óptima, denotando en el ejercicio contable proyectado una tasa interna de retorno del 27,51% y se estima que el tiempo que se tardará en recuperar la inversión inicial es de aproximadamente 2 años.

Finalmente se logró determinar la viabilidad financiera del negocio, es decir, el negocio generará beneficios, obteniendo un TIR del 27,51%, la inversión va a ser favorable de acuerdo con el VAN manteniendo números positivos y la proyección económica a futura.

RECOMENDACIONES

Al concluir la investigación, Plan de Negocio para la creación de una Empresa de Asesoramiento para Emprendedores se recomienda lo siguiente:

Se sugiere probar con distintas estrategias de negocios, así como actualizar periódicamente la estructura organizacional puesto que debe ajustarse a la situación actual del mercado y a las exigencias de los clientes.

El estudio muestra que la situación actual del mercado para empresas de asesoramiento a emprendedores es óptima, sin embargo, se recomienda, realizar de forma habitual el mantenimiento a los activos de la empresa, a fin de poder brindar a un servicio eficiente.

La investigación de información necesaria que brindan los entes de control, con el fin de saber qué dirección lleva el proyecto, los riesgos que esto conlleva y qué estrategias se debería seguir para la búsqueda de los objetivos empresariales.

Es recomendable por el impacto de las MIPYMES en el país, instrumentar acciones para mejorar el entorno económico y apoyar directa e indirectamente a las empresas, con el propósito de crear las condiciones que contribuyan a su establecimiento, desarrollo y consolidación.

En la investigación está definida por etapas la estructura del plan de negocio, no obstante, se exhorta revisar, por lo menos, anualmente las estrategias de publicidad y mercado, a fin de aumentar la utilidad de la empresa y mantener satisfechos a los clientes.

El trabajo indagatorio logró determinar la viabilidad financiera del negocio y una inversión favorable, es recomendable reunirse de forma continua con los colaboradores, en todos los niveles jerárquicos, con la finalidad de intercambiar ideas y aportar con el crecimiento sostenido de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alviz, M. (2017). Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito: casos de estudio en empresarios de Ibagué, Tolima. . *Pensamiento & Gestión*, (43), 89-127.
- Araque, Y. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. . *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (84), 43-61.
- Arellano, J. (2018). Marketing digital y las finanzas de las pymes. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 6(12), 100-106.
- AVAL. (2019). *Situación de las empresas en la provincia del Guayas*. Obtenido de <https://www.aval.ec/informacion-general-de-empresas/situacion-de-las-empresas-en-la-provincia-del-guayas/>
- Barragán, M. (2017). Innovación y emprendimiento, y su relación con el desarrollo local del pueblo de Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador. *Información tecnológica*, 28(6), , 71-80.
- Bravo, I. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. . *Revista Economía y Política*, (33), 139-155.
- Briceño, J. (2017). Emprendimiento social: una aproximación teórica-práctica. . *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 3-18.
- Carrillo, A. (2015). POBLACIÓN Y MUESTRA. *REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO*.
- Carvajal, C. (2017). La importancia de las PYMES en el Ecuador. . *Observatorio de la economía latinoamericana*, (232).
- Chirinos, Y. (2018). Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las PYMES. *Revista Espacios*, 39(07).
- Contreras , R. (2019). *Emprendimiento dimensiones sociales y culturales en las mipymes*. Guanajuato: Pearson.
- Delgado, D. (2018). Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 18.
- Duarte, T. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. . *Scientia et technica*, 15(43), 326-331.
- García Alonso, R. (2020). El Emprendimiento Social en el marco de la Alianza del Pacífico. Revesco. . *Revista de Estudios Cooperativos*, (133), e67341.
- García, M. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), , 88-103.

- García, R. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos en la sociedad del conocimiento*, 5(12).
- Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista-Lucio. (2014). En *Metodología de la Investigación (6ª ed., pp.)*. México: McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. . México.: McGrawHill.
- Hoyos-Estrada, S. (2020). Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PYMES en Colombia en tiempo del Covid-19. *Revista científica anfibios*, 3(1), 39-46.
- Martínez, M. (2018). La dinámica empresarial y el emprendimiento, factores determinantes para el desarrollo del ciclo de vida de las pymes. . *Revista Publicando*, 5(15 (2)), 308-325.
- Núñez, A. (2017). Competencias emprendedoras en Básica Primaria: Hacia una educación para el emprendimiento. . *Pensamiento & gestión*, (43), 150-188.
- Ovalles, T. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), , 217-234.
- Quintero Reatiga, J. (2018). Las PYMES en Colombia y las Barreras para su Desarrollo y Perdurabilidad.
- Quispe-Otacoma, & Padilla-Martínez. (2017). Tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial de pymes comerciales. . *Ingeniería Industrial*, 38(1), 81-92.
- Rajadell, M. (2019). *Creatividad: Emprendimiento y mejora continua*. . Reverte.
- Rojas, L. (2017). *Situación del financiamiento a Pymes y empresas nuevas en América Latina*.
- Ther Ríos, F. (2017). Ensayo sobre el uso de la encuesta: hermenéutica y reflexividad de la técnica investigativa. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (8), 17-27. Obtenido de <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2004.n8-02>
- Tovar Posso. (2018). Metodología para valoración financiera de Pymes colombianas utilizando flujos de efectivo. . *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 18(35), 139-162.
- Trujillo, R. (2018). Administración de recursos humanos: factor estratégico de productividad empresarial en pymes de Barranquilla. *Revista Venezolana de Gerencia*, , 23(82), 377-391.
- Valencia, A. (Junio de 2013). *Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009>

Anexo 1

Formato de la encuesta

ENCUESTA PARA PLAN DE NEGOCIOS DIRIGIDA A POTENCIALES EMPRENDEDORES DEL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL.

OBJETIVO: El objetivo principal de la presente encuesta, es el determinar el grado de aceptación de una empresa de asesoramiento para emprendedores.

Preguntas:

1. ¿Cómo estima usted su nivel de conocimientos para la creación de una empresa propia?

Alto

Medio

Bajo

2. Posee usted el acompañamiento que requiere para crear su propia empresa o emprendimiento.

SI NO

3. Cree usted que el sector privado o alguna entidad no gubernamental brinda acompañamiento que requiere para crear mi propia empresa o emprendimiento.

SI NO

4. Conoce usted entidades que brindan la información necesaria sobre distintas fuentes de financiamiento para crear su propia empresa

SI NO

5. ¿Cuánto tiempo al día tiene disponible para desarrollar su empresa o emprendimiento?

1h a 3h

3h a 8h

8h a 12h

24h

6. ¿Con qué frecuencia asistes a charlas, ferias, congresos, seminarios o algún tipo de actividad relacionada a alimentar tus competencias de emprendedor o emprendedora?

Mensual

Semestral

Anual

No asisto

7. Con relación a la pregunta anterior. ¿Por qué asistes con esa frecuencia o no asistes a charlas, ferias, congresos, seminarios o algún tipo de actividad relacionada a alimentar tus competencias de emprendedor o emprendedora?

Falta de tiempo Falta de información No se dan con frecuencia

8. Estarías dispuesto a contratar los servicios de una empresa de asesoramiento para emprendedores antes de crear tu negocio.

SI NO

Gracias por sus respuestas