



**UNIVERSIDAD TECNICA DE
COTOPAXI**

**UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANISTICAS.**

INGENIERIA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL EN EL
CANTÓN LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniería Comercial

Autores:

Pacheco Hinojosa Jeanneth Alexandra

Salme Jácome Trajano Paúl

Director:

Ing. Lorena Chuquilla

Latacunga - Ecuador
Julio 2011
AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL EN EL CANTÓN LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI.”**, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
Pacheco Hinojosa Jeanneth Alexandra
C.I. 050306626 – 8

.....
Salme Jácome Trajano Paúl
C.I. 050273132 – 6

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL EN EL CANTÓN LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI”, de Pacheco Hinojosa Jeanneth Alexandra y Salme Jácome Trajano Paúl, egresados de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Grado, que el Honorable Consejo Académico de la Carrera de Ciencias Administrativas, Humanísticas y del Hombre de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Julio, 2011

El Director

.....
Ing. Lorena Chuquilla



UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y HUMANISTICAS
Latacunga- Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, los postulantes: Pacheco Hinojosa Jeanneth Alexandra, Salme Jácome Trajano Paúl con el titulo de tesis **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL EN EL CANTÓN LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI”** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los meritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga 9 de Noviembre del 2011

Para constancia firman:

.....
Ing. Ibeth Jácome
PRESIDENTE

.....
Ing. Ruth Hidalgo
MIEMBRO

.....
Nombres del Miembro de Tribunal
PROFESIONAL EXTERNO

.....
Econ. Guido Santamaría
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

La presente Tesis es un esfuerzo en el cual, directa o indirectamente, participaron varias personas leyendo, opinando, corrigiendo, teniendo paciencia, dando ánimo, acompañando en los momentos de crisis y en los momentos de felicidad.

En primer lugar agradecemos a Dios, por habernos puesto en este mundo y por habernos hecho unas personas de bien.

En especial agradecemos a nuestros padres, quienes han sido un apoyo moral y por creer en nosotros, y que con su perseverancia no han permitido que desfallezcamos en la realización del trabajo investigativo.

Nuestros sinceros agradecimientos están dirigidos hacia todos los profesores a quienes les debemos gran parte de nuestros conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza.

Y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abrió y abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Jeanneth Pacheco y Paúl Salme

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo a Dios que me ha dado la vida y fortaleza para terminar este proyecto de investigación.

A mis padres Jorge y Gladys por su comprensión y ayuda en momentos malos y menos malos.

Me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

Para mi hijo, Sebastián, por ser lo mejor que me ha pasado, y ha venido a este mundo a ser mi razón de ser y mi inspiración para alcanzar mis objetivos.

Es sin duda mi referencia para el presente y para el futuro.

Jeanneth

DEDICATORIA

Este trabajo investigativo está dedicado a mis padres, por el esfuerzo y sacrificio diario, por su ejemplo de trabajo y responsabilidad, por la motivación y perseverancia que me han inculcado en los buenos y malos momentos.

Por los valores que me han inculcado desde temprana edad; y a Dios porque sin sus bendiciones nada sería posible.

Paúl

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PRELIMINARES

| | |
|---------------------------------|------------|
| PORTADA | Pág. i |
| AUTORIA..... | Pág. ii |
| AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS..... | Pág. iii |
| APROVACIÓN DEL TRIBUNAL..... | Pág. iv |
| AGRADECIMIENTO..... | Pág. v |
| DEDICATORIA..... | Pág. vii |
| ÍNDICE..... | Pág. xiv |
| RESUMEN | Pág. xvi |
| ABSTRACT..... | Pág. xviii |
| INTRODUCCIÓN | Pág. xx |

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

| | |
|--|---------|
| | Pág. 1 |
| 1.1. Gestión Administrativa | Pág. 2 |
| 1.1.1. Elementos de la Gestión Administrativa..... | Pág. 2 |
| 1.1.1.1. Planeación | Pág. 2 |
| 1.1.1.1.1. Elementos de la planeación | Pág. 4 |
| 1.1.1.1.2. Organización | Pág. 5 |
| 1.1.1.1.3. Dirección | Pág. 5 |
| 1.1.1.1.4. Control | Pág. 6 |
| 1.2. Proyectos..... | Pág. 6 |
| 1.2.1. Estructura de un proyecto | Pág. 6 |
| 1.2.1.1. Definición o reconocimiento del problema..... | Pág. 7 |
| 1.2.1.2. Definición del objetivo meta del proyecto..... | Pág. 7 |
| 1.2.1.3. Recopilación del a información relevante..... | Pág. 7 |
| 1.2.1.4. Identificación de las opciones factibles | Pág. 7 |
| 1.2.1.5. Selección de los criterios para juzgar el proyecto..... | Pág. 7 |
| 1.2.2. Tipos de proyectos | Pág. 7 |
| 1.2.2.1. Según su carácter | Pág. 8 |
| 1.2.2.2. Según el sector de la economía a la cual están dirigidos... | Pág. 9 |
| 1.2.2.3. Según el objetivo..... | Pág. 10 |
| 1.2.2.4. Según el ejecutor..... | Pág. 10 |
| 1.2.2.5. Ciclo de vida de los proyectos | Pág. 12 |
| 1.2.2.6. Proyectos de inversión..... | Pág. 12 |
| 1.2.3. Tipos de proyectos de inversión..... | Pág. 12 |
| 1.2.3.1. Proyectos de inversión privada..... | Pág. 12 |
| 1.2.3.2. Proyectos de inversión pública..... | Pág. 13 |
| 1.2.3.3. Proyectos de inversión social..... | Pág. 13 |
| 1.3. Estudio de mercado..... | Pág. 14 |
| 1.3.1. Análisis de la demanda..... | Pág. 15 |
| 1.3.1.1. Métodos de proyección de la demanda..... | Pág. 15 |
| 1.3.2. Análisis de la oferta..... | Pág. 16 |
| 1.3.2.1. Tipos de oferta..... | Pág. 16 |
| 1.3.3. Análisis de los precios | Pág. 17 |
| 1.3.4. Análisis de comercialización | Pág. 17 |
| 1.3.4.1. Canales de distribución | Pág. 18 |
| 1.4. Estudio técnico | Pág. 19 |
| 1.4.1. Los equipos | Pág. 19 |
| 1.4.2. Las obras físicas..... | Pág. 19 |
| 1.4.3. El personal..... | Pág. 20 |
| 1.4.4. Los insumos | Pág. 20 |
| 1.4.5. El tamaño del proyecto..... | Pág. 21 |
| 1.4.6. La localización del proyecto..... | Pág. 22 |

| | | |
|-----------|---|---------|
| 1.5. | Estudio financiero..... | Pág. 22 |
| 1.5.1. | Presupuesto de inversión | Pág. 23 |
| 1.5.1.1. | Inversiones fijas..... | Pág. 24 |
| 1.5.1.2. | Inversiones diferidas | Pág. 25 |
| 1.5.2. | Capital de trabajo..... | Pág. 26 |
| 1.5.2.1. | Métodos para calcular el capital de trabajo | Pág. 27 |
| 1.5.2.2. | Componentes del capital de trabajo | Pág. 28 |
| 1.5.3. | Costos de producción | Pág. 28 |
| 1.5.4. | Costos de fabricación..... | Pág. 28 |
| 1.5.5. | Costo directo..... | Pág. 29 |
| 1.5.6. | Gastos de fabricación | Pág. 30 |
| 1.5.7. | Otros gastos indirectos | Pág. 30 |
| 1.5.8. | Gastos de administración | Pág. 32 |
| 1.5.9. | Gastos de ventas | Pág. 32 |
| 1.5.9.1. | Gastos de comercialización | Pág. 32 |
| 1.5.9.2. | Gastos de distribución..... | Pág. 32 |
| 1.5.10. | Costos financieros | Pág. 33 |
| 1.5.11. | Ingresos | Pág. 33 |
| 1.5.12. | Punto de equilibrio | Pág. 33 |
| 1.5.13. | Criterios de evaluación..... | Pág. 34 |
| 1.5.13.1. | Valor actual neto (VAN) | Pág. 35 |
| 1.5.13.2. | Tasa interna de retorno (TIR) | Pág. 35 |
| 1.5.13.3. | Relación costo beneficio (RCB) | Pág. 36 |
| 1.5.14. | Flujo de caja | Pág. 36 |
| 1.5.14.1. | Elementos del flujo de caja | |

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

| | | |
|----------|--|---------|
| | | Pág. 37 |
| 2.1. | Introducción | Pág. 39 |
| 2.2. | Objetivos del estudio de mercado | Pág. 39 |
| 2.3. | Identificación del mercado..... | Pág. 40 |
| 2.4. | Características del servicio..... | Pág. 41 |
| 2.5. | Usos y especificaciones del servicio..... | Pág. 43 |
| 2.6. | Mercado objetivo..... | Pág. 43 |
| 2.6.1. | Segmentación del mercado..... | Pág. 44 |
| 2.6.2. | Características de los consumidores..... | Pág. 44 |
| 2.6.2.1. | Gustos y preferencias..... | Pág. 45 |
| 2.7. | Aplicación de los instrumentos de investigación..... | Pág. 45 |
| 2.7.1. | Recolección de datos | Pág. 45 |
| 2.7.2. | Calculo del tamaño de la muestra..... | Pág. 47 |
| 2.7.3. | Elaboración de la encuesta..... | Pág. 47 |
| 2.7.4. | Procesamiento de datos codificación y tabulación | Pág. 61 |
| 2.8. | Análisis de la demanda | Pág. 61 |

| | |
|--|---------|
| 2.8.1. Demanda actual del servicio..... | Pág. 61 |
| 2.8.2. Demanda proyectada..... | Pág. 64 |
| 2.9. Análisis de la oferta del mercado..... | Pág. 65 |
| 2.9.1. Oferta histórica del servicio..... | Pág. 66 |
| 2.9.2. Proyección de la oferta..... | Pág. 68 |
| 2.9.3. Demanda insatisfecha | Pág. 70 |
| 2.10. Análisis de precios..... | Pág. 70 |
| 2.10.1. Precios promedios actuales | Pág. 71 |
| 2.10.2. Precio del servicio..... | Pág. 71 |
| 2.10.3. Márgenes de precios..... | Pág. 71 |
| 2.11. Análisis de comercialización del servicio..... | Pág. 72 |
| 2.11.1. El producto – El servicio..... | Pág. 73 |
| 2.11.2. El precio..... | Pág. 73 |
| 2.11.3. La plaza o punto de venta..... | Pág. 74 |
| 2.11.4. Promoción y publicidad..... | |

CAPITULO III PROPUESTA

3. ESTUDIO TECNICO

| | |
|---|---------|
| | Pág. 75 |
| 3.1. Introducción | Pág. 75 |
| 3.2. Objetivos del estudio técnico..... | Pág. 76 |
| 3.3. Tamaño del proyecto | Pág. 76 |
| 3.3.1. Factores determinantes del tamaño del proyecto | Pág. 76 |
| 3.3.1.1. El mercado..... | Pág. 77 |
| 3.3.1.2. Disponibilidad de recursos financieros | Pág. 78 |
| 3.3.1.3. Disponibilidad de mano de obra..... | Pág. 78 |
| 3.3.1.4. Disponibilidad de recursos básicos..... | Pág. 78 |
| 3.4. Localización del proyecto..... | Pág. 78 |
| 3.4.1. Macro localización..... | Pág. 79 |
| 3.4.2. Micro localización..... | Pág. 81 |
| 3.5. Ingeniería del proyecto..... | Pág. 82 |
| 3.5.1. Procesos que generan valor | Pág. 83 |
| 3.5.1.1. Procesos de Asesoría y Consultoría..... | Pág. 84 |
| 3.5.1.2. Descripción del proceso de Asesoría y Consultoría..... | Pág. 85 |
| 3.5.1.3. Contratación de asesores (Capital Humano)..... | Pág. 86 |
| 3.5.1.4. Descripción del proceso de contratación de asesores..... | Pág. 87 |
| 3.5.1.5. Proceso de difusión (Marketing)..... | Pág. 88 |
| 3.5.1.6. Descripción del proceso de difusión | Pág. 89 |
| 3.5.1.7. Proceso de facturación | Pág. 90 |
| 3.5.1.8. Descripción del proceso de facturación | Pág. 90 |
| 3.5.1.9. Proceso de comercialización | Pág. 91 |
| 3.6. Distribución de la planta..... | Pág. 91 |
| 3.7. Estudio de materiales e insumos..... | Pág. 91 |
| 3.7.1. Requerimiento de mano de obra..... | Pág. 92 |

| | |
|---|---------|
| 3.7.2. Requerimiento de insumos | Pág. 93 |
| 3.7.3. Requerimiento de activos fijos..... | Pág. 93 |
| 3.7.3.1. Activos fijos no depreciables..... | Pág. 94 |
| 3.7.3.2. Activos fijos depreciables..... | |

4. LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

| | |
|--|----------|
| 4.1. Base legal..... | Pág. 95 |
| 4.1.1. Trámites para la constitución de la empresa | Pág. 102 |
| 4.2. Nombre o razón social | Pág. 103 |
| 4.2.1. Logotipo de la empresa..... | Pág. 104 |
| 4.2.2. Slogan..... | Pág. 104 |
| 4.3. Sector del tipo de empresa..... | Pág. 104 |
| 4.4. Base filosófica de la empresa..... | Pág. 104 |
| 4.4.1. Misión..... | Pág. 105 |
| 4.4.2. Visión | Pág. 105 |
| 4.5. Objetivos de la Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial.. | Pág. 105 |
| 4.6. Políticas..... | Pág. 105 |
| 4.7. Valores..... | Pág. 106 |
| 4.8. Estrategias..... | Pág. 106 |
| 4.9. Estructura Orgánica..... | Pág. 107 |
| 4.10. Descripciones de funciones..... | Pág. 108 |
| 4.11. Funciones generales..... | Pág. 108 |

5. ESTUDIO FINANCIERO

| | |
|---|----------|
| 5.1. Componentes de la inversión..... | |
| 5.1.1. Inversión fija..... | Pág. 113 |
| 5.1.2. Inversión diferida..... | Pág. 113 |
| 5.2. Capital de trabajo..... | Pág. 114 |
| 5.3. Depreciaciones..... | Pág. 116 |
| 5.4. Financiamiento | Pág. 116 |
| 5.4.1. Condiciones del crédito..... | Pág. 117 |
| 5.4.2. Tabla de amortización..... | Pág. 118 |
| 5.5. Presupuestos..... | Pág. 118 |
| 5.5.1. Presupuesto de ingresos..... | Pág. 119 |
| 5.5.2. Presupuestos de egresos..... | Pág. 119 |
| 5.6. Estado de resultados..... | Pág. 121 |
| 5.7. Balance general proforma..... | Pág. 123 |
| 5.8. Punto de equilibrio..... | Pág. 124 |
| 5.9. Flujo de caja..... | Pág. 125 |
| 5.10. Evaluación financiera del proyecto..... | Pág. 128 |
| 5.10.1. Factores de evaluación..... | Pág. 129 |
| 5.10.1.1. Tasa interna de retorno (TIR) | Pág. 130 |

| | | |
|-----------|--|----------|
| 5.10.1.2. | Tasa mínima de rendimiento aceptable (TMAR)..... | Pág. 130 |
| 5.10.1.3. | Valor actual neto (VAN) | Pág. 132 |
| 5.10.1.4. | Relación beneficio costo (RBC)..... | Pág. 133 |
| 5.10.1.5. | Periodo de recuperación de la inversión | Pág. 134 |
| 5.10.1.6. | Análisis de sensibilidad..... | Pág. 135 |
| | | Pág. 136 |

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | | |
|------|----------------------|----------|
| 6.1. | Conclusiones..... | |
| 6.2. | Recomendaciones..... | Pág. 137 |
| | | Pág. 138 |

| | | |
|------------------------------|--|----------|
| 7. BIBLIOGRAFIA | | Pág. 139 |
|------------------------------|--|----------|

INDICE DE CUADROS, GRAFICOS Y TABLAS

CUADROS

| | |
|--|---------|
| Cuadro N° 1 Especificaciones del Servicio..... | Pág. 42 |
| Cuadro N° 2 Empresas Pertenecientes a la Cámara de Comercio de Latacunga... | Pág. 44 |
| Cuadro N° 3 Población de la Pequeñas, Medianas y Grandes Empresas..... | Pág. 45 |
| Cuadro N°4 Muestra a Considerarse para el Proyecto..... | Pág. 46 |
| Cuadro N° 5 Demanda Actual del Servicio..... | Pág. 61 |
| Cuadro N° 6 Participación del Mercado de las Pequeñas, Medianas y Grandes Empresas. | Pág. 62 |
| Cuadro N° 7 Demanda Proyectada para el Proyecto..... | Pág. 62 |
| Cuadro N° 8 Estimación de la Demanda Proyectada para el Proyecto..... | Pág. 63 |
| Cuadro N° 9 Estimación de la demanda por cantidad del servicio..... | Pág. 64 |
| Cuadro N°10Empresas dedicadas al Servicio de Asesoría y Consultoría Empresarial..... | Pág. 65 |
| Cuadro N° 11 Oferta Existente en la Ciudad de Latacunga..... | Pág. 66 |
| Cuadro N° 12 Oferta del Servicio Existente en la Ciudad de Latacunga por Tipo de Empresa..... | Pág. 66 |
| Cuadro N° 13 Oferta Proyectada para el Proyecto..... | Pág. 67 |
| Cuadro N° 14 Estimación de la Oferta del Servicio para el Proyecto..... | Pág. 67 |
| Cuadro N° 15 Estimación de la Oferta del Servicio por Cantidad del Servicio... | Pág. 68 |
| Cuadro N° 16 Demanda Insatisfecha para el Proyecto Empresarial..... | Pág. 69 |
| Cuadro N° 17 Demanda Insatisfecha Proyectada por Número de Servicios.... | Pág. 69 |
| Cuadro N° 18 Precios Promedios Actuales..... | Pág. 70 |
| Cuadro N° 19 Demanda Insatisfecha..... | Pág. 77 |

| | |
|---|----------|
| Cuadro N° 20 Disponibilidad de Recursos Financieros..... | Pág. 77 |
| Cuadro N° 21 Disponibilidad de Mano de Obra..... | Pág. 78 |
| Cuadro N° 22 Método de Designación Optima por Puntos..... | Pág. 80 |
| Cuadro N° 23 Personal Requerido para la Firma de Asesoría y Consultoría.... | Pág. 92 |
| Cuadro N° 24 Útiles de Oficina | Pág. 92 |
| Cuadro N° 25 Útiles de Limpieza..... | Pág. 93 |
| Cuadro N° 26 Activos Fijos no Depreciables..... | Pág. 93 |
| Cuadro N° 27 Equipos de Oficina..... | Pág. 94 |
| Cuadro N° 28 Mueble y Enseres..... | Pág. 94 |
| Cuadro N° 29 Inversiones | Pág. 115 |
| Cuadro N° 30 Capital de Trabajo..... | Pág. 116 |
| Cuadro N° 31 Depreciaciones..... | Pág. 117 |
| Cuadro N° 32 Constitución del Financiamiento del Proyecto..... | Pág. 118 |
| Cuadro N° 33 Condiciones de Crédito..... | Pág. 118 |
| Cuadro N° 34 Tabla de Amortización..... | Pág. 119 |
| Cuadro N° 35 Demanda por Tipo de Empresas..... | Pág. 120 |
| Cuadro N° 36 Ingresos Esperados..... | Pág. 121 |
| Cuadro N° 37 Identificación de los Costos Fijos Variables..... | Pág. 122 |
| Cuadro N° 38 Estado Proforma de Pérdidas y Ganancias proyectado..... | Pág. 123 |
| Cuadro N° 39 Balance General Inicial..... | Pág. 124 |
| Cuadro N° 40 Balance General Proyectado..... | Pág. 125 |
| Cuadro N° 41 Cálculo del Punto de Equilibrio..... | Pág. 127 |
| Cuadro N° 42 Flujos de Fondos del Proyecto..... | Pág. 129 |
| Cuadro N° 43 Cálculo de la TIR..... | Pág. 131 |
| Cuadro N° 44 TMAR Mixta..... | Pág. 132 |
| Cuadro N° 45 Valor Actual Neto..... | Pág. 133 |
| Cuadro N° 46 Relación Beneficio Costo..... | Pág. 134 |
| Cuadro N° 47 Periodo de Recuperación de la Inversión | Pág. 135 |
| Cuadro N° 48 Resumen de Sensibilizaciones | Pág. 136 |

GRAFICOS

| | |
|---|---------|
| Grafico N° 1 Facturación anual de la empresa..... | Pág. 48 |
| Grafico N° 2 Conocimiento del servicio de asesoría y consultoría empresarial... | Pág. 49 |
| Grafico N° 3 Utilización del servicio de asesoría y consultoría empresarial.... | Pág. 50 |
| Grafico N° 4 Tipos de consultoría y asesoría más utilizados..... | Pág. 51 |
| Grafico N° 5 Razones por las que no se ha contratado el servicio..... | Pág. 52 |
| Grafico N° 6 Empresas de dicadas a prestar el servicio..... | Pág. 53 |
| Grafico N° 7 Centros existentes en la ciudad de Latacunga..... | Pág. 54 |
| Grafico N° 8 Importancia de las sugerencias externas..... | Pág. 55 |
| Grafico N° 9 Opinión acerca de la creación de la empresa de asesoría y consultoría empresarial..... | Pág. 56 |

| | |
|---|----------|
| Grafico N° 10 Servicios de asesoría y consultoría empresarial..... | Pág. 57 |
| Grafico N° 11 Costos de los servicios de asesoría y consultoría empresarial.... | Pág. 58 |
| Grafico N° 12 Frecuencia de la utilización de los servicios..... | Pág. 59 |
| Grafico N° 13 Medios de difusión del servicio..... | Pág. 60 |
| Grafico N° 14 Estructura del Marketing | Pág. 72 |
| Grafico N° 15 Macro localización del Proyecto..... | Pág. 79 |
| Grafico N° 16 Micro localización del Proyecto..... | Pág. 81 |
| Grafico N° 17 Principales Procesos del Proyecto..... | Pág. 82 |
| Grafico N° 18 Distribución de la Planta..... | Pág. 91 |
| Grafico N° 19 Estructura Orgánica | Pág. 108 |
| Grafico N° 20 Variación del Punto de Equilibrio..... | Pág. 128 |
| Grafico N° 21 Variación de la TIR..... | Pág. 131 |

TABLAS

| | |
|---|---------|
| Tabla N° 1 Facturación anual de la empresa..... | Pág. 48 |
| Tabla N° 2 Conocimiento del servicio de asesoría y consultoría empresarial... | Pág. 49 |
| Tabla N° 3 Utilización del servicio de asesoría y consultoría empresarial..... | Pág. 50 |
| Tabla N° 4 Tipos de consultoría y asesoría más utilizados..... | Pág. 51 |
| Tabla N° 5 Razones por las que no se ha contratado el servicio..... | Pág. 52 |
| Tabla N° 6 Empresas de dicadas a prestar el servicio..... | Pág. 53 |
| Tabla N° 7 Centros existentes en la ciudad de Latacunga..... | Pág. 54 |
| Tabla N° 8 Importancia de las sugerencias externas..... | Pág. 55 |
| Tabla N° 9 Opinión acerca de la creación de la empresa de asesoría y consultoría empresarial..... | Pág. 56 |
| Tabla N° 10 Servicios de asesoría y consultoría empresarial..... | Pág. 57 |
| Tabla N° 11 Costos de los servicios de asesoría y consultoría empresarial..... | Pág. 58 |
| Tabla N° 12 Frecuencia de la utilización de los servicios..... | Pág. 59 |
| Tabla N° 13 Medios de difusión del servicio..... | Pág. 60 |

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANISTICAS
Latacunga – Ecuador

TEMA ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL EN EL CANTÓN LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI.”

Autores:

Pacheco Hinojosa Jeanneth Alexandra
Salme Jácome Trajano Paúl

RESUMEN

Para el desarrollo del proyecto se realizó primero la categorización y desarrollo de los principales conceptos teóricos, con el fin de poder llegar de una manera clara y precisa a los diferentes usuarios de este tema de investigación, muchos de los cuales no están relacionados con un lenguaje técnico comercial; entre los principales temas desarrollados en el Capítulo I correspondientes al marco teórico: Gestión Administrativa, la Planeación y sus elementos, proyectos y Tipos de proyectos, Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Financiero, Capital de Trabajo y finalmente Presupuestos.

En el Capítulo II se desarrollo el Estudio de Mercado para el cual se utilizo técnicas de investigación que permitió recolectar información y datos que luego de ser tabuladas y analizadas proporcionaron información de gran utilidad para la realización del presente proyecto: como la cantidad de oferta y demanda para el servicio de asesoría y consultoría empresarial existente en la ciudad de Latacunga, el tipo de servicio de asesoría y consultoría de mayor demanda, el precio que el consumidor está dispuesto a pagar entre otros factores que se encuentran dentro del estudio de mercado.

Par la finalización del proyecto de investigación además se realizo el Estudio Técnico y Financiero; el Estudio Técnico permitió evaluar factores de gran importancia como : el tamaño del proyecto, su ubicación, los diferente procesos que intervienen en el servicio, la distribución de la planta , el requerimiento del talento humano, equipo de oficina , etc.

Mediante la realización del Estudio Financiero se pudo determinar la inversión necesaria para poder poner en marcha el proyecto, se determinó el capital de trabajo necesario para que la empresa empiece a funcionar, además se realizaron los presupuestos de ingresos, egresos para determinar la rentabilidad del proyecto, el flujo de caja, el balance general, el estado de resultados, se calculó el TIR, VAN y TMAR ya que son factores de evaluación financiera necesarios para determinar la factibilidad del proyecto o rechazarlo.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
UNIT OF ADMINISTRATIVE AND HUMANISTIC SCIENCES
Latacunga – Ecuador

SUBJECT: FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A CONSULTANT'S OFFICE COMPANY AND ENTERPRISE CONSULTANCY IN CORNER LATACUNGA COTOPAXI PROVINCE.”

Authors:
Pacheco Hinojosa Jeanneth Alexandra
Salme Jácome Trajano Paúl,

ABSTRACT

For the development of the project realized the first categorization and development of the main theoretical concepts, with the purpose of to be able to arrive from a clear way and needs the different users from this subject of

investigation, many of which are not related to commercial a technical language; between the main subjects developed in Chapter I corresponding to the theoretical frame: Administrative management, the Planning and its elements, projects and Types of projects, Study of Market, Technical and Financial, Capital Study of Work and finally Estimated. In Chapter II development the Study of Market for which I am used techniques of investigation that allowed to collect information and data that after tabulates and being analyzed provided information very useful for the accomplishment of the present project: like the amount of supply and demand for the service of consultant's office and existing enterprise consultancy in the city of Latacunga, the type on watch of consultant's office and consultancy of greater demand, the price that the consumer is prepared among others to pay factors that are within the market study. Pair the conclusion of the investigation project in addition I am realized the Technical and Financial Study; the Technical Study allowed to evaluate factors of great importance like: the size of the project, its location, different the processes that take part in the service, the distribution of the plant, the requirement of the human talent, equipment of office, etc. By means of the accomplishment of the Financial Study the investment necessary could be determined to be able to start up the project, the capital of necessary work was determined so that the company begins to work, in addition were realized the budgets of income, debits to determine the yield of the project, the box flow, the general balance sheet, the earnings statement, calculated the TIR, VAN and TMAR since they are factors of financial evaluation necessary to determine the feasibility of the project or to reject it

INTRODUCCIÓN

Las actividades comerciales en el país se desarrollan y evolucionan en todos los ámbitos y sectores sean estos: públicos, privados, de servicios etc. Este avance a dado lugar a que las empresas busquen los medios y estrategias para lograr mayor competitividad y posicionamiento en el mercado, entonces surge la importancia de la asesoría y consultoría empresarial como una herramienta fundamental para la toma de decisiones acertadas.

Muchas empresas en diferentes ciudades han fracasado en su afán de conquistar nuevos mercados esto se debe en gran medida a la falta de un buen asesoramiento empresarial, a través del estudio se busca determinar cómo incide el no contar

con una empresa de asesoría y consultoría empresarial en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi, para ello se analizará los conceptos teóricos, se realizará el estudio de mercado para conocer las necesidades y expectativas de los clientes, además de un estudio técnico y financiero del proyecto.

La población investigada son empresas afiliadas a la cámara de comercio de Latacunga, el tipo de investigación que utilizamos es de forma aplicada porque esta relacionada la teoría para confrontarla con la realidad, es también descriptiva porque se utiliza el método de análisis.

El estudio está dividido en tres capítulos que son: el marco teórico, el estudio de mercado, y el estudio técnico y financiero, Una vez recopilada la información la procesamos con el resultado que se obtendrá de las encuestas y este resultado ayudará a determinar la factibilidad del proyecto.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Gestión Administrativa

La gestión administrativa es aquella que busca hacer que todo lo que compone una empresa funcione de una manera adecuada, con capacidad de generar procesos de

transformación que ayuden a la productividad y competitividad de la organización.

URIBE, Augusto. (Año 200). La gestión administrativa se entiende como “un conjunto de diligencias que se realizan para desarrollar un proceso o para lograr un producto determinado. Se asume como dirección y gobierno, actividades para hacer que las cosas funcionen, con capacidad para generar procesos de transformación de la realidad con una connotación más actualizada o gerencial la gestión es planteada como una función institucional global integradora de todas las fuerzas que conforman una organización” (página 58)

<http://www.unmsm.edu.pe> define a la gestión administrativa como “El conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.”

Se puede decir que la gestión administrativa es un conjunto de reglas y métodos para llevar a cabo con la mayor eficacia un negocio o actividad empresarial; en definitiva, se trata de conseguir el éxito de la empresa a nivel económico, financiero, político a través de un manejo adecuado de los recursos disponibles

por lo que el proceso administrativo representa en la empresa de auditoría y consultoría empresarial los pasos a seguir ya que necesita de una buena organización, coordinación, dirección y control para prosperar en el mercado cada vez cambiante.

1.1.1. Elementos de la Gestión Administrativa.

1.1.1.1. Planeación

La planeación debe entenderse siempre como la primera dimensión de un proceso de organización intelectualmente exigente para ello se da a conocer las siguientes concepciones.

ROJAS, Miguel David (2004) " La primera función de la administración es planear, ésta comprende la definición de los objetivos y/o metas de la organización, establece una estrategia general para alcanzar las metas u objetivos y el desarrollo de una jerarquía de planes para coordinar actividades" (página 59)

Diccionario de Administración y Finanzas .La planeación es la "Actividad organizacional que requiere establecer un curso de acciones y estrategias, empezando con la determinación de metas y objetivos." (Página 378)

En el proceso administrativo, se tiene como etapa inicial la Planeación, la cual consiste en la formulación del estado futuro deseado para una organización y con base en éste plantear cursos alternativos de acción, evaluarlos y así definir los mecanismos adecuados a seguir para alcanzar los objetivos propuestos, además de la determinación de la asignación de los recursos humanos y físicos necesarios para una eficiente utilización.

1.1.1.1. Elementos de la planeación.

A los elementos de la planeación, también se les llama tipos de planes y según éstos, toda operación debe tener un propósito o meta; generalmente el propósito de los negocios es la producción y distribución de bienes y servicios económicos.

A continuación se mencionan los diferentes tipos de planes:

a. Los propósitos: Las aspiraciones fundamentales o finalidades de tipo cualitativo.

b. La investigación: Consiste en la determinación de todos los factores que influyen en el logro de los propósitos.

c. Los objetivos: Representan no solo el punto final de la planeación, sino también el lugar hacia donde se encaminan la organización..

d. Las estrategias: Alternativas que muestran la dirección y el empleo de los recursos y esfuerzos, para lograr los objetivos en las condiciones más ventajosas.

e. Políticas: Son principios generales o filosofías que sirven para orientar la acción del grupo de trabajo u organismo social; son normas amplias, generales, elásticas y realistas.

f. Programas: Es la consecuencia cronológica que confiere vitalidad y sentido práctico a un plan”. Los programas pueden ser a corto plazo generalmente a un año y de largo plazo cuando excede ese período.

g. Presupuestos: Son la expresión de los resultados esperados en términos numéricos; hay varios tipos de presupuesto proyectado de ganancias y pérdidas.

h. Procedimientos: Su finalidad es la de señalar la secuencia cronológica más eficiente, destinada a obtener los mejores resultados dentro de una organización.

i. Métodos: Es una descripción de cómo un paso del procedimiento puede llevarse a cabo de la mejor forma posible.

j. Reglas: Son normas que se refieren a una acción específica y definida; o sea, que una regla dice con exactitud qué debe hacerse y que no debe hacerse

Los elementos de la planeación ayudan al establecimiento específico de los objetivos o metas, y la elección de los medios más convenientes para alcanzarlos. Implican además un proceso de toma de decisiones, visualización y de

predeterminación que son realizados por los altos directivos que conforman la empresa tomando en cuenta los criterios de todos quienes están inmiscuidos en las operaciones y funcionamiento de la misma, ayudando a la toma de decisiones y el planteamiento de estrategias adecuadas que ayuden al desarrollo de los objetivos y la consecución de los mismos sea en el corto o mediano plazo de tal manera que la organización logre posicionarse y consolidarse en el mercado.

1.1.1.2. Organización

En el contexto empresarial es importante tener una idea cabal acerca de lo que significa este término para poder referirse con propiedad, ya sea, a una organización con o sin fines de lucro con una determinada actividad.

ESPIOZA, Simón Andrade (2005), la organización es "la acción y el efecto de articular, disponer y hacer operativos un conjunto de medios, factores o elementos para la consecución de un fin concreto"(Pág. 448)

FERREL, Hirt y otros (2004), la "organización consiste en ensamblar y coordinar los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, que son necesarios para lograr las metas, y en actividades que incluyan atraer a gente a la organización, especificar las responsabilidades del puesto, agrupar tareas en unidades de trabajo, dirigir y distribuir recursos y crear condiciones para que las personas y las cosas funcionen para alcanzar el máximo éxito"(Pág. 215)

Se trata de determinar que recurso y que actividades se requieren para alcanzar los objetivos de la organización. Luego se debe diseñar la forma de combinarla en grupo operativo, es decir, crear la estructura departamental de la empresa. De la estructura establecida necesaria la asignación de responsabilidades y la autoridad formal asignada a cada puesto. Podemos decir que el resultado a que se llegue con esta función es el establecimiento de una estructura organizativa.

1.1.1.3. Dirección

Es la etapa del Proceso Administrativo llamada también ejecución, comando o liderazgo.

ROJAS, Miguel (2004), dice que: "La dirección se puede considerar como la responsabilidad que se tiene sobre la coordinación de los recursos humanos y del capital de una organización, con el propósito de satisfacer al cliente, a los accionistas y al personal que la integra" (Página 111)

CIUESTER, Bornor; considera la dirección como: "El considerar los esfuerzos esenciales de aquellos que integran el sistema cooperativo". Se hace notar debido a que es la parte esencial y central de la administración, a la cual se debe ordenar los demás elementos. (www.monografias.com)

Se puede decir que la dirección implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para la tarea de dirección, de hecho la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos.

1.1.1.4. Control

El control es un elemento muy importante dentro de cualquier organización, pues es el que permite evaluar los resultados y saber si estos son adecuados a los planes y objetivos que desea conseguir la empresa. Solo a través de esta función se pueden precisar los errores, identificar a los responsables y corregir las fallas, para que la organización se encuentre encaminada de manera correcta.

ROBBINS, (1996) el control puede definirse como "el proceso de regular actividades que aseguren que se están cumpliendo como fueron planificadas y corrigiendo cualquier desviación significativa"(Pág. 654)

MELINKOFF (1990), el control "Consiste en verificar si todo se realiza conforme al programa adoptado, a las órdenes impartidas y a los principios

administrativos...Tiene la finalidad de señalar las faltas y los errores a fin de que se pueda repararlos y evitar su repetición". (Pág. 62)

1.2. Proyectos

El proyecto en la práctica es considerado como una actitud, una intención, una idea, pero en lo que si existe consenso entre los autores, es que se trata de un avance de acciones que se efectuarán y que son direccionadas a alcanzar un fin determinado.

BACA, Urbina Gabriel, (2006), un proyecto es “la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tenderé a resolver, entre muchas, una necesidad humana“(Pág. 2)

GUIDO, Jack y CLEMENTS, James P., (2008) un proyecto “es un esfuerzo para lograr un objetivo específico por medio de una serie de particular tareas interrelacionadas y la utilización específica de recursos” (Pág. 4)

Entonces; un proyecto es una propuesta de acción técnica económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser: humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un conjunto de etapas secuenciales que se realizan mediante una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, si se puede realizar y dará ganancias.

1.2.1. Estructura de Proyecto

1.2.1.1. Definición o Reconocimiento del Problema

Normalmente, el reconocimiento es inmediato, como ante una máquina descompuesta, etc. Pero en otras ocasiones, no es tan evidente, como cuando se genera una oportunidad de negocios debido a que la demanda de un producto o servicio es mayor que su oferta.

1.2.1.2. Definición del Objetivo o Meta del Proyecto

Una de las metas de una corporación de negocios es obtener utilidades al operar en un mercado de competencia.

1.2.1.3. Recopilación de la Información Relevante

Se distinguen dos tipos fundamentales de **fuentes** de información:

a. Fuentes primarias (o directas): son los datos obtenidos "de primera mano", por el propio investigador o, en el caso de búsqueda bibliográfica, por artículos científicos, monografías, tesis, libros o artículos de revistas especializadas originales, no interpretados.

b. Fuentes secundarias: consisten en resúmenes, compilaciones o listados de referencias, preparados en base a fuentes primarias. Es información ya procesada.

1.2.1.4. Identificación de las Opciones Factibles

Cuando ya se cuenta con la definición del problema, los objetivos específicos seleccionados la mayoría de la información relevante, se puede considerar las diferentes opciones que puedan servir de solución al problema planteado.

1.2.1.5. Selección de los Criterios para Juzgar el Proyecto

Los mejores criterios para juzgar un proyecto son los que contribuyen al logro de los objetivos del mismo

1.2.2. Tipos de Proyectos

1.2.2.1. Según su carácter

Los proyectos se pueden clasificar en:

1.2.2.1.1. Sociales.

Cuando la decisión de realizarlo no depende de que los consumidores o usuarios potenciales del producto, puedan pagar íntegramente o individualmente los precios de los bienes o servicios ofrecidos, que cubrirá total o parcialmente la comunidad en su conjunto, a través del presupuesto público de sistemas diferenciales de tarifas o de sus subsidios directos.

1.2.2.1.2. Financiero.

Cuando su factibilidad depende de una demanda real en el mercado del bien o servicio a producir, a los niveles del precio previsto.

1.2.2.2. Según el sector de la economía al cual están dirigidos.

Los proyectos pueden ser:

1.2.2.2.1. Agropecuarios.

Dirigidos al campo de la producción animal y vegetal; las actividades pesqueras y forestales; y los proyectos de riego, colonización, reforma agraria, extensión y crédito agrícola y ganadero, mecanización de faenas y abono sistemático.

1.2.2.2.2. Industriales.

Comprenden los proyectos de la industria manufacturera, la industria extractiva y el procesamiento de los productos extractivos de la pesca, de la agricultura y de la actividad pecuaria.

1.2.2.2.3. De infraestructura social.

Dirigidos a atender necesidades básicas en la población, tales como: salud, educación, recreación, turismo, seguridad social, acueductos, alcantarillados, vivienda y ordenamiento espacial urbano y rural.

1.2.2.2.4. De infraestructura económica.

Se caracterizan por ser proyectos que proporcionan a la actividad económica ciertos insumos, bienes o servicios, de utilidad general, tales como: energía eléctrica, transporte y comunicaciones. Incluyen los proyectos de construcción, ampliación y mantenimiento.

1.2.2.2.5. De servicios.

Se caracterizan porque no producen bienes materiales. Prestan servicios de carácter personal, material o técnico, ya sea mediante el ejercicio profesional individual o a través de instituciones.

1.2.2.3. Según el Objetivo

Se presenta la siguiente clasificación:

1.2.2.3.1. Proyectos de producción de bienes.

Pueden ser: Primarios. (Extracción) agrícolas, pecuarios, mineros, pesqueros o forestales. Secundarios. (Transformación) bienes de consumo final, intermedios o de capital.

1.2.2.3.2. Proyectos de prestación de servicios.

Pueden ser: De Infraestructura Física. En estos se incluyen los transportes, las comunicaciones, el riego y la recuperación de tierras, la energía eléctrica, el saneamiento y las urbanizaciones. De Infraestructura Social. Comprende la salud, la educación y la vivienda y la organización social (administración pública y seguridad nacional). Otros servicios. Se incluye la distribución, el financiamiento, la información y el esparcimiento.

1.2.2.3.3. Proyectos de Investigación.

Se divide en dos: Investigación en Ciencias. Pueden ser ciencias exactas, naturales o sociales. Investigación Aplicada. Puede estar relacionada con recursos

naturales, con procesos de transformación (tecnología) o con procesos de decisión (organización).

1.2.2.4. Según el Ejecutor.

Los proyectos pueden ser:

1.2.2.4.1. Públicos.

Son proyectos ejecutados por entidades del gobierno y con presupuestos de inversión pública. Normalmente apuntan al mejoramiento de la salud, la educación, la vivienda, el transporte, etc., y son formulados con base en los planes y programas de desarrollo económico-social que preparan los diferentes niveles de la administración pública.

1.2.2.4.2. Privados.

Son proyectos preparados y ejecutados por personas naturales o jurídicas con recursos privados o de crédito, buscando siempre las mejores oportunidades de inversión y la mejor rentabilidad.

1.2.2.4.3. Mixtos.

Son proyectos promovidos y ejecutados coordinadamente entre el sector público y privado, a través de las denominadas empresas de economía mixta.

1.2.3. Ciclo de Vida de los Proyectos

Los proyectos son finitos: tienen un comienzo y final bien definidos, y en ocasiones parecen tener vida propia. En consecuencia, es lícito pensar que un proyecto tiene un ciclo de vida natural que consta de cuatro fases: concepción, formación, operación y terminación.

1.2.3.1. Concepción

Se estudia la idea de realizar un proyecto. Si es beneficioso y factible, la idea se transforma en una propuesta de proyecto, y luego se toma la decisión de “realizarlo” o “no realizarlo”. En la propuesta deben incluirse los beneficios esperados, los estimados de los recursos requeridos (personas, capital, equipo, etc.) y la duración del proyecto. Cuando se aprueba la propuesta, el proyecto pasa a la fase formativa.

1.2.3.2. Formación

Se definen con claridad los objetivos, se selecciona el tipo de organización y se asigna al administrador del proyecto. Luego, se transforma la propuesta en un plan de proyecto maestro y se elaboran en detalle programas, requerimientos de recursos y presupuestos.

1.2.3.3. Operación

En la fase operativa ya debe estar conformado el equipo de proyecto. En este momento comienza el trabajo en el proyecto, realizar el proceso de seguimiento al progreso del proyecto, actualizar los planes de proyecto y vigilar de cerca el equipo son responsabilidades administrativas clave en esta etapa.

1.2.3.4. Terminación

En la fase de terminación ya se debe haber completado el trabajo en el proyecto (o suspendido prematuramente). Durante esta fase se analizan los éxitos y fracasos del proyecto (incluida su estructura organizativa), se prepara un informe detallado para los equipos de proyectos futuros y se les asignan nuevas tareas a los miembros del equipo.

1.3. Proyectos de Inversión

Un proyecto de inversión debe ser correctamente formulado, analizado y evaluado a fin de no contar con imprevistos que retrasen la ejecución del mismo para llegar a la consecución del objetivo deseado.

MOKATE, Karen (2004) un proyecto de inversión se puede entender como "un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades diseñado con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo. (Pág. 1)

NUÑEZ, Rafael (2007), un proyecto de inversión "es la actividad mediante la cual se adquieren o crean recursos que se utilizaran en la producción, una primera aproximación a la definición de proyecto de inversión es aquella búsqueda para la solución al problema de encontrar la satisfacción optima o más cercana a esta en el proceso de formación de capital."(Pág. 13)

1.3.1. Tipos de Proyectos de Inversión

Los proyectos pueden ser de diversa índole, una clasificación a partir del fin buscado puede ser la siguiente:

1.3.1.1. Proyectos de Inversión Privada

En este caso el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos, en la ejecución del proyecto.

1.3.1.2. Proyectos de Inversión Pública

En este tipo de proyectos, el estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo, el estado tiene como fin el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino también el impacto

que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución, dichas mejoras son impactos indirectos del proyecto, como por ejemplo generación de empleo, tributos a reinvertir u otros.

1.3.1.3. *Proyectos de Inversión Social*

Un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social, generalmente en estos proyectos no se mide el retorno económico, es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir si los beneficiarios pueden seguir generando beneficios a la sociedad, aún cuando acabe el período de ejecución del proyecto.

1.4. Estudio de Mercado

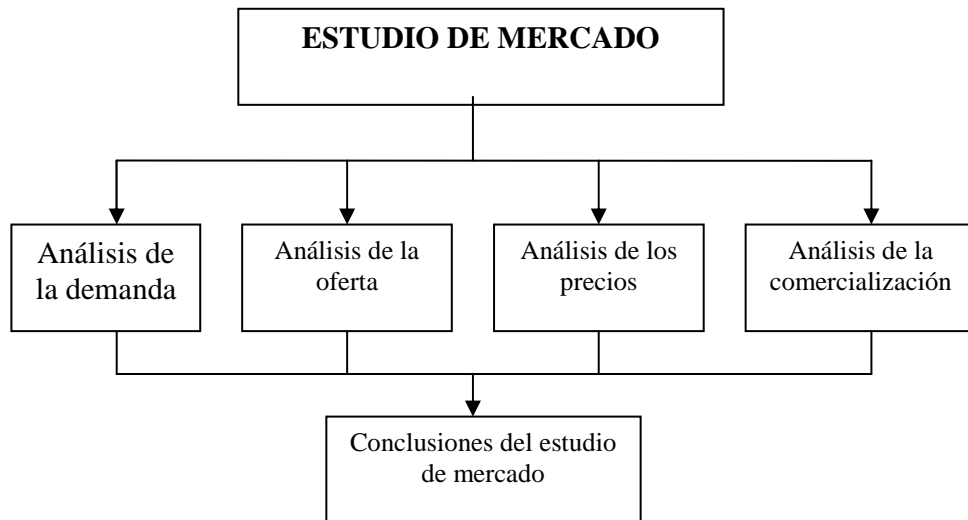
Por lo general el concepto de estudio de mercado se identifica con la definición del precio y la demanda a que los consumidores están dispuestos a comprar.

SAPAG, Nassir y SAPAG, Reinaldo (2008) " El estudio de mercado es mas que el análisis y la determinación de la oferta y la demanda, o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que se utilizaran como estrategia comercial " (Pág. 26)

BACA, Urbina Gabriel (2006) " con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización " (Pág. 6)

Se puede decir que el estudio de mercado permite identificar claramente las necesidades de los consumidores, las expectativas sobre el servicio de asesoría y consultoría que se va a brindar, los gustos y preferencias del cliente, etc. Analizar el comportamiento pasado y proyectar a futuro la demanda del servicio, con el objetivo de optimizar los recursos, para tomar decisiones eficientes y eficaces.

Dentro del estudio de mercado se encuentran cuatro variables importantes que sirven para la toma de decisiones dentro del proyecto.



Fuente: Investigación Bibliográfica
Elaborado por: Grupo de Investigación

1.4.1. Análisis de la Demanda

BACA, Urbina Gabriel (2006) “se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de un necesidad específica a un precio determinado” (Pág. 17)

SAPAG, Chain Nassir y SAPAG, Chain Reinaldo (2008), “el análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos, por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementara con la aceptación del proyecto” (Pág. 44)

Entonces se concluye que la demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto o servicio que satisfaga dicha necesidad. Es la cantidad de productos y servicios que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado.

1.4.1.1. Métodos de Proyecciones de la Demanda

Los métodos más utilizados para proyectar la demanda son:

1.4.1.1.1. Método de las medias móviles.

Se utiliza cuando la serie es muy irregular, consiste en suavizar las irregularidades de la tendencia por medio de medias parciales.

1.4.1.1.2. Método de mínimos cuadrados.

Se basa en calcular la ecuación de una curva para una serie de puntos dispersos sobre una grafica, curva que se considera el mejor ajuste, entendiéndose por tal, cuando la suma algebraica de las desviaciones de los valores individuales respecto a la media es cero y cuando la suma del cuadrado de las desviaciones de los puntos individuales respecto a la media es mínima.

1.4.1.1.3. Ecuaciones no lineales.

Cuando la tendencia del fenómeno es claramente no lineal, se utilizan ecuaciones que se adapten al fenómeno. Los principales tipos de ecuaciones no lineales son: la parabólica, definida por una ecuación clásica de parábola, $Y = (a^2 + bX + cX)/x$, y la exponencial definida también por una ecuación de tendencia exponencial o semilogarítmica, $Y = ab$

1.4.2. Análisis de la Oferta

BACA, Urbina Gabriel (2006) “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”(Pág. 49)

SAPAG, Chain Nassir y SAPAG, Chain Reinaldo (2008), la oferta “se puede definir como el número de unidades de un bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios” (Pág. 55)

Se puede decir que la oferta es la cantidad de bienes o servicios ofrecidos por los proveedores y vendedores del mercado actual. En la oferta intervienen un conjunto de factores como son: la tecnología, los precios de los factores productivos y el precio del bien o servicio que se desea ofrecer.

1.4.2.1. Tipos de Oferta

Entre los principales tipos de ofertas tenemos:

1.4.2.1.1. Oferta competitiva o de mercado libre.

Esta se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado, siendo la competencia libre tanto en precios, calidad y cantidad, existiendo un gran número de productores del mismo bien o servicio.

1.4.2.1.2. Oferta oligopólica.

Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos proveedores, siendo ellos quienes fijan la calidad y el precio del bien o servicio.

1.4.2.1.3. Oferta Monopólica.

Es aquella en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo domina totalmente el mercado precio, calidad y cantidad.

1.4.3. Análisis de los Precios

El diccionario de administración y Finanzas, define al precio como la “Suma de dinero a pagar al vendedor a cambio de recibir unos determinados bienes o servicios. Aquí, precio no es lo que pide el vendedor, sino la suma realmente pagada en la transacción o intercambio.” (Pág. 389)

BACA, Urbina Gabriel (2006) el precio “es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”(Pág. 49)

En conclusión el precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar un producto o servicio.

1.4.4. Análisis de Comercialización

El diccionario de administración y Finanzas, define a la comercialización como “actividades que aceleran el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, y que incluyen todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercadeo, planificación del producto, promoción, investigación y desarrollo, ventas, transportes y almacenamiento de bienes y servicios. (Pág. 389)

BACA, Urbina Gabriel (2006) .” la comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Pág. 49)

En conclusión el análisis de la comercialización es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia del servicio desde los productores hasta el consumidor final, existiendo canales de comercialización que utilizará la empresa, para vender el servicio y los mecanismos de promoción a utilizar. Así mismo deben existir políticas de comercialización que guiaran las negociaciones.

1.4.4.1. Canales de Distribución

Entre los canales de distribución más utilizados se tiene:

1.4.4.1.1. Productores – Consumidores.

En este canal el consumidor acude directamente al productor (fábrica), convirtiéndose así en el canal más corto, rápido y simple.

1.4.4.1.2. Productores – Minoristas – Consumidores.

Es el canal más conocido, ya que el producto adquiere más fuerza al entrar en contacto con más minoristas para que vendan el producto.

1.4.4.1.3. Productores -Mayoristas - Minoristas - Consumidores.

En este canal el mayorista entra como auxiliar para comercializar productos especializados, como medicinas.

1.4.4.1.4. Productores – Agentes – Mayoristas – Minoristas – Consumidores.

Es el canal más utilizado por empresas que venden sus productos fuera de su sitio de origen, siendo el agente el encargado en entregar dicho producto.

1.5. Estudio Técnico

SAPAG, Nassir Chain (2007) manifiesta que el estudio técnico “busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente” (Pág. 95)

OCAMPO, José Eliseo (2002) el objetivo del estudio técnico es “diseñar la labor de producción lo mejor posible para que, utilizando los recursos disponibles se obtenga el producto o servicio demandado a costos mínimos, con la calidad que satisfaga a los clientes...”. (Pág. 143)

El estudio técnico de un proyecto de inversión permitirá definir o determinar los requerimientos necesarios de obras físicas, maquinaria y equipos, además de su vida útil, los recursos humanos y materiales necesarios para poner en marcha un proyecto. Cuando el proyecto es de creación de una nueva empresa, se hace conveniente calcular el efecto económico de cada componente que permitirá hacer funcionar al proyecto.

Para realizar un estudio técnico el autor Nassir Sapag propone analizar los siguientes aspectos: los equipos, las obras físicas, el personal, los insumos, el tamaño, la localización, entre los más importantes.

1.5.1. Los Equipos

La primera inversión que se debe calcular incluye a todos los activos físicos necesarios para asegurar el correcto funcionamiento operativo, administrativo y comercial del proyecto.

La vida útil técnica se expresa en años y se deben considerar los estándares de medición usados para ello. Al final de su vida útil, el activo puede tener algún valor, ya sea por la posibilidad de venderlo, o de usarlo en otra actividad.

Con la información disponible de los equipos se determinará el total de inversiones previas a la puesta en marcha del proyecto.

1.5.2. Las Obras Físicas

El proyecto por lo general presenta una gran variedad de obras físicas, muchas de las cuales son omitidas por falta de prolijidad en el análisis, como la reparación de caminos, la construcción de vías de acceso interiores, estacionamientos para clientes, jardines, etcétera.

Aquellas obras físicas que se arrienden en vez de comprarse o construirse, se incorporarán como gasto operacional del proyecto.

1.5.3. El Personal

La forma más eficiente de calcular el costo del recurso humano es desagregando al máximo las funciones y tareas que se deben realizar en la operación del proyecto, con el objeto de definir el perfil de quienes deben ocupar cada uno de los cargos identificados y calcular la cuantía de las remuneraciones asociadas con cada puesto de trabajo. Para esto, lo usual es especificar todas las actividades productivas, las comerciales, administrativas y de servicio.

1.5.4. Los Insumos

El cálculo de los costos de los insumos nos permitirá determinar el porcentaje adicional de recargo al costo total del servicio que se va a prestar por parte de la empresa a fin de obtener una utilidad que nos sea excesiva y que el cliente esté dispuesto a pagar.

1.5.5. El Tamaño del Proyecto

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados.

BACA, Urbina Gabriel (2006) define “el tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año, se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales, o la máxima rentabilidad económica”. (Pág. 92)

Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, etcétera.

El tamaño de un proyecto corresponde a su capacidad instalada, se distinguen tres tipos de capacidad instalada:

- **Capacidad de diseño:** tasa estándar de actividad en condiciones normales de funcionamiento;
- **Capacidad del sistema:** actividad máxima posible de alcanzar con los recursos humanos y materiales trabajando de manera integrada;
- **Capacidad real:** promedio anual de actividad efectiva, de acuerdo con variables internas (capacidad del sistema) y externas (demanda).

El tamaño debe estar acorde con el tipo de bien o servicio que se va a realizar utilizando de manera eficaz y eficiente los recursos disponibles.

1.5.6. La Localización del Proyecto

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerán en parte la aceptación o rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse.

OCAMPO, José Eliseo (2002) respecto a la localización dice “si la empresa es de manufactura, la localización se orienta a minimizar costos; si se trata de un proyecto destinado a proporcionar servicios, la localización se orienta a maximizar ingresos”. (Pág. 146)

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región o zona; y el de la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

Los principales factores que influyen en la ubicación del proyecto son los siguientes:

- a) **Mercado que se desea atender:** sectores de altos ingresos, la tasa de crecimiento de la población infantil se proyecta como más alta en el futuro, cercanía a las fuentes de abastecimiento, etcétera;
- b) **Transporte y accesibilidad de los usuarios:** Facilidad para que el usuario pueda ingresar a la empresa movilizándose en vehículo o a pie.
- c) **Regulaciones legales:** que pueden restringir la posibilidad de instalar una empresa; en una zona residencial o los planos reguladores municipales que limitan la construcción en altura.
- d) **Viabilidad técnica:** la calidad de la construcción existente puede impedir la instalación de equipos pesados en el último piso del actual edificio;

e) **Viabilidad ambiental:** el flujo de vehículos que ingresará a los estacionamientos en la calle donde se instalará el proyecto puede exceder las normas de impacto vial existentes;

f) **Costo y disponibilidad de terrenos o edificaciones:** deben ser adecuados a las características del proyecto

1.6. Estudio Financiero

El estudio financiero de un proyecto de factibilidad tiene por objetivo hacer una presentación de los elementos que participan en la estructuración financiera del mismo.

PADILLA, Marcial Córdova (2006) manifiesta que el estudio financiero es “la especificación de las necesidades de los recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas, su forma de financiación, y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto”. (Pág. 311)

El estudio financiero nos permite organizar la documentación con el fin de identificar la magnitud de los activos que requiere la empresa para la formación de insumos o prestación de servicios y determinación del monto de capital de trabajo necesario para el funcionamiento normal del proyecto después del periodo de instalación.

Según el libro *Gestión de Proyectos* del autor Juan José Miranda Miranda en un estudio financiero se debe estudiar los siguientes aspectos:

1.6.1. Presupuestos de Inversiones

Las inversiones que se hacen principalmente en el periodo de instalación se pueden clasificar en tres grupos: las inversiones fijas, las inversiones diferidas y el capital de trabajo.

1.6.1.1. Inversiones Fijas

Las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil.

1.6.1.1.1. Terrenos.

Con excepción de los terrenos, los otros activos fijos comprometidos en el proceso de producción van perdiendo valor a consecuencia de su uso y también por este efecto de la obsolescencia, debido al desarrollo tecnológico

1.6.1.1.2. Construcciones y obras civiles.

El costo global de las obras incluye ciertas erogaciones iniciales de preparación y adaptación para la construcción, tales como: limpieza, replanteo, nivelación, drenajes, etc. Si se trata de una empresa comercializadora o prestadora de servicios, habrá que hacer inversiones en obras auxiliares tales como: zonas de parqueo, laboratorios, bodegas y talleres.

1.6.1.1.3. Maquinaria y Equipo.

Comprende las inversiones necesarias para la producción o prestación del servicio, así como los equipos que se utilizan en las instalaciones auxiliares, como: laboratorios, talleres y oficinas. El costo de instalación y montaje hace parte de las inversiones diferidas

1.6.1.1.4. Vehículos.

Corresponde a todos los equipos de movilización interna y externa, tanto de pasajeros como de carga, ya sea para el transporte de insumos o de los productos destinados a los consumidores.

1.6.1.1.5. Muebles.

Se trata de la dotación de las oficinas y bodegas previstas en la estructura administrativa. Lo mismo que en el caso del equipo, se recomienda hacer un listado detallado con sus respectivas cotizaciones.

1.6.1.2. Inversiones diferidas

Las inversiones diferidas son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

A continuación se presenta varias inversiones diferidas:

1.6.1.2.1. Estudios técnicos y jurídicos.

Estos estudios previos pueden ser de carácter técnico o jurídico de suelos, selección de procesos, asesorías tributarias y de sociedades, uso del suelo, estudios geológicos, etc.

1.6.1.2.2. Estudios económicos y ambientales.

Se refiere a los trabajos y asesorías de tipo económico y ambiental complementarios para ejecutar el proyecto o ponerlo en funcionamiento, tales como: estudios encaminados a la obtención de licencias ambientales o los costos asumidos por las pesquisas de financiamiento.

1.6.1.2.3. Gastos de organización.

Todos los gastos que implican la implantación de una estructura administrativa, ya sea para el periodo de instalación como para el periodo de operación, se deben incluir aquí; acuerdo de voluntades; constitución y registro de la sociedad; matrícula mercantil; solicitud y tramitación de créditos; gestión de importación de equipos y vehículos; etc.

1.6.1.2.4. Gastos de montaje.

La instalación del equipo se suele contratar con el mismo proveedor, por un precio que resulta de un porcentaje del valor del equipo.

1.6.1.2.5. Instalación, pruebas y puesta en marcha.

En algunos proyectos se deben prever recursos para atender obras provisionales como: campamentos, depósitos, oficinas, cuyo objeto es prestar servicios durante la etapa preliminar mientras se adelantan las obras definitivas.

1.6.1.2.6. Uso de patentes y licencias.

Este valor constituye una inversión, y se podrá cargar como costo sin ser desembolso, pero si se acuerda un pago anual por su uso, este se cargara como un costo de operación, como cualquier otro.

1.6.1.2.7. Capacitación.

Todos los gastos ocasionados por el entrenamiento, capacitación, adiestramiento y mejoramiento del personal, tanto directivo, como ejecutivo, técnico y operativo, se cargarán a este rubro.

1.6.1.2.8. Gastos financieros durante la instalación.

El costo causado por el uso de capital ajeno, durante el periodo de instalación, que incluye: intereses, costos de administración del crédito, lo mismo que las comisiones que se pagan en la emisión y colocación del crédito.

1.6.2. Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo

BACA, Urbina Gabriel (2006) el capital de trabajo es “la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante”. (Pág. 176)

La inversión en capital de trabajo está formada por el dinero disponible inmediatamente en caja o bancos; el monto de los inventarios necesarios en materia prima, materiales; la magnitud de la cartera, que depende principalmente de la política de crédito y con efecto compensatorio las cuentas por pagar, como resultado de los créditos a corto plazo, recibidos de los proveedores.

1.6.2.1. Métodos para Calcular el Capital de Trabajo

1.6.2.1.1. Método de contadores.

Los contadores vienen utilizando el término “capital de trabajo” como resultado de la ecuación: “Activos corrientes – pasivos corrientes”; asignándole una equivocada connotación de corto plazo, el capital de trabajo en sus más rigurosa acepción es una inversión permanente de largo plazo; por esta razón no se recomienda el empleo de dicho criterio.

1.6.2.1.2. Método de los desfases.

Este procedimiento trata de establecer la cuantía de los valores que deben financiarse, desde el momento en que se inicia el desembolso hasta el momento en que estos son recuperados por concepto de ventas, cuando ingresa el dinero efectivo a caja.

1.6.2.1.3. Método del déficit acumulado

Este procedimiento estima período por período las necesidades de capital de trabajo.

1.6.2.2. Componentes del Capital de trabajo

1.6.2.2.1. Efectivo y bancos.

Con el fin de hacer pagos en efectivo se mantiene esta partida, parte disponible en la empresa y parte en cuentas corrientes o de ahorros.

1.6.2.2.2. Inventarios de materia prima y materiales.

Son todas las materias primas y abastecimientos adquiridos que aun están disponibles para utilizarse en la producción del periodo

1.6.2.2.3. Productos en proceso

JONES, y WERNER, Terrel (2001) manifiestan que “los productos en proceso son aquellos que han ingresado al proceso de producción, pero que no se han terminado”. Son las unidades de producción parcialmente terminadas, las cuales no se han enviado a los clientes. (Pág. 30)

1.6.2.2.4. Inventarios de productos terminados.

JONES y WERNER, Terrel (2001) manifiestan que el inventario de productos terminados son “productos que han sido terminados y están listos para la venta”. Su valoración se hace teniendo en cuenta su costo de producción y los gastos propios de su administración;(Pág. 30)

1.6.2.2.5. Cuentas por cobrar (cartera).

El monto de las cuentas por cobrar depende en gran parte de la política de crédito adoptada por la empresa.

1.6.2.2.6. Cuentas por pagar.

Por lo general los proveedores de materias primas, materiales y suministros otorgan créditos a corto plazo y descuentos por pronto pago; lo que permite obviamente disminuir las necesidades de capital de trabajo.

1.6.3. Costos de Producción

Durante el período de operación se pueden identificar cuatro clases de costos: en primer lugar los costos ligados más directamente a la producción del bien o a la prestación del servicio, son los costos de fabricación; en segundo lugar los costos administrativos propios de la organización de la empresa; por otro lado los costos causados por el efecto del impulso de las ventas; y finalmente los costos financieros generados por el uso del capital ajeno.

1.6.3.1. Costos de Fabricación

Los costos de fabricación son aquellos que se vinculan directamente con la elaboración del producto o la prestación del servicio. Se suelen clasificar en: costo directo, gasto de fabricación y otros gastos.

1.6.3.1.1. Costo directo.

JONES y WERNER, Terrel (2001) manifiestan que costo directo es “el costo que puede atribuirse a un objeto de costo individual”. Está constituido por la materia prima, los materiales directos, la mano de obra directa (obreros) con sus respectivas prestaciones. (Pág. 23)

a) Materia prima

Es el insumo que sufrirá precisamente el proceso de transformación y quedara plenamente involucrado en el bien producido.

JONES y WERNER, Terrel (2001) manifiestan que material directo es “materia prima que forma parte del producto final y se puede asociar con las unidades individuales producidas”. Podemos manifestar que son aquellos materiales que participan directa y necesariamente en el proceso para facilitar su transformación. (Pág. 31)

b) Mano de Obra Directa

Son los operarios que participan directamente en el proceso de transformación, como obreros, operarios de maquinas, alimentadores de equipos, etc.

c) Prestaciones

Siempre que se asuma un costo laboral se tendrá que hacer una previsión para el pago de prestaciones legales y extralegales, tales como: cesantías, primas, vacaciones, aportes a la Seguridad Social, etc.

d) Otros Materiales Directos

Algunos materiales directos que no hubiesen sido tratados anteriormente pueden incorporarse aquí.

1.6.3.1.2. Gastos de fabricación.

Están constituidos por materiales indirectos y mano de obra indirecta con sus respectivas prestaciones, se caracterizan por la dificultad de identificar su presencia de cada unidad de producción o de servicio.

a) Materiales indirectos

JONES y WERNER, Terrel (2001) señalan que materiales indirectos son “materiales consumidos a favor de múltiples objetivos de costo”. Se trata principalmente de: lubricantes, combustibles, papelería, útiles de aseo, materiales, etc. (Pág. 32)

b) Mano de Obra Indirecta

JONES y WERNER, Terrel (2001) manifiestan señalan como “mano de obra que se incurre a favor de múltiples objetos de costo”. Corresponde a: gerente técnico, jefes de departamentos técnicos, supervisores, personal de laboratorio, personal de servicio auxiliares etc. (Pág. 33)

e) Otros Gastos Indirectos

✓ **Depreciación de fábrica.**

Se trata de incorporar el valor anual de la depreciación de edificaciones, equipos, muebles, vehículos y otras instalaciones ligadas directamente al proceso de producción.

✓ **Servicios.**

Los principales componentes de este rubro son: agua, energía, gas, teléfono. Su estimación se puede hacer teniendo en cuenta los niveles de consumo previstos según el programa de producción y funcionamiento.

✓ **Mantenimiento**

Constituye todas las erogaciones por concepto de pagos de protección, conservación y reparaciones de las instalaciones, equipos, muebles vehículos, etc.

✓ **Seguros fábrica**

Comprende el pago de las pólizas anuales de protección de las instalaciones y equipos contra incendio, hurto, calamidad, etc.

✓ **Impuestos de fábrica**

Hace referencia principalmente a los impuestos de Industria y Comercio, y al Impuesto Predial.

1.6.3.2. Gastos de Administración

Los gastos administrativos incluyen todos los gastos que no constituyen los gastos de fabricación o de ventas, estos gastos se asocian con las funciones de soporte producción y ventas, contabilidad, finanzas, recursos humanos y las funciones ejecutivas.

A continuación se presentan los siguientes gastos administrativos, entre los más importantes tenemos:

1.6.3.2.1. Sueldos.

Comprende los sueldos de personal ejecutivo, personal auxiliar de compras y de contabilidad, etc.

1.6.3.3. Prestaciones.

Con el mismo criterio anotado anteriormente se calcula el monto de las prestaciones sobre la nomina administrativa.

1.6.3.4. Depreciaciones administrativas.

Se trata de la depreciación de activos fijos que tienen su origen en el área administrativa, tales como: muebles, equipos de cómputo y equipos de oficina.

1.6.3.5. Amortización de diferidos.

Corresponde a la amortización de diferidos que tiene origen en el área administrativa, como los gastos de organización.

1.6.3.6. Seguros.

Se trata del costo de las pólizas de seguros de incendio, robo, hurto, etc., que cubre las instalaciones administrativas, muebles y equipos.

1.6.3.7. Impuestos.

Se hace referencia a otros impuestos que no fueron incluidos anteriormente.

1.6.3.8. Otros.

En este campo se pueden incluir entre otros: papelería y útiles de oficina, gastos de representación, comunicaciones, transporte, etc.

1.6.3.3. Gastos de Ventas

JONES y WERNER, Terrel (2001) manifiestan que el gasto de ventas es “el costo de localizar a los clientes, atraerlos y convencerlos de que compren, además el costo de la documentación necesaria para relacionar y registrar las ventas”. (Pág. 24)

Dentro de los gastos de ventas se tiene:

1.6.3.3.1. Gastos de comercialización.

Entre los gastos de comercialización podemos distinguir los siguientes: sueldos y salarios (ejecutivos y supervisores de ventas, investigadores de mercado); comisiones de vendedores, gastos de publicidad, papelería y útiles de oficina, etc.

1.6.3.3.2. Gastos de distribución.

Entre los gastos de distribución podemos enunciar los siguientes: sueldos y salarios de supervisores, secretarías, impulsores, conductores de vehículos de reparto y auxiliares; fletes, empaques y envases además de la operación de los puntos de venta y almacenes.

1.6.3.4. Costos Financieros

Los costos financieros son las retribuciones que se deben pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para mantener en el tiempo activo que permitan el funcionamiento operativo de la compañía.

Para el autor Gabriel Baca Urbina (2006, Pág. 173) los costos financieros son “los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo”.

Entonces los costos financieros son los valores que se pagan por el uso de dinero ajeno, necesario para la operación del proyecto en el caso de que no contar con recursos propios.

1.6.4. Ingresos

MIRANDA, Juan José (2005) manifiesta que “los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o la prestación del servicio, la liquidación de los activos que han superado su vida útil dentro de la empresa.”.(Pág. 191)

Los ingresos deben ser previstos cuando se realiza un proyecto de inversión porque esto nos permitirá continuar con las operaciones de la empresa, los ingresos deben ser mayores que los gastos para obtener ganancias.

1.6.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto de partida del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total.

BACA, Gabriel (2006) manifiesta que el punto de equilibrio es “el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”. (Pág. 180)

Se puede manifestar que el punto de equilibrio es un indicador que permite identificar el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas en la empresa.

1.6.6. Criterios de Evaluación

La evaluación del proyecto compara, mediante distintos instrumentos, si el flujo de caja proyectado permite al inversionista obtener la rentabilidad deseada, además de recuperar la inversión. Los métodos más comunes corresponden a los denominados: valor actual neto, más conocido como VAN, la tasa interna de retorno o TIR, el periodo de recuperación y la relación beneficio - costo.

1.6.6.3. Valor Actual Neto

Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el monto cero.

MOKATE, Karen (2004,) el valor actual neto “representa la equivalencia presente de los ingresos netos futuros y presentes de un proyecto”. (Pág. 138)

BACA, Gabriel (2006) el valor actual neto es “el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (Pág. 221)

Si el resultado es mayor que cero, mostrara cuanto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa y que se exigía de retorno al proyecto; si el resultado es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa y que se debería obtener después de recuperar el capital invertido; y si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.

En general, el VAN se calcula de la siguiente forma: se determinan los beneficios netos anuales de cada uno de los años de la vida útil del proyecto, restando los costos de los beneficios. Luego, cada uno de estos beneficios netos se convierte a su equivalencia en el período de referencia.

El valor actual neto es un indicador que sirve para evaluar si existe ganancia o pérdida en las operaciones de la empresa luego de recuperada la inversión en un periodo determinado.

1.6.6.4. Tasa Interna de Retorno

Un segundo criterio de evaluación lo constituye la tasa interna de retorno, TIR, que mide la rentabilidad como porcentaje

MOKATE, Karen (2004) define la tasa interna de retorno como “la tasa de descuento intertemporal a la cual los ingresos netos del proyecto apenas cubren los costos de inversión, de operación y de rentabilidades sacrificadas”. (Pág. 145)

BACA, Gabriel (2006) la TIR “es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero; es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Pág. 224)

En otras palabras, indica la tasa de interés de oportunidad para la cual el proyecto apenas será aceptable.

Si la TIR es igual a la tasa de interés de oportunidad, realizar el proyecto es equivalente a seleccionar la "mejor" alternativa financiera y, por lo tanto, se asume una actitud de indiferencia frente al proyecto.

Se puede manifestar que la tasa interna de retorno también es un indicador que nos sirve para evaluar el rendimiento de la inversión en un periodo determinado de operaciones de la empresa.

1.6.6.5. Relación Costo Beneficio

La relación costo-beneficio es un indicador que permite conocer si el proyecto va a tener un rendimiento mayor a la inversión realizada.

FONTAINE, Ernesto (2006) manifiesta que “es la razón entre los valores actuales de los beneficios y de los costos” (Pág. 81)

MOKATE, Karen (2004) manifiesta que el criterio para la toma de decisiones con base en la relación costo-beneficio es el siguiente:(Pág. 157)

✓ Si la $RCB > 1$, el rendimiento financiero es aceptable, pues el valor presente de los beneficios es mayor que el de los costos.

✓ Si la $RCB < 1$, el proyecto genera un rendimiento financiero no atractivo, ya que el valor presente de los beneficios es menor que el de los costos.

✓ Si la $RCB = 1$, es indiferente desde la perspectiva financiera, realizar o rechazar el proyecto.

Entonces la relación costo-beneficio permitirá determinar si la inversión que se va a realizar producirá una rentabilidad mayor a la invertida, en el periodo de duración del proyecto.

1.6.7. Flujo de Caja

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuara sobre los resultados que en ella se determinen. Por otra parte, la forma de construir un flujo de caja difiere si es un proyecto de creación de una nueva empresa o si es uno que se evalúa en una empresa de funcionamiento.

El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos: a) los egresos iniciales de fondo, b) los ingresos y egresos de operación, c) el momento en que ocurren estos ingresos y gastos, y d) el valor de desecho o salvamento del proyecto.

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Introducción

Desde hace mucho tiempo a una Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial, se lo ha considerado como un servicio profesional de gran utilidad para ayudar a los directivos de las organizaciones a identificar y definir los principales problemas que afectan a sus organizaciones para alcanzar sus propósitos fundamentales, sus objetivos emanados en su misión, analizar las causas que lo provocan, identificando problemas y proyectar acciones para su perfeccionamiento y que estas se implementen para el cumplimiento de los objetivos de la misma.

La labor actual del consultor como parte esencial de una Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial es el de actuar como “agente de cambio”, basado en la transferencia de conocimientos. La consultoría tiene su origen en el sector privado, teniendo muy en cuenta la nueva tendencia de realizar los negocios. Las empresas más importantes y exitosas en el mercado consideran de suma importancia a los diferentes tipos de consultores por los resultados obtenidos, que han sido claves para el posicionamiento de su empresa en el mercado.

El estudio de mercado, busca determinar un excelente servicio, que incorporado un valor, pueda diferenciarse de la competencia y que los consumidores estén dispuestos a adquirirlo, pagando un precio establecido, de acuerdo a las condiciones de pago negociadas.

Para lograr implementar y poder visualizar la factibilidad de la Creación de una Empresa de Asesoramiento y Consultoría Empresarial, se analizará inicialmente el sector al cual pertenece, especialmente en términos de servicios, mercados, clientes, empresas, competidores, proveedores.

Para la Creación de la Empresa de Asesoramiento y Consultoría Empresarial, se consideró la siguiente definición según GREINER Larry y METZGER Robert (1983): “La CONSULTORÍA de empresas es un servicio profesional de ASESORAMIENTO contratado y proporcionado a las organizaciones por personas especialmente capacitadas y calificadas que prestan asistencia, de manera objetiva e independiente, para poner al descubierto los diferentes problemas Empresarial, analizarlos y poder recomendar soluciones a los mismos”

Es así que el presente proyecto se encamina a resolver básicamente tres tipos de problemas denominados:

- ✓ **De Corrección.-** Cuando está implícito rectificar una situación deteriorada en comparación con determinados patrones.
- ✓ **De Perfeccionamiento.-** Cuando se trata de mejorar hasta un grado óptimo o casi óptimo, una situación dada.
- ✓ **De Creación.-** Cuando se necesite algún tipo de estudio importante para la organización.

En la ciudad de Latacunga existe una gran cantidad de pequeñas, medianas y grandes empresas, que cada día van desarrollando mejores productos y servicios para sus consumidores con el fin de tener una mayor demanda y por ende utilidad en sus operaciones, el posicionamiento en el mercado es cada vez mucho mas competitivo debido a la gran cantidad de empresas que intervienen en el mismo, es por ello que las empresas para su crecimiento deben diferenciarse de sus competidores.

Es dentro de este contexto que se genera el presente proyecto de factibilidad para la Creación de una Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial en la ciudad

de Latacunga, cuya misión trascendental es de brindar apoyo a las diferentes empresas que buscan cumplir con sus objetivos y permanecer en el mercado y así poder tomar una decisión idónea, certera y capaz de poder minimizar el riesgo, de igual manera éste tipo de empresas no solo da solución a problemas inmediatos, sino también, previene futuros problemas que pudieran darse con el transcurso del tiempo, he ahí la importancia de la creación de la misma.

Las nuevas normas tributarias, contables y administrativas, obligan a la mayoría de empresas, sean: pequeñas, medianas o grandes, a llevar un mejor control de sus diferentes procesos inmersos de acuerdo a la actividad de cada una, aspectos de valdes para que el gobierno, instituciones financieras, instituciones crediticias, puedan tomar decisiones a favor o en contra de las mismas.

2.2. Objetivos del Estudio de Mercado

2.2.1. Objetivo General

- Determinar la factibilidad de la Creación de una Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial en la ciudad de Latacunga, para brindar un servicio de calidad y mejorar el desempeño de las empresas.

2.2.2. Objetivos Específicos

- ❖ Determinar y/o cuantificar la Demanda y la Oferta existentes.
- ❖ Conocer las necesidades y requerimientos de los potenciales clientes o usuarios del servicio.
- ❖ Determinar el grado de competencia existente en el mercado objetivo.
- ❖ Determinar el precio del servicio que se va ofertar.

2.3. Identificación del Servicio

El presente proyecto de Asesoría y Consultoría Empresarial, está orientado hacia el sector de los servicios, brindando diferentes herramientas y medios que

permitan construir caminos, mejorando diferentes puntos estratégicos de las empresas. El diagnóstico, la planificación y la evaluación en cada empresa permiten a los empresarios, jefes, encargados, empleados, lograr una mejora continua y cambios positivos en el lugar de trabajo.

La empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial, brindará soluciones empresariales para el fortalecimiento de las empresas, que les permita obtener un crecimiento sostenido y rentabilidad en el tiempo, es un servicio profesional de asesoramiento dirigido a las empresas, a través de personas capacitadas tanto profesional como intelectualmente, complementando con su experiencia respectiva, quienes serán los encargados de tener la suficiente habilidad para poder detectar las diferentes falencias de la organización y luego de un análisis minucioso poder recomendar o sugerir alternativas de mejora para el cumplimiento de los objetivos de la empresa, ya sea en el corto, mediano o largo plazo.

La empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial, estará especializada en los siguientes proyectos Empresariales:

- ✓ Planes estratégicos.
- ✓ Planes de marketing.
- ✓ Planes de Negocios.
- ✓ Estudios de mercado.
- ✓ Reingeniería de negocios.

2.4. Características del Servicio

Dentro de las principales características que tendrá la empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial son las siguientes:

- Los servicios serán impartidos por profesionales que poseen ética profesional, basada en su experiencia, cortesía, quienes poseen juicio correcto para ser capaces de juzgar con objetividad.
- Confidencialidad de toda la información proporcionada por la empresa que contrate los servicios.
- Se propondrá instrumentos que faciliten las acciones de cambio.
- Se dará seguimiento a las acciones concretadas y comprometidas por el equipo para efectuar los cambios respectivos.
- Todos los proyectos impartidos servirán de aporte con una intensa ayuda profesional con carácter temporal.

2.5. Usos y Especificaciones del Servicio

La empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial, deberá existir siempre y cuando sus servicios satisfagan las necesidades de sus usuarios, es por esto que los directores recurren por sus servicios si se dan cuenta de que necesitan ayuda para resolver un problema determinado.

El Servicio de Asesoría y Consultoría empezará cuando una determinada organización presenta una determinada situación considerada como insatisfecha en la que se ha producido un cambio, que se lo debe analizar para realizar una mejora, teniendo en cuenta que todo cambio analizado y mejorado por el consultor va a mejorar la calidad de la dirección y ver una mejora continua en el interior de cada organización, en definitiva la asesoría y/o consultoría ayudan al mejoramiento de la dirección y al excelente funcionamiento de la organización, de igual manera existe un aporte de conocimientos y técnicas especiales, se constituyen en una intensa ayuda profesional y ante todo justifican las decisiones tomadas o decididas por la parte directiva de la empresa.

La empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial, será especializada en los siguientes proyectos empresariales, los mismos que tendrán los siguientes

contenidos didácticos, basados en las necesidades de cada una de las organizaciones:

CUADRO N° 1
TITULO: ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO DE ASESORÍA Y
CONCULTORIA EMPRESARIAL.

| SERVICIO | CONTENIDO |
|-----------------------|--|
| ✓ Planes Estratégicos | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formulación de Misión, Visión. ✓ Análisis FODA. ✓ Estructura Organizacional. ✓ Indicadores Empresariales. ✓ Propuestas de Valor. ✓ Objetivos estratégicos claves. ✓ Matriz de Scorecard. ✓ Balans Scord Card. |
| ✓ Plan de Marketing | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Declaración de la Misión del Negocio. ✓ Objetivos. ✓ Análisis situacional. ✓ Estrategias del Mercado Objetivo. ✓ Producto. ✓ Plaza. ✓ Promoción. ✓ Precio. ✓ Implementación, evaluación y control. |
| ✓ Plan de Negocios | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición de Negocios. ✓ Análisis Estratégico. ✓ Análisis de Mercado. ✓ Organización. ✓ Inversión requerida. ✓ Análisis de rentabilidad. |

| SERVICIO | CONTENIDO |
|----------------------------|---|
| ✓ Plan de Negocios | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Proyección de ventas. ✓ Análisis de costos. ✓ Puntos de equilibrio. ✓ Flujo de fondos. |
| ✓ Estudio de Mercados | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Lanzamientos de nuevos productos. ✓ Apertura de nuevas líneas de negocio. ✓ Creación de nuevos puntos de ventas. ✓ Medición de satisfacción a clientes. ✓ Análisis de la competencia. |
| ✓ Reingeniería de Negocios | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición de procesos. ✓ Métodos para la identificación de procesos. ✓ Reingeniería de Procesos. ✓ Metodología para la Reingeniería de Procesos. ✓ Métodos y herramientas gerenciales. |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Grupo de Investigación

2.6. Mercado Objetivo

2.6.1. Segmentación de Mercado

La Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial estará orientada a prestar sus servicios a todas las empresas que tengan deficiencias en sus principales procesos administrativos y busquen encontrar soluciones alternativas para mejorar sus procesos, nuestro segmento tendrá las siguientes características:

- a) **Geografía:** Ciudad de Latacunga
- b) **Demografía:** Empresas afiliadas a la Cámara de Comercio de Latacunga

CUADRO N° 2
TITULO: EMPRESAS PERTENECIENTES A LA CÁMARA DE
COMERCIO DE LATACUNGA

| TIPO DE EMPRESA | CANTIDAD |
|--------------------------|-----------------|
| Pequeñas Empresas | 303 |
| Medianas Empresas | 192 |
| Grandes Empresas | 145 |
| TOTAL | 640 |

Fuente: Cámara de Comercio de Latacunga
Elaborado: Grupo de Investigación

- c) **Psicográfica:** Clase Social Media/ Media Alta
- d) **Conductuales:** Compromiso de cambio de actitud de todos los miembros de la organización orientados al cambio.

2.6.2. Características de los Consumidores

El proyecto va dirigido a las pequeñas, medianas y grandes empresas, pertenecientes a la Cámara de Comercio de la Ciudad de Latacunga.

2.6.2.1. Gustos y Preferencias

Citamos los siguientes gustos y preferencias para La Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial:

- ✓ Consultoría permanente y personalizada.
- ✓ Los problemas detectados serán juzgados con objetividad.
- ✓ Las sugerencias serán acorde a la realidad.
- ✓ Todo el trabajo planificado se direcciona a la elaboración de soluciones.

2.7. Aplicación de Instrumentos de Investigación

2.7.1. Recolección de Datos

Partiendo de la información obtenida en base a la aplicación del método de la encuesta dirigida a los responsables de las empresas a considerarse para la ejecución del presente proyecto, se utilizó los siguientes métodos:

2.7.1.1. Método Inductivo

Este método permitirá determinar la demanda insatisfecha del proyecto.

2.7.1.2. Método Deductivo

Métodos utilizados para determinar la demanda existente en el mercado objeto de estudio.

2.7.2. Cálculo del Tamaño de la Muestra

Para poder determinar el estudio de la muestra respectiva, se partirá de la población general constituida por las pequeñas, medianas y grandes empresas pertenecientes a la Cámara de Comercio de Cotopaxi, a las que se les administrará la encuesta respectiva y direccionando al personal responsable.

CUADRO N° 3

TITULO: POBLACIÓN DE LAS PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

| TIPO DE EMPRESA | CANTIDAD |
|------------------------|-----------------|
| PEQUEÑAS EMPRESAS | 303 |
| MEDIANAS EMPRESAS | 192 |
| GRANDES EMPRESAS | 145 |
| TOTAL | 640 |

Fuente: Cámara de Comercio de Latacunga
Elaborado: Grupo de Investigación

La población considerada para el proyecto es de 640 empresas, las mismas que tienen promedios de facturación anual desde \$30.001 hasta > de \$300.001.

Tomando en consideración lo expuesto, se aplicó la siguiente fórmula de cálculo:

$$n = \frac{PQN}{(N-1)\frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

Simbología:

n = Tamaño de la muestra

PQ = Constante de la varianza población (0.25)

N = Tamaño de la población (640)

E = Error máximo admisible (5% = 0.5)

K = Coeficiente de corrección del error (2)

$$n = \frac{PQN}{(N-1)\frac{E^2}{K^2} + PQ} \qquad n = \frac{0,25 * 640}{(640-1)\frac{0,05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{160}{0,6493} \qquad n = 247 \text{ encuestas}$$

CUADRO N° 4

TITULO: MUESTRAS A CONSIDERAR PARA EL PROYECTO

| TIPO DE EMPRESA | POBLACION | % PARTICIPACIÓN | MUESTRAS A TOMAR |
|------------------------|------------------|------------------------|-------------------------|
| Pequeñas Empresas | 303 | 47% | 117 |
| Medianas Empresas | 192 | 30% | 74 |
| Grandes Empresas | 145 | 23% | 56 |
| TOTAL | 640 | 100% | 247 |

Fuente: Cámara de Comercio de Latacunga
Elaborado: Grupo de Investigación

Como se puede observar el número de encuestas para ser administradas es de 247, las mismas que son distribuidas de la siguiente manera:

La población total de empresas de acuerdo a la base de la Cámara de Comercio de Latacunga, constituyen 640 empresas, con su respectivo % de participación (47% son pequeñas, el 30% son medianas y el 23% son grandes empresas), éste respectivo % multiplicado por (n) 247, obtenemos las muestras a encuestar para cada segmento.

2.7.3. Elaboración de la Encuesta

Para la recopilación de información del presente proyecto, se diseñó la respectiva encuesta, tomando en consideración preguntas importantes que fortalezcan las decisiones del proyecto. ANEXO N° 1

2.7.4. Procesamiento de Datos: Codificación y Tabulación

En este punto se procederá a tabular los datos obtenidos a través de la aplicación de las encuestas para luego analizar los resultados que serán útiles para el desarrollo del proyecto.

1.- ¿La facturación anual de la empresa a la cual Usted representa, en qué rangos se encuentra?

TABLA N°1

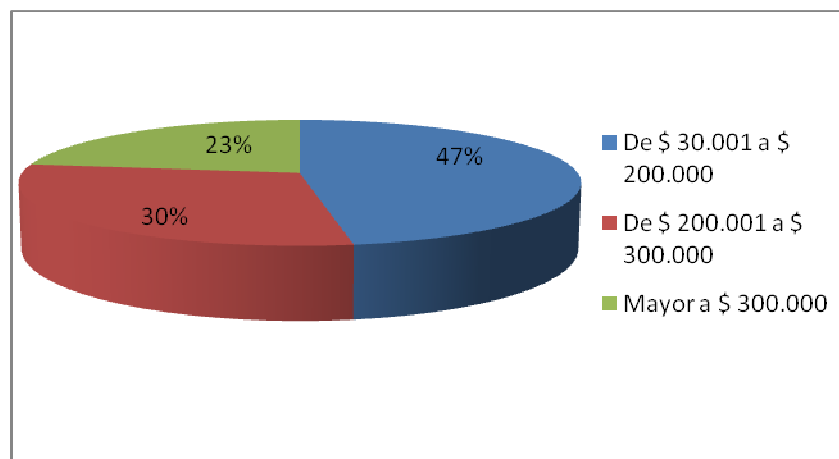
TITULO: FACTURACION ANUAL DE LAS EMPRESAS

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------------------|------------|-------------|
| De \$ 30.001 a \$ 200.000 | 117 | 47% |
| De \$ 200.001 a \$ 300.000 | 74 | 30% |
| Mayor a \$ 300.000 | 56 | 23% |
| TOTAL | 247 | 100% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 1

TITULO: PORCENTAJES DE FACTURACION ANUAL DE LAS EMPRESAS



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

Luego de realizar la respectiva encuesta se obtuvo que el 47% que representa a las pequeñas empresas que son 117, el 30% son medianas empresas y representan a 74 y el 23% son empresas grandes que representan a 26 empresas, lo que indica que existe mayor cantidad de empresas pequeñas en la ciudad de Latacunga. Información relevante para el proyecto de investigación.

2.- ¿Conoce Ud. lo que es un servicio de Asesoría y/o Consultoría Empresarial?

TABLA N°2

TITULO: CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL

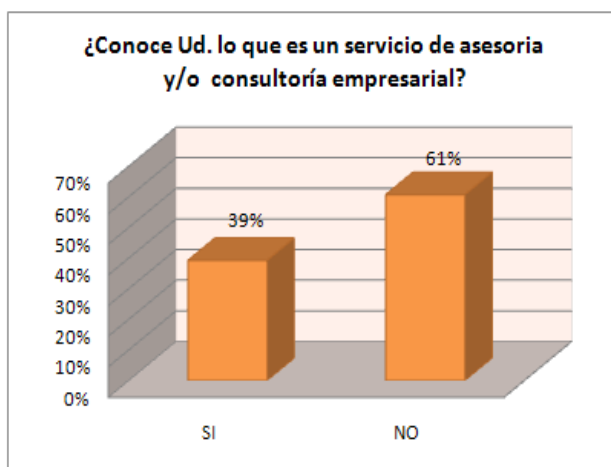
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 97 | 39% |
| NO | 150 | 61% |
| TOTAL | 247 | 100% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 2

TITULO: CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

De las 247 empresas encuestadas el 61% que representan 150 empresas manifiestan que no conocen lo que es un centro de asesoría y consultoría empresarial, mientras que el 39% que representa a 97 empresas manifiesta que si lo conoce, información indica que existe poca difusión del servicio por parte de las empresas que brindan este servicio.

3.- ¿La empresa a la cual pertenece a contratado alguna vez los servicios de un centro de Asesoría y/o Consultoría Empresarial?

TABLA N°3

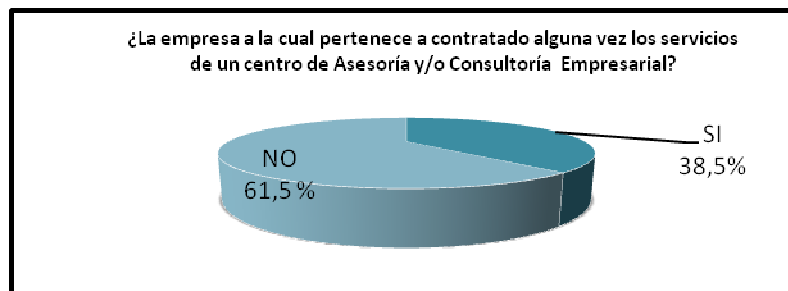
TITULO: UTILIZACION DEL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 95 | 38,5% |
| NO | 152 | 61,5% |
| TOTAL | 247 | 100% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 3

TITULO: PORCENTAJE DE UTILIZACION DEL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de las empresas encuestadas, el 61,5% revelan que no han contratado los servicios de una Empresa de Asesoría y/o Consultoría Empresarial, mientras que el 38,5 % de las empresas si lo ha realizado, lo que indica que existe un mercado amplio para ser captado.

Si la respuesta es SI, indique sus razones:

RESPUESTAS SI

TABLA N° 4

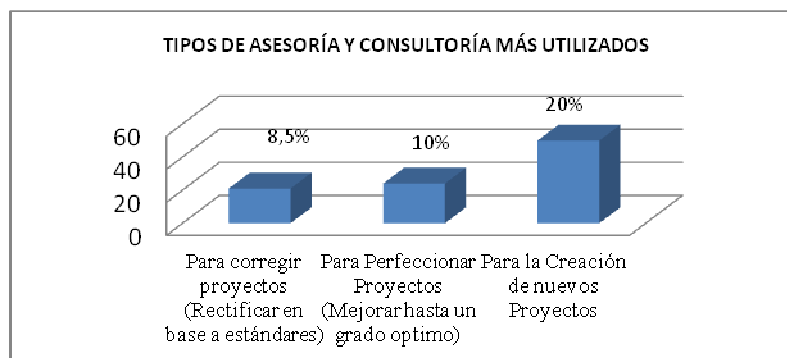
TITULO: TIPOS DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA MÁS UTILIZADOS

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|------------|--------------|
| Para corregir proyectos (Rectificar en base a estándares) | 21 | 8,5% |
| Para Perfeccionar Proyectos (Mejorar hasta un grado optimo) | 24 | 10% |
| Para la Creación de nuevos Proyectos | 50 | 20% |
| TOTAL | 95 | 38,5% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 4

TITULO: TIPOS DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA MÁS UTILIZADOS



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

De las 95 empresas que han contratado los servicios de una empresa de Asesoría y/o Consultoría Empresarial, el 20% ha contratado con la finalidad de realizar nuevos proyectos, mientras que el 8,5% han contratado para corregir diferentes proyectos en base a estándares establecidos, y el 10% lo ha hecho para perfeccionar proyectos ya establecidos por la empresa, esta información es importante ya que nos ayudara para determinar la demanda que existe del servicio.

Si la respuesta es O, indique sus razones:

TABLA N° 5

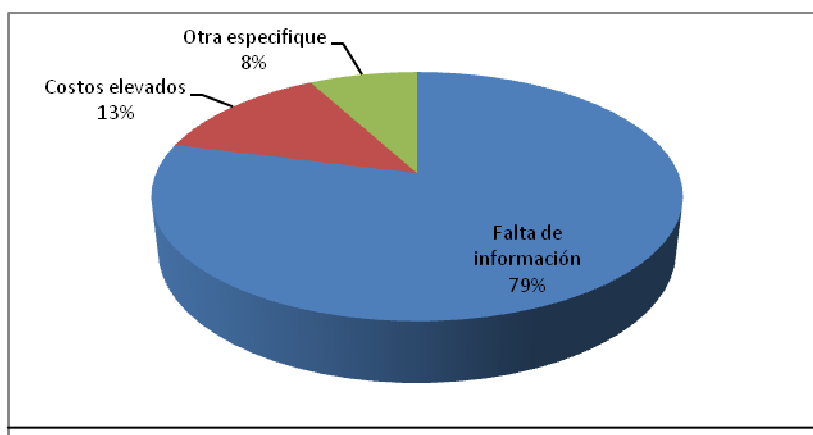
TITULO: RAZONES POR LAS QUE NO SE HA CONTRATADO EL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------------|------------|--------------|
| Falta de información | 120 | 48,5% |
| Costos elevados | 20 | 8% |
| Otra especifique | 12 | 5% |
| TOTAL | 152 | 61,5% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 5

TITULO: PORCENTAJE DE LAS RAZONES POR LAS QUE NO SE HA CONTRATADO EL SERVICIO DE ASESORÍA Y



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

De las 152 empresas que no han contratado los servicios de una Empresa de Asesoría y/o Consultoría Empresarial, el 48,5 % no lo ha realizado por falta de información en un canal adecuado mientras que el 8 % manifiesta que los costos son muy elevados y finalmente el 5% no lo ha hecho por diferentes causas. Información muy importante para implementar estrategias para atraer a los potenciales clientes.

4.- ¿Conoce Ud. a Empresas que brinden el servicio de Asesoría y Consultoría empresarial en la ciudad de Latacunga? indique cuáles.

TABLA N° 6

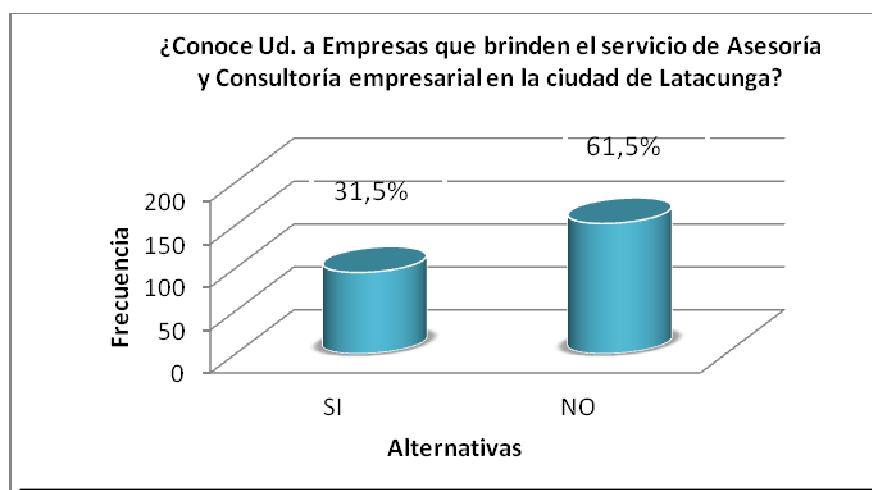
TITULO: EMPRESAS DEDICADAS APRESTAR EL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 95 | 38,5% |
| NO | 152 | 61,5% |
| TOTAL | 247 | 100% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 6

TITULO: PORCENTAJE DE LAS EMPRESAS DEDICADAS APRESTAR EL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

Luego de realizar la respectiva encuesta se obtuvo como resultados que 95 empresas que representan en un 38% conocen empresas que se dedican a prestar servicios de asesoría y consultoría empresarial en la ciudad de Latacunga, mientras que 152 empresas que representan el 61,5% no conocen de este tipo de servicio, este análisis nos permite conocer la competencia existente en la ciudad de Latacunga.

Si la respuesta es SI, indique cuáles son las empresas:

TABLA N° 7

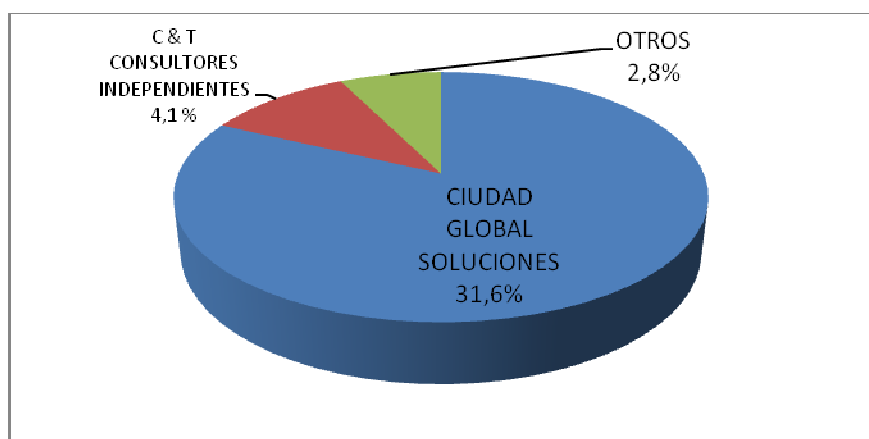
TITULO: CENTROS EXISTENTES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------------------------|------------|--------------|
| CIUDAD GLOBAL SOLUCIONES | 78 | 31,6% |
| C & T CONSULTORES INDEPENDIENTES | 10 | 4,1% |
| OTROS | 7 | 2,8% |
| TOTAL | 95 | 38,5% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 7

TITULO: CENTROS EXISTENTES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

Del 38,5 % de empresas encuestadas que respondieron al sí, el 31,6% manifiesta que conocen a la empresa asesora Ciudad Global Soluciones, seguida por C & T Consultores Independientes con el 4,1% y finalmente otros que representan tan solo el 2,8%, esta información permite determinar que la empresa Ciudad Global Soluciones es la más conocida en la ciudad.

5.- ¿Cree Ud. que es necesario conocer la opinión o sugerencias de profesionales externos a la empresa?

TABLA N° 8

TITULO: IMPORTANCIA DE LAS SUGERENCIAS EXTERNAS

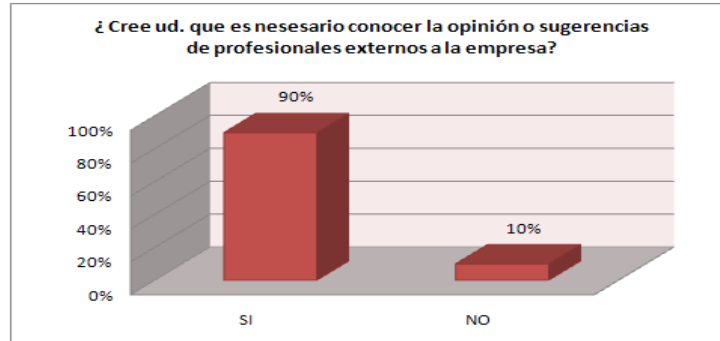
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 222 | 90% |
| NO | 25 | 10% |
| TOTAL | 247 | 100% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 8

TITULO: PORCENTAJE DE LA IMPORTANCIA DE LAS SUGERENCIAS EXTERNAS



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de las empresas encuestadas, 222 que representan el 90% manifiestan que es de gran importancia conocer la opinión o sugerencias que pueden facilitar la opinión o sugerencias de profesionales externos a la empresa para mejorar el objetivo planteado por la organización, mientras que el 10% que son 25 empresas opinan que no es necesaria la opinión de profesionales externos a la empresa.

6.- ¿Está de acuerdo con la creación de una Empresa dedicada a la Asesoría y Consultoría Empresarial en la ciudad de Latacunga?

TABLA N° 9

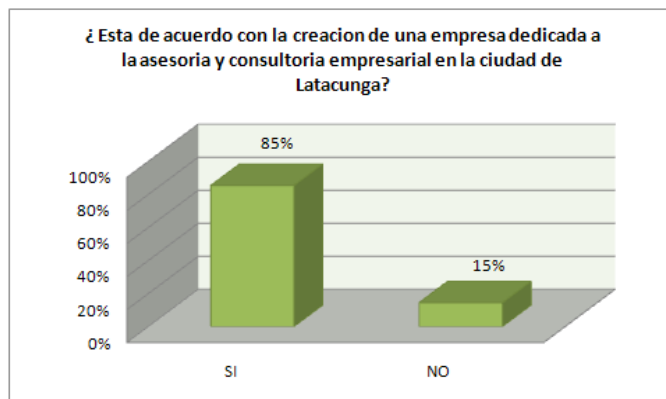
**TITULO: OPINION DE LA CREACION DE LA EMPRESA DE
ASESORÍA Y CONSULTORÍA**

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 210 | 85% |
| NO | 37 | 15% |
| TOTAL | 247 | 100% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 9

**TITULO: PORCENTAJE DE LA OPINION DE LA CREACION DE LA
EMPRESA DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA**



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de las empresas encuestadas que representan a 247, 210 empresas que representan el 85% están de acuerdo para la creación de una empresa dedicada a la asesoría y/o consultoría empresarial en la ciudad de Latacunga, resultado muy favorable para la ejecución del proyecto, mientras que el 15% no está de acuerdo con la creación una empresa que brinde este servicio.

7.- ¿En qué áreas le gustaría Asesorar a su empresa?

TABLA N°10

TITULO: SERVICIOS DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| Planes estratégicos | 42 | 17% |
| Planes de marketing | 36 | 14% |
| Planes de Negocios | 21 | 9% |
| Estudios de mercado | 90 | 36% |
| Reingeniería de negocios | 21 | 9% |
| TOTAL | 210 | 85% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 10

TITULO: SERVICIOS DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

Del 85 % de las empresas encuestadas que respondieron si, el 36% indican que la empresa de Asesoría o Consultoría, deberá prestar sus servicios en proyectos para realizar estudios de mercados, el 17% indican que el servicio se oriente a efectuar planes estratégicos, El 14% prefiere que la asesoría este dirigida a planes de

marketing, el 9% planes de negocios y el 9% restante prefiere la reingeniería de negocios.

8.- ¿Cuál sería el costo que estaría dispuesto a cancelar por un servicio de Asesoría y/o Consultoría para su empresa?

TABLA N° 11

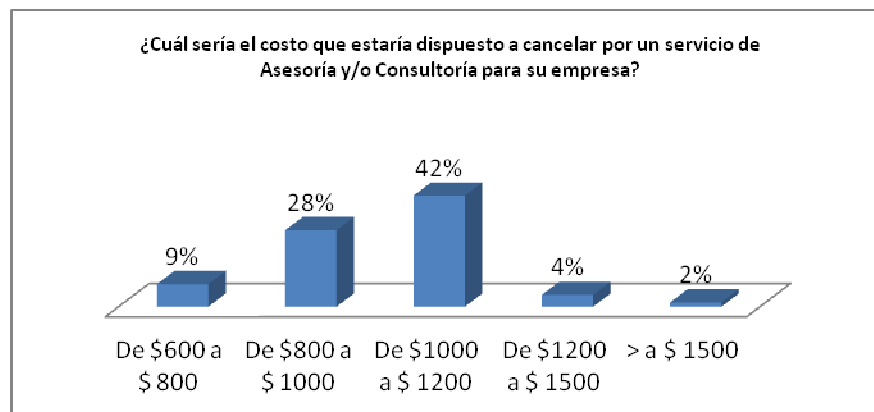
TITULO: COSTO DEL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------|------------|------------|
| De \$600 a \$ 800 | 21 | 9% |
| De \$800 a \$ 1000 | 71 | 28% |
| De \$1000 a \$ 1200 | 103 | 42% |
| De \$1200 a \$ 1500 | 11 | 4% |
| > a \$ 1500 | 4 | 2% |
| TOTAL | 210 | 85% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 11

TITULO: PORCENTAJE DEL COSTO DEL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

El 42% de las empresas encuestadas manifiestan que están dispuestas a cancelar entre \$1000 y \$1.200, El 28% estaría dispuesto a pagar entre 800 a 1000 dólares el 9% manifiesta que entre 600 a 8000 dólares el 4% pagaría de 1200 a 1500 dólares y el 2% estaría dispuesto a pagar un valor superior a 1500 dólares..Esta

información es muy relevante para el planteamiento de los precios que se van a aplicar en el proyecto.

9.- ¿Con qué frecuencia utilizaría los servicios de Asesoría y/o Consultoría?

TABLA N° 12

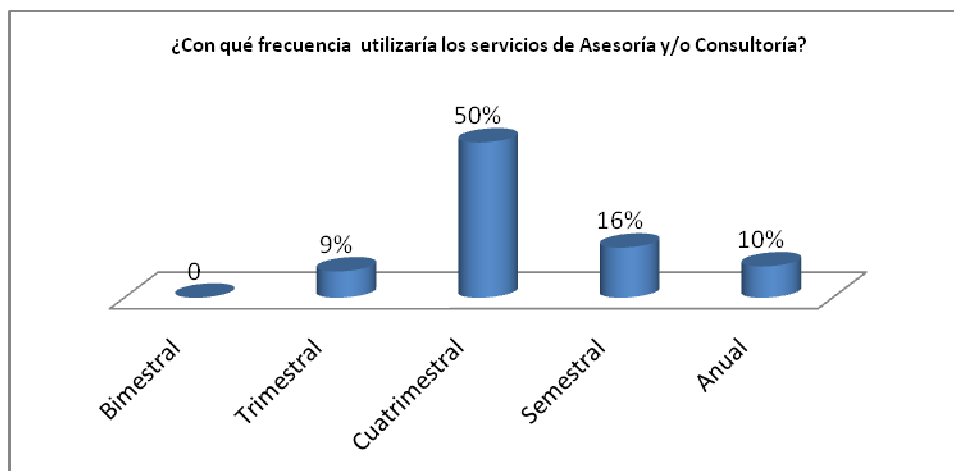
TITULO: FRECUENCIA DE LA UTILIZACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Bimestral | 0 | 0% |
| Trimestral | 21 | 9% |
| Cuatrimstral | 124 | 50% |
| Semestral | 40 | 16% |
| Anual | 25 | 10% |
| TOTAL | 210 | 85% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 12

TITULO: FRECUENCIA DE LA UTILIZACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

El 50% de las pequeñas empresas encuestadas, indican que un servicio de Asesoría y/o Consultoría debería ser contratado cada 4 meses, es decir cuatrimstralmente, el 16% semestralemnte, el 10% en forma anual, el 9% en

forma trimestral y ninguna de las empresas encuestadas manifiestan que el servicio debería ser en forma bimensual.

10.- ¿En qué medio le gustaría estar siempre informado de los proyectos de Asesoría y/o Consultoría que ofrece la Empresa?

TABLA N° 13

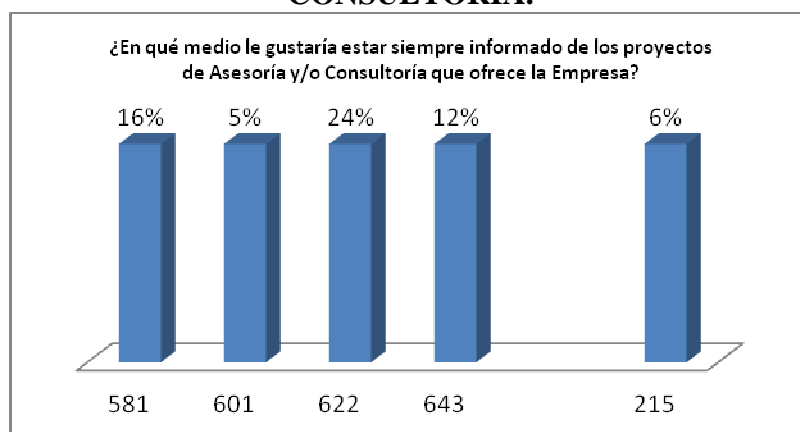
TITULO: MEDIOS DE DIFUSIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA.

| OPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Radio | 40 | 16% |
| Televisión | 12 | 5% |
| Prensa | 59 | 24% |
| Internet | 29 | 12% |
| Personal | 55 | 22% |
| Otro | 15 | 6% |
| TOTAL | 210 | 85% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

GRAFICO N° 13

TITULO: MEDIOS DE DIFUSIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Análisis e Interpretación de resultados

El 24% de las empresas encuestadas, indican que les gustaría estar siempre informadas de los servicios que ofrece la Empresa de Asesorío y/o Consultoría a través del medio escrito de la prensa, seguido del 22% que indican que les gustaría a través de una visita personal a las empresas, para conocer la oferta de sus

servicios, el 16% le gustaría escuchar las ofertas en la radio, el 12% por medio del internet, el 5% a través de la televisión y el 6% en otros medios. Lo que indica que la publicidad es importante.

2.8. Análisis de la Demanda

La demanda es la cuantificación de la necesidad real de la población, orientado al servicio que prestará la Empresa de Asesoría y Consultoría, valorado en base a su necesidad, utilidad, precio y beneficios para los futuros clientes y/o usuarios.

2.8.1. Demanda Actual del Servicio

Mediante el estudio realizado se ha determinado que la demanda actual para la Empresa de Asesoría y Consultoría, está dado por el número de empresas que se encuentran interesadas en utilizar dicho servicio, como se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 5

TITULO: DEMANDA ACTUAL DE SERVICIOS

| NUMERO TOTAL DE EMPRESAS EXISTENTES | % ACEPTACIÓN PROYECTO | DEMANDA ACTUAL |
|--|------------------------------|-----------------------|
| 640 | 85% | 544 |
| TOTAL | | 544 |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

El porcentaje de aceptación del servicio, se obtuvo mediante la aplicación y tabulación de la pregunta N° 6, donde se obtiene el porcentaje de aceptación del servicio que son 544 empresas las mismas que tienen promedios de facturación anual desde \$30.001 hasta > de \$300.000.

2.8.2. Demanda Proyectada

Para poder realizar la proyección de la demanda que captará la Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial, se tomo en consideración el porcentaje de participación en el mercado de cada una de las empresas sean éstas pequeñas, medianas y grandes empresas según la Cámara de Comercio de Latacunga, que es la única variable que se pudo investigar, la misma que se registra como una estadística histórica y que guarda relación con el crecimiento de las empresas.

CUADRO N° 6

TITULO: PARTICIPACIÓN DEL MERCADO DE LAS PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS

| TIPO DE EMPRESA | % PARTICIPACIÓN | DEMANDA ACTUAL |
|-----------------|-----------------|----------------|
| PEQUEÑAS | 47 % | 256 |
| MEDIANAS | 30 % | 163 |
| GRANDES | 23 % | 125 |
| TOTAL | 100 % | 544 |

Fuente: Cámara de Comercio de Latacunga

Elaborado: Grupo de Investigación

CUADRO N° 7

TITULO: DEMANDA PROYECTADA PARA LA EMPRESA DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL

| TIPO DE EMPRESA | DEMANDA ACTUAL (Po) | % CRECIMIENTO (i) | DEMANDA PROYECTADA Pn = Po (1+i) |
|-------------------|---------------------|-------------------|----------------------------------|
| PEQUEÑAS EMPRESAS | 256 | 3,66 % | 265 |
| MEDIANAS EMPRESAS | 163 | 3,66 % | 168 |
| GRANDES EMPRESAS | 125 | 3,66 % | 129 |
| TOTAL | 544 | | 562 |

Fuente: Cámara de Comercio de Latacunga

Elaborado: Grupo de Investigación

Para poder proyectar la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o (1 + i); \text{ donde:}$$

P_n = Población Estimada

P_o = Población Año Base

i = Índice de Crecimiento, ejemplo:

$$P_n = 256(1+0,0366) = \mathbf{265}$$

$$P_n = 163(1+0,0366) = \mathbf{168}$$

$$P_n = 125(1+0,0366) = \mathbf{129}$$

$$\Sigma = \underline{562}, \text{ etc}$$

Como se puede visualizar la demanda proyectada se compone de 562 empresas, de la misma manera se proyecta para los años siguientes:

CUADRO N° 8

TITULO: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA PROYECTADA DEL SERVICIO DE LA EMPRESA DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL (EMPRESAS)

| TIPO DE EMPRESA AÑO | PEQUEÑAS 3,66% | MEDIANAS 3,66% | GRANDES 3,66% | TOTAL ANUAL |
|------------------------|-------------------|-------------------|------------------|----------------|
| 2011 | 265 | 168 | 129 | 562 |
| 2012 | 274 | 174 | 133 | 581 |
| 2013 | 284 | 180 | 137 | 601 |
| 2014 | 294 | 186 | 142 | 622 |
| 2015 | 304 | 192 | 147 | 643 |
| TOTAL | 1.421 | 900 | 688 | 3.009 |

Fuente: Cámara de Comercio de Latacunga

Elaborado: Grupo de Investigación

Como se puede observar para el año 2.015 existen 643 empresas que demandarán los servicios de asesoría y consultoría, distribuidas en 304 pequeñas empresas, 192 medianas empresas y 147 empresas grandes.

De la misma manera realizamos la proyección de la demanda en base al requerimiento del servicio de asesoría y consultoría de las empresas:

CUADRO N° 9

TITULO: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA POR CANTIDAD DEL SERVICIO

| AÑOS | DEMANDA PROYECTADA POR EMPRESAS | FRECUENCIA CAPACITACION ANUAL | DEMANDA PROYECTADA POR N° DE SERVICIOS |
|--------------|--|--------------------------------------|---|
| 2011 | 562 | 3 | 1.686 |
| 2012 | 581 | 3 | 1.743 |
| 2013 | 601 | 3 | 1.803 |
| 2014 | 622 | 3 | 1.866 |
| 2015 | 643 | 3 | 1.929 |
| TOTAL | 3.009 | | 9.027 |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

La frecuencia del servicio de la Asesoría y Consultoría, fue considerado de la pregunta N° 9 de las encuestas realizadas a las diferentes empresas, las mismas que manifiestan que el servicio de Asesoría y Consultoría se lo debe realizar cada 4 meses, es decir 3 veces al año, razón por la cual se obtiene para el año 2.015 un total de 1.929 servicios de Asesoría y Consultoría, haciéndose muy atractivo el presente proyecto planteado.

2.9. Análisis de la Oferta en el Mercado



La oferta se define como la cantidad de servicios que un cierto número de oferentes o competidores (Empresas de Asesoría y Consultoría Empresarial), están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado en un periodo específico.

Este análisis de la oferta nos proporciona lineamientos, para ver el comportamiento de los demás oferentes del mercado, ya que se puede aprovechar sus ventajas y poder corregir sus desventajas de la competencia en lo que se refiere a sus estrategias comerciales, captación de mercado o los costos a los que incurren.

A través de la investigación se pudo determinar que en la ciudad de Latacunga existen básicamente dos empresas de Asesoría o Consultoría, que constituyen nuestra competencia:

CUADRO N° 10

TITULO: EMPRESAS DEDICADAS AL SERVICIO DE ASESORÍA O CONSULTORÍA EMPRESARIAL

| EMPRESA | ESPECIALIDAD | UBICACIÓN |
|--|--|-------------------------------|
|  Ciudad Global Soluciones | ❖ Estudio de Mercado ❖ Planes Estratégicos ❖ Planes de Marketing | ❖ Calle Guayaquil y 2 de Mayo |
|  C&T Consultores Independientes | ❖ Estudio de Mercado ❖ Planes Estratégicos ❖ Planes de Marketing | ❖ Espel |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

2.9.1. Oferta Histórica del Servicio

Tomando en consideración los datos proporcionados de la pregunta N° 5, a través de la aplicación de la encuesta, se pudo determinar que la oferta está conformada por:

CUADRO N° 11

TITULO: OFERTA DEL SERVICIO EXISTENTE EN LA CIUDAD DE LATACUNGA (Numero de empresas que demandarán el servicio de capacitación para sus colaboradores: 544Empresas)

| COMPETIDORES | % PARTICIPACIÓN MERCADO | EMPRESAS QUE ASESORARÁN |
|--|----------------------------|----------------------------|
| CIUDAD GLOBAL SOLUCIONES | 31,6% | 172 |
| C & T CONSULTORES INDEPENDIENTES | 4,1% | 22 |
| OTROS | 2,8% | 15 |
| TOTAL | 38,5% | 209 |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

Los tres principales centros de Asesoría o Consultoría Empresarial estarán en capacidad de Asesorar a 209 empresas.

2.9.2. Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se ha tomado en cuenta el número de empresas dedicadas a la actividad del servicio de la Asesoría y Consultoría que existen en la ciudad de Latacunga:

CUADRO N° 12

TITULO: OFERTA DEL SERVICIO EXISTENTE EN LA CIUDAD DE LATACUNGA POR TIPO DE EMPRESA

| COMPETIDORES | EMPRESAS QUE ASESORARAN | PEQUEÑAS 47 % | MEDIANAS 30% | GRANDES 23 % |
|--|----------------------------|------------------|-----------------|-----------------|
| CIUDAD GLOBAL SOLUCIONES | 172 | 81 | 52 | 39 |
| C & T CONSULTORES INDEPENDIENTES | 22 | 10 | 7 | 5 |
| OTROS | 15 | 7 | 5 | 3 |
| TOTAL | 209 | 98 | 64 | 47 |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

Como se indica en el cuadro N° 12 la competencia brindará su servicio a las empresas distribuidas de la siguiente forma, 98 pequeñas, 64 medianas y 47 empresas grandes.

CUADRO N° 13

TITULO: OFERTA PROYECTADA PARA EL PROYECTO DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL

| TIPO DE EMPRESA | OFERTA ACTUAL (Po) | % CRECIMIENTO (i) | OFERTA PROYECTADA Pn= Po(1+i) |
|-----------------|--------------------|-------------------|-------------------------------|
| PEQUEÑA | 98 | 0,0366 | 101 |
| MEDIANA | 64 | 0,0366 | 66 |
| GRANDE | 47 | 0,0366 | 48 |
| TOTAL | 209 | | 215 |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

Para el 2.011, 215 empresas serán asesoradas por las principales empresas de Asesoría existente en la ciudad de Latacunga.

CUADRO N° 14

TITULO: ESTIMACIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO DE ASESORÍA EMPRESARIAL (EMPRESAS)

| TIPO DE EMPRESA | PEQUEÑAS | MEDIANAS | GRANDES | TOTAL |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| AÑO | 3,66% | 3,66% | 3,66% | |
| 2011 | 101 | 66 | 48 | 215 |
| 2012 | 104 | 68 | 49 | 221 |
| 2013 | 107 | 70 | 50 | 227 |
| 2014 | 110 | 72 | 51 | 233 |
| 2015 | 114 | 74 | 52 | 240 |
| TOTAL | 536 | 350 | 250 | 1.136 |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

Como se visualiza para el año 2.015 existen 240 empresas, de las cuales 114 son pequeñas, 74son medianas y 52 son grandes empresas que serán asesoradas por la principal empresa de Asesoría de la ciudad de Latacunga.

A continuación se realizará la proyección de la oferta considerando el número de servicios de Asesoría, para lo cual tomaremos en consideración que las empresas que constituyen nuestra competencia directa, dan asesoramiento 3 veces al año, ya sea para corregir, perfeccionar o crear nuevos proyectos que serán indispensables para la mejora continua de sus procesos.

**CUADRO N° 15
TITULO: ESTIMACIÓN DE LA OFERTA
POR CANTIDAD DEL SERVICIO**

| AÑO | OFERTA PROYECTADA POR EMPRESAS | FRECUENCIA CAPACITACIÓN ANUAL | OFERTA PROYECTADA POR N° SERVICIOS |
|--------------|---------------------------------------|--------------------------------------|---|
| 2011 | 215 | 3 | 645 |
| 2012 | 221 | 3 | 663 |
| 2013 | 227 | 3 | 681 |
| 2014 | 233 | 3 | 699 |
| 2015 | 240 | 3 | 720 |
| TOTAL | 1.136 | | 3.408 |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Grupo de Investigación

Existe una oferta proyectada por número de servicios al año 2.015 de 720 servicios de asesoría, que serán impartidos por el principal centro de asesoría.

2.9.3. Demanda Insatisfecha

De acuerdo a los resultados de las Proyecciones de Oferta y Demanda efectuadas, se determinó la Demanda Insatisfecha existente en cuanto al Servicio de Asesoría y Consultoría Empresarial en la ciudad de Latacunga, la misma que se mantiene creciente conforme transcurren los años.

CUADRO N° 16
TITULO: DEMANDA INSATISFECHA PARA EL PROYECTO
(EMPRESAS)

| AÑO | DEMANDA PROYECTADA POR N° EMPRESAS | OFERTA PROYECTADA POR N° EMPRESAS | DEMANDA INSATISFECHA |
|--------------|---|--|-----------------------------|
| 2011 | 562 | 215 | 347 |
| 2012 | 581 | 221 | 360 |
| 2013 | 601 | 227 | 374 |
| 2014 | 622 | 233 | 389 |
| 2015 | 643 | 240 | 403 |
| TOTAL | 3.009 | 1.136 | 1.873 |

Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado: Grupo de Investigación

Para el año 2015 la demanda insatisfecha para el proyecto será de 403 empresas, que no es otra cosa que el balance entre la oferta y la demanda proyectada, dando como resultado una brecha existente, denominada “demanda insatisfecha”, la cual constituye la primera condición para determinar la factibilidad del proyecto.

CUADRO N° 17
TITULO: DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA POR NÚMERO
DE SERVICIOS DE LA EMPRESA DE ASESORÍA O CONSULTORÍA

| AÑO | DEMANDA PROYECTADA POR N° SERVICIOS | OFERTA PROYECTADA POR N° SERVICIOS | DEMANDA INSATISFECHA |
|--------------|--|---|-----------------------------|
| 2011 | 1.686 | 645 | 1.041 |
| 2012 | 1.743 | 663 | 1.080 |
| 2013 | 1.803 | 681 | 1.122 |
| 2014 | 1.866 | 699 | 1.167 |
| 2015 | 1.929 | 720 | 1.209 |
| TOTAL | 9.027 | 3.408 | 5.619 |

Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado: Grupo de Investigación

Al año 2.015 existen 1.209 servicios de Asesoría, que se constituyen en demanda insatisfecha, factor de importancia para la creación de nuestra Empresa de Asesoría y Consultoría.

El proyecto estará diseñado y planificado para cubrir el 16,5 % de la demanda insatisfecha.

2.10. Análisis de Precios

La estrategia de precios para nuestra Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial, lo definirá el mercado. La competencia ha determinado un rango de precios de acuerdo a su servicio ofrecido, para nuestro caso consideraremos factores que serán evaluados por los consumidores del mismo, en conclusión, los precios se fijarán analizando los diferentes costos y teniendo en cuenta los precios de la competencia.

2.10.1. Precios Promedios Actuales

CUADRO N° 18

TITULO: PRECIOS PROMEDIOS ACTUALES

| ASESORIA / CONSULTORIA | EMPRESAS | |
|------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| | CIUDAD GLOBAL SOLUCIONES | C & T CONSULTORES INDEPENDIENTES |
| ESTUDIO DE MERCADO | \$ 4.500 | \$ 2.100 |
| PLAN ESTRATEGICO | \$ 1. 500 | \$ 850 |
| PLAN DE MARKETING | \$ 1.500 | \$ 950 |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Grupo de Investigación

Cabe indicar que nuestra competencia directa, solamente brinda servicios principalmente de Asesoría/Consultoría, en las áreas de: Estudios de Mercado, Planes Estratégicos y Planes de Márketing, siendo una oportunidad de negocio para nuestro proyecto, por el hecho que nuestros futuros clientes, necesitan o

requieren del servicio en otras áreas como: Planes de Negocios, Reingeniería de Negocios.

2.10.2. Precios del Servicio

El precio del Servicio para nuestra Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial, lleva inmerso ciertos factores que contemplan y garantizan la calidad del mismo, que conllevarán a obtener los resultados deseados, para poder tomar las diferentes tipos de decisiones, según la necesidad requerida, bajo conceptos de:

- ✓ Asesores especializados.
- ✓ Experiencia suficiente en el manejo de casos.
- ✓ Simulación en base a la realidad del mercado.
- ✓ Tiempos de entrega efectiva, según el caso y la negociación.

2.10.3. Márgenes de Precios

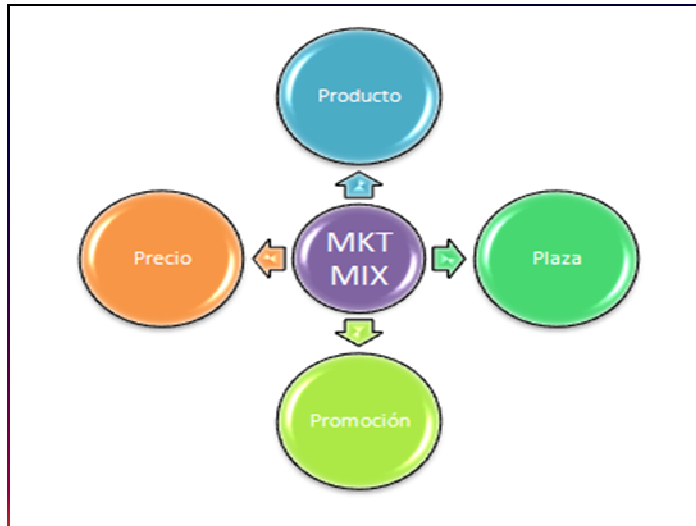
En base a los resultados obtenidos en la pregunta N° 10 de la respectiva encuesta, en la cual se hace referencia al costo promedio del pago por un servicio de Asesoría, el 49% de las empresas encuestadas, manifiestan que estarían dispuestas a pagar por el servicio entre \$1000 a \$1.200, en base a estos datos se calcula un precio referencial que sería de \$1.100.

2.11. Análisis de la Comercialización del Servicio.

Constituye uno de los procesos importantes dentro del desarrollo y la implementación de los diferentes proyectos, recordando que si se tiene un buen producto o servicio, pero que no tenga un proceso de comercialización definido, no serviría de nada, para nuestro caso utilizaremos la mezcla del marketing mix, que está formado por un grupo de elementos utilizados de manera integrada para poder influenciar en el mercado, en base al planteamiento de diferentes estrategias.

GRAFICO N° 14

TITULO: ESTRUCTURA DEL MÁRQUETING



Fuente: Investigación Bibliográfica
Elaborado: Grupo de Investigación

2.11.1. *El Producto- El Servicio*

El Servicio de Asesoría, constituye para nuestra empresa la razón de ser de la misma, para lo cual se han planteado implementar las siguientes estrategias, que permitirán crear una diferenciación relevante para el cliente y difícil de ser copiada por la competencia:

- ❖ La empresa de Asesoría y consultoría Empresarial, tendrá siempre una gama de servicios, de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- ❖ El proceso de Asesoría se regirá, bajo normas de calidad, manifestadas y evaluadas por empresas que ya han sido asesoradas.
- ❖ Comunicación frecuente y permanente con todas las empresas que contraten el servicio.

2.11.2. El Precio

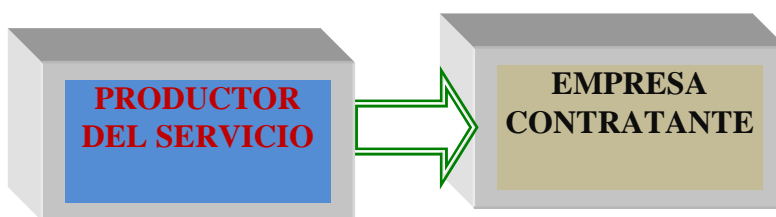
Uno de los principales objetivos del empresario es obtener ganancias, y éste se lo puede alcanzar a través de un precio adecuado, reflejado en una política eficiente de precios, consideraremos las siguientes estrategias:

- ❖ Definición del precio basado en el valor (o en el consumidor), donde la empresa estima (a través de encuestas) el valor máximo que el cliente está dispuesto a pagar por sus servicios, y partir del valor máximo la empresa cobrará un poco menos.
- ❖ Implementar la estrategia de precios por volumen, donde sustraídos los costos, resulten las ganancias más elevadas, en base a conversaciones o negociaciones empresariales, donde se lleguen acuerdos de asesorar en diferentes áreas de una misma empresa.

2.11.3. La Plaza o Punto de Venta

Considerando que la plaza, constituye un conjunto de elementos que permiten colocar el servicio disponible para el consumidor, para nuestro caso se utilizará los siguientes canales:

- ❖ El Servicio será canalizado de manera directa, donde intervienen la empresa Asesora y la empresa Contratante.



- ❖ El asesoramiento del Servicio, se realizará en base a un equipo de ventas externas.
- ❖ La información de toda la empresa estará disponible a nivel empresarial, en nuestra página web.

2.11.4. Promoción y Publicidad

El término promoción y publicidad tiene que ver principalmente a todas las estrategias a implementarse siempre y cuando se relacionen con la comunicación con el mercado.

- ❖ Publicar en el principal medio de prensa de la localidad, los servicios de la Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial.
- ❖ Distribución de folletos de los servicios de la empresa, en áreas de influencia relacionada con la actividad de la empresa: SRI, IESS, Instituciones Financieras, etc.
- ❖ Aplicar la técnica de la post venta, para transformar de una empresa eventual en una empresa leal.

CAPITULO III PROPUESTA

3. ESTUDIO TECNICO

3.1. Introducción

En la presente investigación referente al estudio de factibilidad para la creación de la empresa de Asesoría y Consultoría empresarial, en el estudio técnico, se determinan las necesidades de maquinaria, equipo, instalaciones y adecuaciones, la disponibilidad en la planta, lo que influye básicamente en las necesidades del espacio y la obra física, de igual manera se determina los requerimientos del personal, en concordancia con el proceso seleccionado, se calculan los costos de operación, de mano de obra, de diferentes insumos, de mantenimiento, por concepto de depreciaciones y otros.

El estudio técnico para la Creación de la Empresa de Asesoría y Consultoría, no se realiza de una manera aislada, se necesitan los datos del estudio de mercado en el cuál se definen las características del producto, la demanda proyectada, entre otras.

3.2. Objetivos del Estudio Técnico

3.2.1. Objetivo General

Determinar todos los componentes técnicos indispensables para la Creación de la Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial en la ciudad de Latacunga.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar el lugar adecuado para la ubicación de la empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial en la ciudad de Latacunga.
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Establecer la distribución y diseño de las instalaciones de la empresa.
- Realizar la estructura organizacional para el buen funcionamiento de la empresa de asesoría y consultoría.

3.3. Tamaño del Proyecto.

El tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y los aspectos como el mercado, la disponibilidad financiera, de mano de obra, de materia prima, entre otras.

La importancia de definir el tamaño de Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial, tendrá su efecto principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

3.3.1. Factores Determinantes del Tamaño del Proyecto

La determinación del tamaño de la Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial, es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y los aspectos como, el mercado, la disponibilidad de la tecnología, de los equipos, de mano de obra y el financiamiento.

3.3.1.1. El Mercado

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto, es tener una noción clara de la cantidad de consumidores (empresas) que habrán de adquirir el servicio de asesoría y consultoría empresarial que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

Para el año 2.011 existe una demanda insatisfecha de 1.401 servicios de Asesoría, la Empresa de Asesoría y Consultoría..

CUADRO N° 19

TITULO: DEMANDA INSATISFECHA

| AÑO | DEMANDA PROYECTADA POR N° SERVICIOS | OFERTA PROYECTADA POR N° SERVICIOS | DEMANDA INSATISFECHA |
|--------------|-------------------------------------|------------------------------------|----------------------|
| 2011 | 1.686 | 645 | 1.041 |
| 2012 | 1.743 | 663 | 1.080 |
| 2013 | 1.803 | 681 | 1.122 |
| 2014 | 1.866 | 699 | 1.167 |
| 2015 | 1.929 | 720 | 1.209 |
| TOTAL | 9.027 | 3.408 | 5.619 |

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Grupo de Investigación

3.3.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros

Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de las inversiones mínimas del proyecto, es claro que la realización del mismo es imposible.

Para el financiamiento del proyecto el 30% será de aporte de los accionistas y el 70% se lo obtendrá por medio de un préstamo bancario, según el monto definido.

CUADRO N° 20

TITULO: DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

| FINANCIAMIENTO | % |
|------------------------|-------------|
| CAPITAL PROPIO | 30% |
| INSTITUCION FINANCIERA | 70% |
| TOTAL | 100% |

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Grupo de Investigación

3.3.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra

Para el presente proyecto existe personal capacitado y especializado en las diferentes áreas ofertadas, los mismos que constituyen la carta de presentación de la empresa; la contratación del personal se lo hará bajo un estricto proceso de selección y se tendrán que cumplir ciertos requisitos para ocupar los diferentes puestos, entre los más importantes están: formación universitaria, experiencia laborable comprobable, conocimientos reales, relaciones interpersonales, conocimientos en los respectivos cargos a ejecutarse, entre los más importantes, el personal requerido será:

CUADRO N° 21

TITULO: DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

| N° | PERSONAL | CANTIDAD |
|-----------|-----------------------------|-----------------|
| 1 | Gerente | 1 |
| 2 | Secretaria-Cajera-Contadora | 1 |
| 3 | Asesores | 4 |
| 4 | Mensajero | 1 |
| | TOTAL | 7 |

- > Fuente: Investigación de Campo
- > Elaborado: Grupo de Investigación

3.3.1.4. Disponibilidad de Recursos Básicos

Constituye un factor muy importante en la definición del proyecto, donde se hará referencia a ciertos servicios como: de luz, teléfono, agua, fax, acceso directo a internet; que permitirán el desarrollo efectivo y eficiente de los proyectos.

3.4. Localización del Proyecto

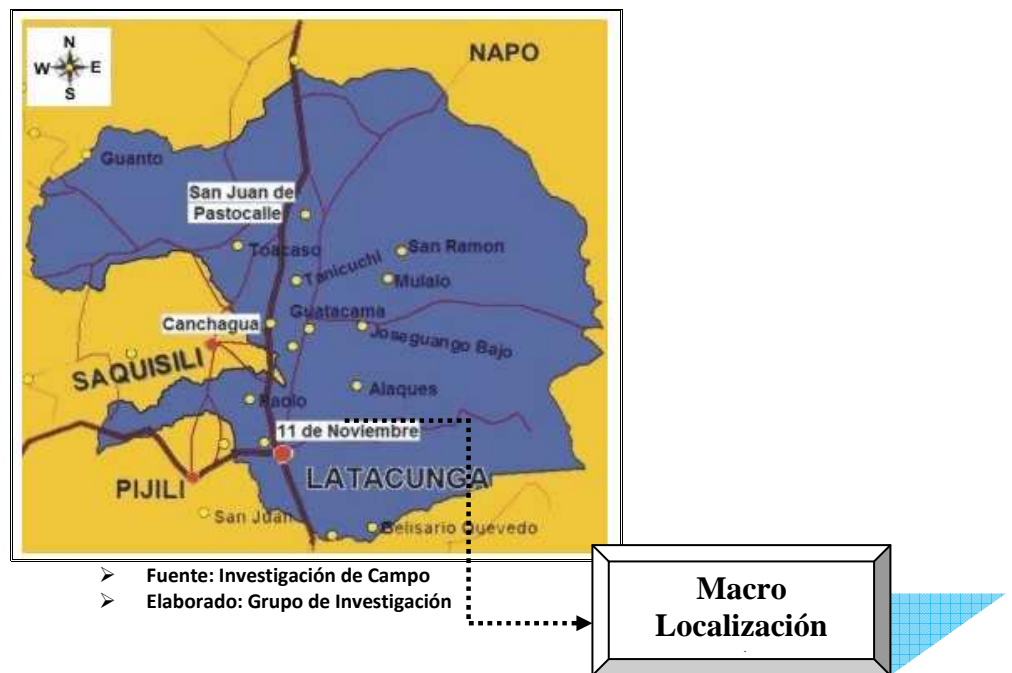
3.4.1. Macro Localización

Tomando en consideración los parámetros para efectuar la macro localización del proyecto, geográficamente estará ubicado:

- **País:** Ecuador.
- **Provincia:** Cotopaxi.
- **Cantón:** Latacunga.
- **Ciudad:** Latacunga.

GRÁFICO N° 15

TITULO: MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



La justificación principal para que nuestro proyecto sea ubicado en la ciudad de Latacunga, radica principalmente en nuestro compromiso, de fomentar nuevas fuentes de trabajo para personas de la provincia a la cual se deben y de esta forma fomentar el adelanto de la misma y por ende de las empresas que confíen en nuestros servicios en base a resultados medibles y cuantificables en el transcurso del tiempo.

3.4.2. Micro localización

Una vez determinado la macro localización del proyecto, se procede a tomar la decisión sobre la micro localización, tomando en consideración que el servicio ofertado, no necesita de una infraestructura considerable, por el hecho que los

consultores realizarán su trabajo en su propia oficina y en las empresas, para tomar esta decisión, consideramos el acceso adecuado para los servicios básicos como: luz, agua, teléfono, internet, vías de acceso, transporte, tomando en consideración lo indicado, la empresa estará ubicada:

- ✓ Parroquia: La Matriz
- ✓ Sector: La FAE
- ✓ Calles: Av. Amazonas y Fortaleza del Cayo

La edificación donde funcionará se lo realizará bajo el concepto de arrendamiento del inmueble adecuado. En el siguiente plano, se señala la ubicación de la Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial.

Para determinar la localización se utilizo el método designación óptima por puntos.

CUADRO N° 22

TITULO: METODO DE DESIGNACION ÓPTIMA POR PUNTOS

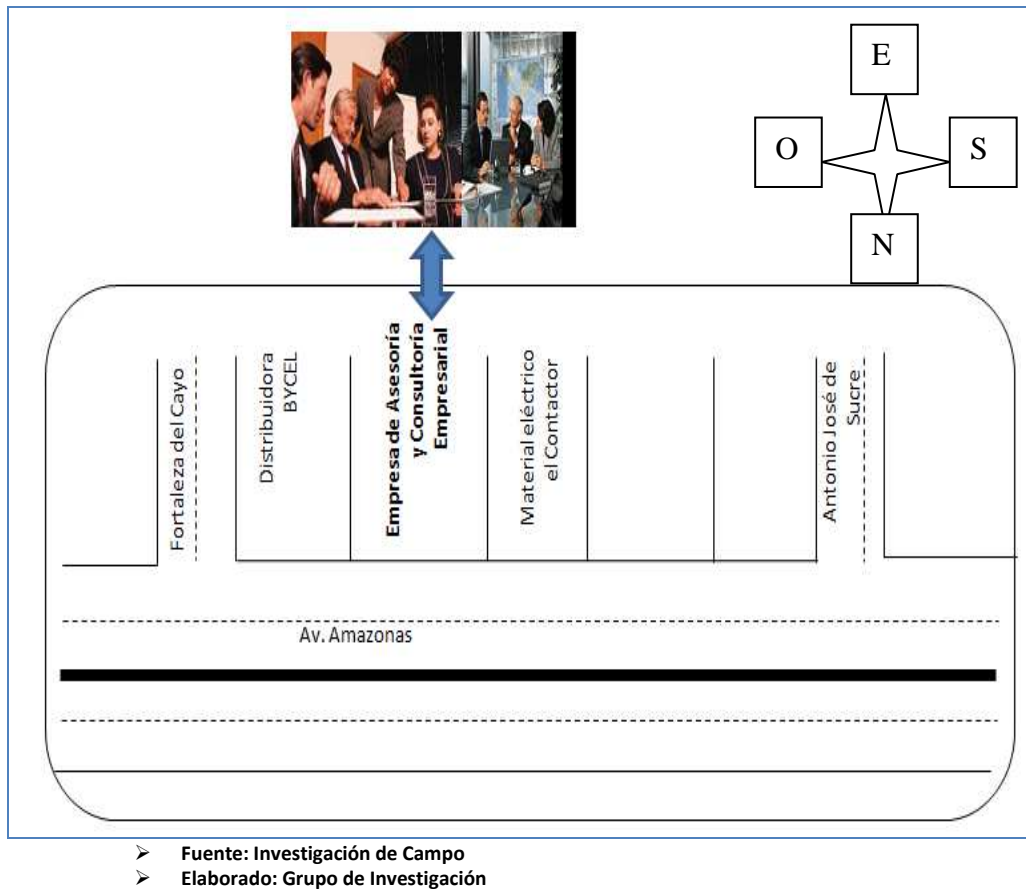
| Nº | FACTOR RELEVANTE | PESO: SUMATORIA =1 | CALIFICACION : DE 1 A 10 | | | | | |
|---------------|------------------|--------------------|--------------------------|------|---------------------|------|--------------------|------|
| | | | AV. AMAZONAS | | PARQUE VICENTE LEON | | SECTOR LA ESTACION | |
| 1 | MP | 0.10 | 8 | 0.80 | 8 | 0.80 | 8 | 0.80 |
| 2 | MOD | 0.10 | 8 | 0.80 | 8 | 0.80 | 8 | 0.80 |
| 3 | INSUMOS | 0.10 | 8 | 0.80 | 8 | 0.80 | 8 | 0.80 |
| 4 | INFRAESTRUCTURA | 0.30 | 9 | 2.70 | 6 | 1.80 | 5 | 1.50 |
| 5 | MERCADO | 0.40 | 9 | 3.60 | 5 | 2.00 | 4 | 1.60 |
| SUMATORIA : | | 1.00 | 8.70 | | 6.20 | | 5.50 | |
| COMPROBACION: | | O.K. | | | | | | |

Técnicamente, la Empresa debería ubicarse en :

AV. AMAZONAS

GRÁFICO N° 16

TITULO: MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



3.5. Ingeniería del Proyecto

Se refiere a la descripción de los principales procesos necesarios para llevar a cabo el servicio de la empresa de Asesoría y Consultoría empresarial, para lo cual se ha dividido en tres tipos de procesos: los que generan valor, los de soporte y el de comercialización:

GRÁFICO N° 17

TITULO: PRINCIPALES PROCESOS DEL PROYECTO

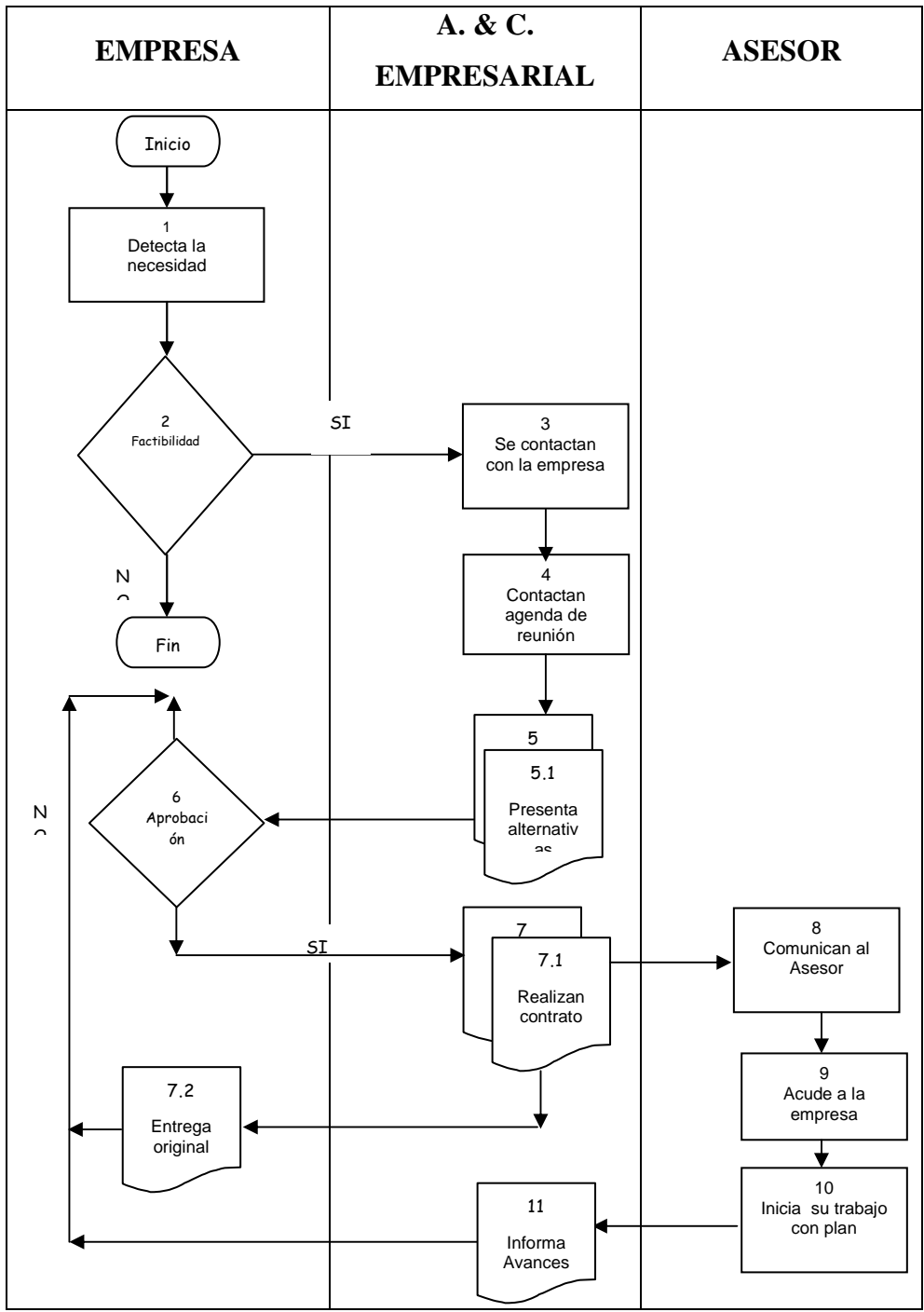





- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

3.5.1. Procesos que Generan Valor

Constituyen procesos que se encuentran directamente relacionados con el giro del negocio, para nuestro proyecto, constituye el principal proceso que genera ingresos para la empresa (el servicio de la asesoría).

3.5.1.1. Proceso de Asesoría o Consultoría



Claves de Figuras: Operación:  Decisión:  Documento: 

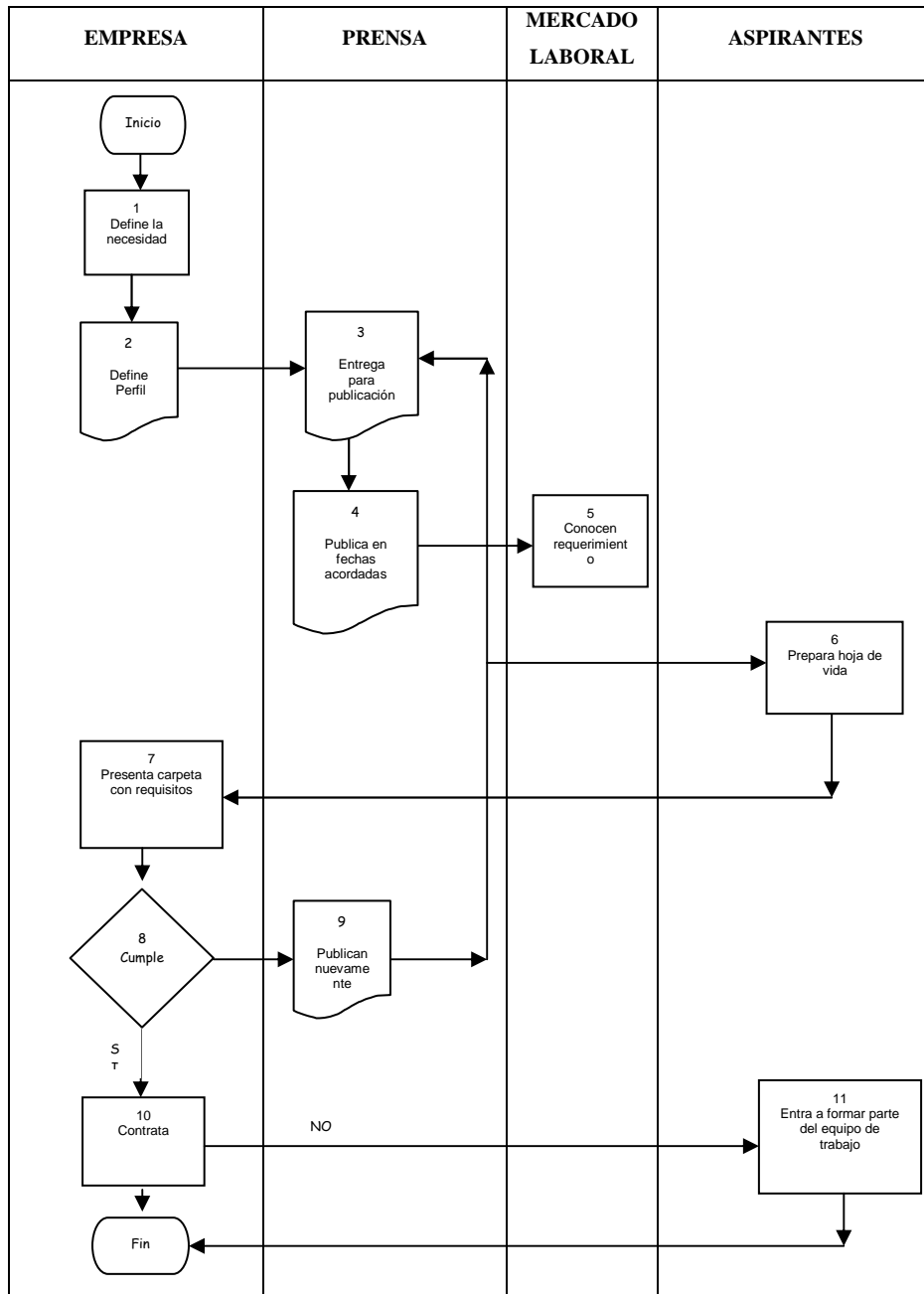
- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación




3.5.1.2. Descripción del Proceso de Asesoría o Consultoría

- 1) La empresa respectiva detecta sus debilidades en los diferentes tipos de procesos, donde siente la necesidad de contratar o no los servicios de una firma de Asesoría o Consultoría.
- 2) Si determina que el proceso es solucionable internamente dentro de la misma empresa, decide no contratar los servicios de una firma de Asesoría o Consultoría, mientras que ve necesario la ayuda de terceras personas decide contratar.
- 3) Se contacta con la firma de Asesoría o Consultoría.
- 4) Contactan la respectiva agencia para la reunión.
- 5) La firma de Asesoría o Consultoría, presenta las diferentes tipos de alternativas.
- 6) La empresa que requiere el servicio aprueba si es factible, caso contrario no lo aprueba y finaliza el proceso.
- 7) Si es aprobado el servicio presentado por la firma, se realiza el respectivo contrato de servicios profesionales bajo diferentes normas de cumplimiento, precios, pagos, en original y copia, la original se entrega a la empresa que requiere el servicio.
- 8) Se comunica al asesor respectivo, el cual tendrá a su cargo el proyecto estipulado en el contrato.
- 9) El asesor acude a la empresa que requiere del servicio para ponerse a las órdenes y conocer los procesos, información, políticas de la misma.
- 10) Inicia con su plan de trabajo.
- 11) Informa los avances.
- 12) Se finaliza el proceso.

3.5.2. Procesos de Soporte.- Constituyen procesos de apoyo, son procesos que hacen que el negocio se realice de una manera eficiente.

3.5.1.3. Contratación de Asesores (Capital Humano)



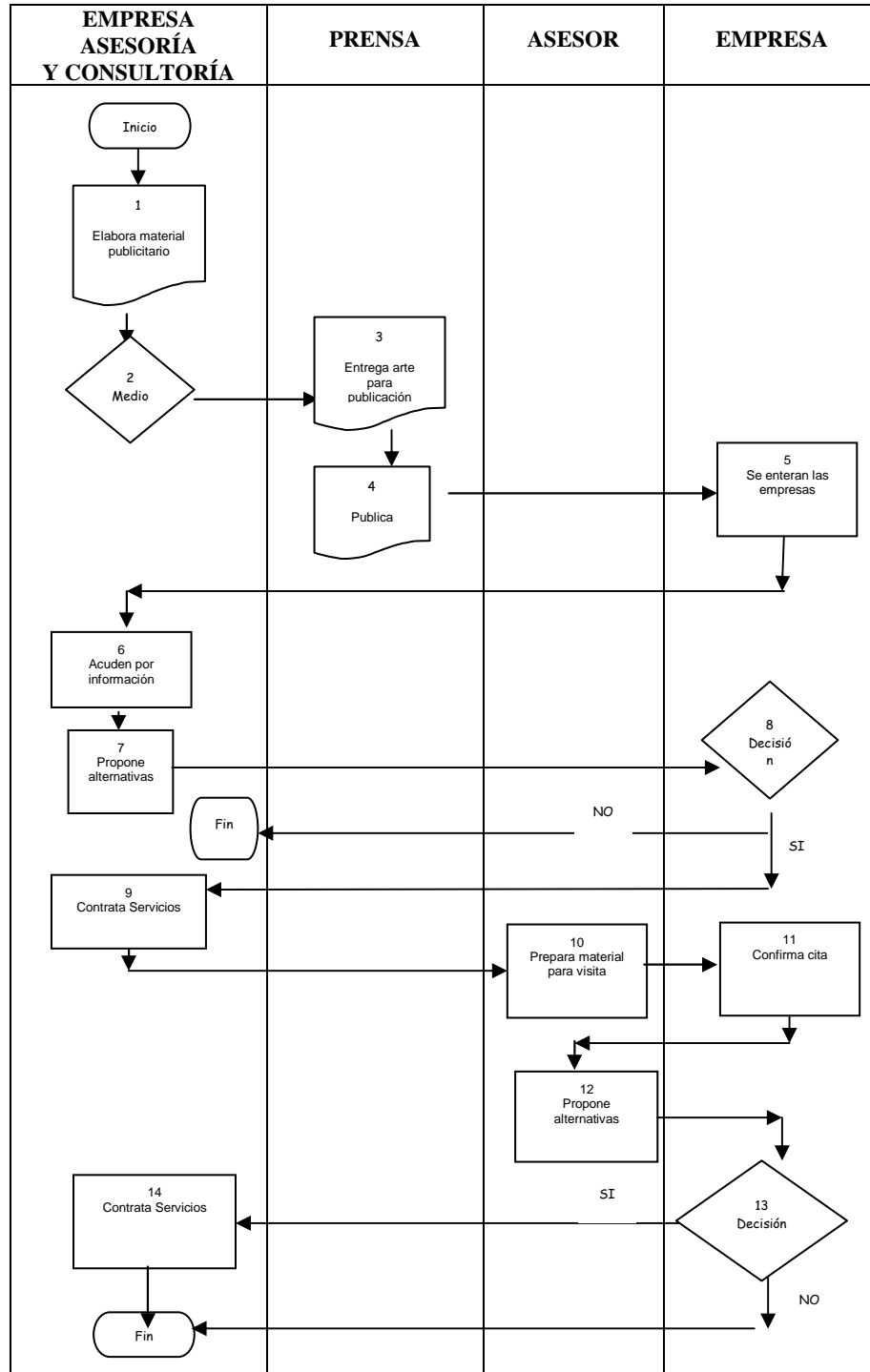
Claves de Figuras: Operación:  Decisión:  Documento: 




- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

3.5.1.4. Descripción del Proceso Contratación de Asesores (Capital Humano)

- 1) La firma de Asesoría o Consultoría, define la necesidad para el requerimiento del capital humano que formará parte del equipo de trabajo de la misma.
- 2) Definir el perfil del puesto en base a competencias requeridas para el puesto requerido.
- 3) Entrega al medio escrito para la publicación.
- 4) Se publica en el medio respectivo, según las fechas pactadas.
- 5) El público en general lo adquiere la prensa local y se informa de la necesidad del puesto de trabajo.
- 6) El candidato o la persona que cumpla y le interese del puesto de trabajo, prepara sus requisitos (hoja de vida).
- 7) Receta la carpeta a la Firma de Asesoría y Consultoría.
- 8) Si no cumple:
- 9) Se publica nuevamente, iniciando nuevamente el proceso.
- 10) Si cumple, se realizan todo el proceso de selección, finalizando con la contratación.
- 11) La nueva persona entra a formar parte del equipo de trabajo, y así se finaliza el proceso.

3.5.1.5. Descripción del Proceso de Difusión (Marketing)



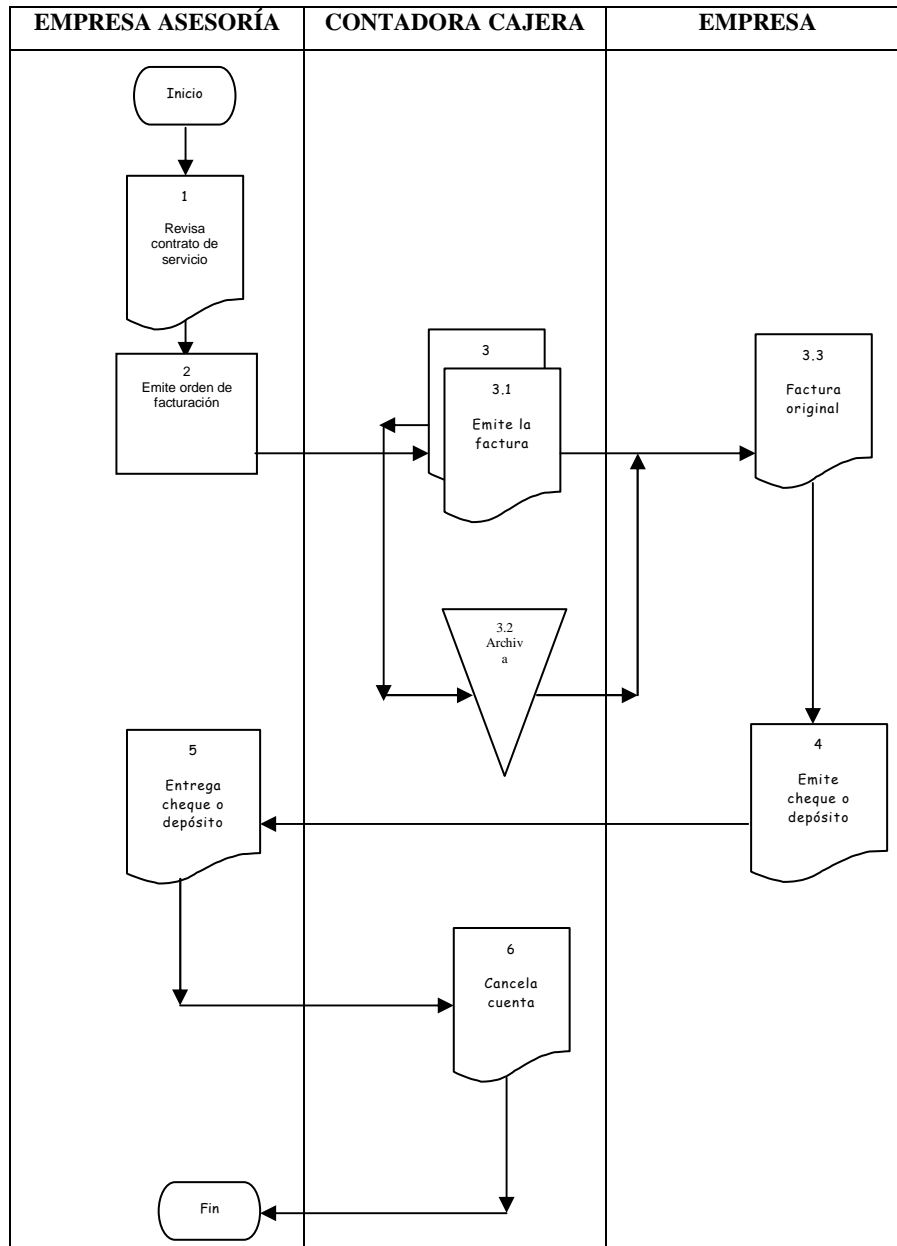
Claves de Figuras: Operación:  Decisión:  Documento: 

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

3.5.1.6. Descripción del Proceso de Difusión (Marketing)

- 1) La firma de Asesoría y Consultoría elabora todo el material publicitario del servicio.
- 2) Si se decide publicar por la prensa, elabora el contenido del arte respectivo.
- 3) Entrega el arte a la imprenta.
- 4) La imprenta lo publica.
- 5) Las empresas en general adquieren la prensa local y se informan del servicio de la firma de Asesoría y Consultoría.
- 6) Acuden o llaman a la firma de Asesoría y Consultoría.
- 7) La firma de Asesoría y Consultoría, proponen alternativas.
- 8) Si ve factible el costo beneficio respectivo del proyecto (Decisión):
- 9) La empresa contrata los servicios, caso contrario finaliza en proceso.
- 10) Si la visita lo va realizar personalmente el Asesor prepara el material.
- 11) Confirma la cita para efectuar la visita.
- 12) Propone alternativas, bajo mejoras y resultados.
- 13) Si es factible, la empresa contrata los servicios, caso contrario finaliza el proceso.

3.5.1.7. *Proceso de Facturación*



Claves de Figuras: Operación: ▽ Decisión: □ Documento: ◇
 Archivo: □

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

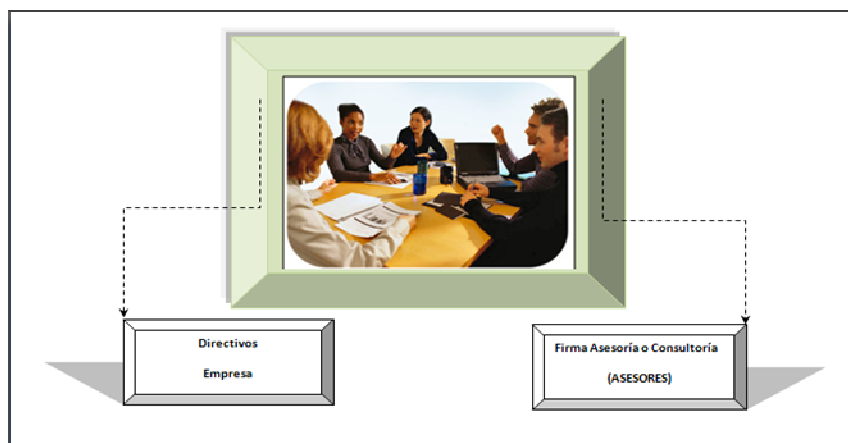
3.5.1.8. *Descripción del Proceso de Facturación*

- 1) La firma de Asesoría o Consultoría, revisa el contrato por prestación de servicios, acuerdo realizado anteriormente.
- 2) Autoriza para que sea emitida la factura.
- 3) La Contadora emite la factura en original y copia, la copia lo archiva, la original entrega a la empresa que requiere de sus servicios.
- 4) Emite el cheque respectivo o efectúa el depósito en la cuenta de la firma.
- 5) Entrega el cheque o depósito a la firma de Asesoría o Consultoría.
- 6) La firma de Asesoría o Consultoría entrega a la contadora para que cancele la cuenta pendiente y pone el sello de cancelado.
- 7) Se finaliza el proceso.

3.5.1.9. *Proceso de Comercialización*

El Canal de comercialización que será utilizado por la firma de Asesoría o Consultoría, está considerado de manera directa entre los dos participantes:

- ✓ La empresa Ofertante: FIRMA DE ASESORÍA O CONSULTORÍA EMPRESARIAL.
- ✓ La empresa Demandante: Pequeñas, Medianas y Grandes Empresas de la ciudad de Latacunga.



3.6. Distribución de la Planta

Para poder realizar la distribución física del proyecto, se tomo en consideración el capital humano, con sus respectivos puestos de trabajo, como se indica en el siguiente plano de distribución.

GRAFICO N° 18

TITULO: DISTRIBUCION DE LA PLANTA



- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

3.7. Estudio de Materiales e Insumos

3.7.1. Requerimiento de Mano de Obra

El capital humano que se necesitará para llevar a cabo el proyecto, estará conformado por los siguientes personas, que tendrán que cumplir diferentes funciones de acuerdo al perfil de cada uno.

CUADRO N° 23**TITULO: PERSONAL REQUERIDO PARA LA FIRMA DE
ASESORÍA O CONSULTORÍA**

| N° | PERSONAL | CANT. | COST. UNIT. | COST. TOTAL |
|----|-----------------------------|-------|--------------------|--------------------|
| 1 | Gerente | 1 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 |
| 2 | Secretaria-Cajera-Contadora | 1 | \$ 380,00 | \$ 380,00 |
| 3 | Asesores | 4 | \$ 700,00 | \$ 2.800,00 |
| 4 | Mensajero | 1 | \$ 280,00 | \$ 280,00 |
| | TOTAL | | \$ 2.560,00 | \$ 4.660,00 |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

3.7.2. Requerimiento de Insumos

Los insumos requeridos para el proyecto son los siguientes:

CUADRO N° 24**TITULO: ÚTILES DE OFICINA**

| N° | PRODUCTO | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|----|----------------------|----------|------------------|------------------|
| 1 | Lápices | 6 | \$ 1,25 | \$ 7,50 |
| 2 | Esferos | 6 | \$ 0,60 | \$ 3,60 |
| 3 | Perforadoras | 6 | \$ 2,00 | \$ 12,00 |
| 4 | Grapadoras | 6 | \$ 2,50 | \$ 15,00 |
| 5 | Carpetas | 20 | \$ 0,15 | \$ 3,00 |
| 6 | Resmas de papel bond | 10 | \$ 3,50 | \$ 35,00 |
| 7 | Marcadores | 6 | \$ 0,75 | \$ 4,50 |
| 8 | Caja de Grapas | 6 | \$ 0,50 | \$ 3,00 |
| 9 | Caja de Clips | 6 | \$ 0,25 | \$ 1,50 |
| 10 | Corrector | 6 | \$ 1,25 | \$ 7,50 |
| 11 | Reciberos | 2 | \$ 4,00 | \$ 8,00 |
| 12 | Factureros | 2 | \$ 7,00 | \$ 15,00 |
| 13 | Calculadoras | 6 | \$ 7,00 | \$ 42,00 |
| 14 | Flash memory | 6 | \$ 13,00 | \$ 78,00 |
| 15 | Borrador | 6 | \$ 0,25 | \$ 1,50 |
| | TOTAL | | \$ 237,10 | \$ 237,10 |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

CUADRO N° 25**TITULO: ÚTILES DE LIMPIEZA**

| N° | PRODUCTO | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|-----------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| 1 | Escobas | 1 | \$ 1,50 | \$ 1,50 |
| 2 | Trapeadores | 1 | \$ 2,00 | \$ 2,00 |
| 3 | Balde | 1 | \$ 2,50 | \$ 2,50 |
| 4 | Detergente | 1 | \$ 3,00 | \$ 3,00 |
| 5 | Papel higiénico | 1 | \$ 3,00 | \$ 3,00 |
| 6 | Franela 30x40cm | 2 | \$ 1,00 | \$ 2,00 |
| 7 | Ambiental | 1 | \$ 2,80 | \$ 2,80 |
| 8 | Desinfectante | 1 | \$ 3,00 | \$ 3,00 |
| 9 | Guantes | 1 | \$ 1,50 | \$ 1,50 |
| 10 | Toallas | 2 | \$ 1,50 | \$ 3,00 |
| 11 | Jabón | 2 | \$ 2,00 | \$ 4,00 |
| TOTAL | | | \$ 23,80 | \$ 83,30 |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

3.7.3. Requerimiento de Activos Fijos**3.7.3.1. Activos Fijos No Depreciables****CUADRO N° 26****TITULO: ACTIVOS FIJOS NO DEPRECIABLES**

| N° | NOMBRE | CANTIDAD | COSTO |
|-----------|----------------------------|-----------------|-----------------|
| 1 | Arrendamiento del inmueble | 1 | \$ 600,00 |
| | TOTAL | 1 | \$600,00 |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

3.7.3.2. Activos Fijos Depreciables

CUADRO N° 27

TITULO: EQUIPOS DE OFICINA

| N° | EQUIPOS DE OFICINA | CANTIDAD | COSTO | COSTO |
|----|--------------------------------|----------|-------------|---------------------|
| | | | UNITARIO | TOTAL |
| 1 | Computadoras Portátiles | 5 | \$ 720,00 | \$ 3.600,00 |
| 2 | Impresora | 1 | \$ 136,00 | \$ 136,00 |
| 3 | Teléfonos | 3 | \$ 38,00 | \$ 114,00 |
| 4 | Fax | 1 | \$ 70,56 | \$ 70,56 |
| 5 | Sistema Contable FENIX | 1 | \$ 2.016,00 | \$ 2.016,00 |
| 6 | Proyector | 1 | \$ 750,00 | \$ 750,00 |
| 7 | Proyector de imagen para pared | 1 | \$ 896,00 | \$ 896,00 |
| 8 | Copiadora | 1 | \$ 2.600,00 | \$ 2.600,00 |
| 9 | Computador de Escritorio | 1 | \$ 830,00 | \$ 830,00 |
| | TOTAL | | | \$ 11.012,56 |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

CUADRO N° 28

TITULO: MUEBLES Y ENSERES

| N° | MUEBLES Y ENSERES | CANTIDAD | COSTO | COSTO |
|----|----------------------|----------|-----------|--------------------|
| | | | UNITARIO | TOTAL |
| 1 | Escritorios | 6 | \$ 160,00 | \$ 960,00 |
| 2 | Sillas normales | 5 | \$ 30,00 | \$ 150,00 |
| 3 | Silla giratorias | 1 | \$ 170,00 | \$ 170,00 |
| 4 | Juego sala de espera | 1 | \$ 155,00 | \$ 155,00 |
| 5 | Papeleras | 6 | \$ 20,00 | \$ 120,00 |
| 6 | Archivadores | 2 | \$ 110,00 | \$ 220,00 |
| 7 | Muebles aéreos | 4 | \$ 120,00 | \$ 480,00 |
| 8 | Basureros | 6 | \$ 15,00 | \$ 90,00 |
| | TOTAL | | | \$ 2.345,00 |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

4. LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

4.1. Base Legal

EL proyecto será legalmente constituido bajo una compañía en Sociedad Anónima, bajo las siguientes características:

4.1.1. De la compañía anónima.- Concepto, características, nombre y domicilio

Definición.- Es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Administración. Denominación.- Se administra por mandatarios amoviles, socios o no.

La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de “compañía anónima” o “sociedad anónima”, o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación de una compañía preexistente.

De la capacidad para intervenir.- Se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre conyugues ni entre padres e hijos no emancipados.

De la fundación de la compañía, Constitución e inscripción.- Se constituirá mediante escritura pública previo mandato de la superintendencia de Compañías, será inscrita en el registro mercantil.

Ninguna compañía anónima podrá constituirse sin que se halle suscrito totalmente su capital y pagado en una cuarta parte para celebrarse la escritura pública.

No podrá subsistir con menos de dos accionistas

En caso de constitución simultanea los socios deberán otorgar la escritura de fundación con la suscripción íntegra del capital

En la constitución sucesiva la S.C. comprobará la suscripción formal de las acciones por parte de los socios.

El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se incorporará a la escritura de constitución definitiva.

Constitución simultanea y sucesiva.- La compañía puede constituirse por convenio entre los que otorguen la escritura, o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Contenido de la escritura de fundación.- La escritura de fundación contendrá:

- 1.- Lugar y fecha en que se celebre el contrato.
- 2.- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla
- 3.- El objeto social debidamente concretado
- 4.- Su denominación y duración
- 5.- El importe del capital social con el número de acciones, el valor nominal de las mismas, su clase, el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital
- 6.- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes
- 7.- El domicilio de la compañía
- 8.- La forma de administración y las facultades de los administradores
- 9.- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales

10.- Designación de administradores y enunciación de representantes legales de la compañía

11.- Las normas de reparto de utilidades

12. Casos en los que la compañía tenga que disolverse

13.- La forma de proceder a la designación de liquidadores

Trámite para la aprobación de la escritura de constitución.- Otorgada la escritura de constitución, se presentara al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole la aprobación de la constitución.

La Superintendencia la aprobara y dispondrá su inscripción en le Registro Mercantil.

Plazo para otorgar la escritura de constitución.-Dentro de los 30 días posteriores a la reunión de la J.G., las personas que hayan sido designadas otorgaran la escritura pública de constitución conforme a lo dispuesto en el art. 150

4.1.2. Del capital y de las acciones.- Capital autorizado, suscrito y pagado.

Aumento del capital autorizado.- Podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución.

Las partes beneficiarias.- Derecho.- Las compañías anónimas podrán emitir, en cualquier tiempo, partes beneficiarias, las que únicamente conferirán a su titular un derecho a participar en las utilidades anuales de la compañía, en la proporción que se establezca.

El porcentaje de participación en las utilidades que se asigne en favor de las partes beneficiarias no podrá exceder, en ningún caso, del diez por ciento de los beneficios anuales de la compañía.

Título representativo.- El título representativo de la parte beneficiaria estará escrito en idioma castellano y contendrá:

- a) El nombre de la compañía;
- b) La cifra indicativa del capital suscrito de la compañía emisora y el pagado a la fecha de la expedición del título;
- c) El porcentaje de utilidades que se reconozcan y el plazo de vigencia de este derecho;
- d) La indicación de sí el título es nominativo o al portador y, en el primer caso, el nombre del beneficiario;
- e) Los principales derechos y obligaciones del dueño del título, así como la transcripción de las normas que, con relación a las partes beneficiarias, se hubieren establecido en los estatutos de la compañía;
- f) La fecha de expedición del título; y,
- g) La firma de la persona o personas autorizadas para representar a la compañía.

Determinación de utilidades de los beneficiarios.- Para la determinación de las utilidades anuales correspondientes a los titulares de las partes beneficiarias se tomarán como base, las declaraciones formuladas por la compañía para el pago del impuesto a la renta.

4.1.3. De la Junta General

Conformación.- La junta general formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Competencia.-Es de competencia de la junta general:

1. Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía.

2. Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores o directores
3. Fijar la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización.
4. Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales;
5. Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones;
6. Resolver acerca de la amortización de las acciones;
7. Acordar todas las modificaciones al contrato social; y,
8. Resolver acerca de la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la compañía.

Obligaciones de la junta en el caso de constitución sucesiva.- La junta general de la que tratan los Arts. 156 y 157 en los casos de constitución sucesiva de la compañía, cumplirá las obligaciones que en esos artículos se expresan.

Clases de juntas generales.- Las juntas generales de accionistas son ordinarias y extraordinarias.

Junta General y Ordinaria.- Las juntas generales ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores.

La junta general ordinaria podrá deliberar sobre la suspensión y remoción de los administradores y más miembros de los organismos de administración.

Junta General extraordinaria.- Las juntas generales extraordinarias se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

Convocatoria.- La junta general, sea ordinaria o extraordinaria, será convocada por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación.

La convocatoria debe señalar el lugar, día y hora y el objeto de la reunión.

Presidente y secretario de la junta general.- La junta general estará presidida por la persona que designe los estatutos; en su defecto por el presidente del consejo de administración o del directorio, y, a falta de éste, por la persona elegida en cada caso por los presentes en la reunión

Responsabilidad de los administradores.- Los administradores tendrán la responsabilidad derivada de las obligaciones que la ley y el contrato social les impongan como tales y las contempladas en la ley para los mandatarios; igualmente, la tendrán por la contravención a los acuerdos legítimos de las juntas generales.

Responsabilidad solidaria.- Los administradores son solidariamente responsables para con la compañía y terceros:

1. De la verdad del capital suscrito y de la verdad de la entrega de los bienes aportados por los accionistas;
2. De la existencia real de los dividendos declarados;
3. De la existencia y exactitud de los libros de la compañía;
4. Del exacto cumplimiento de los acuerdos de las juntas generales; y,
5. En general, del cumplimiento de las formalidades prescritas por la Ley.

Nombramiento y número de los administradores.- El nombramiento de los administradores y la determinación de su número, cuando no lo fije el contrato social, corresponde a la junta general.

4.1.4. De la Fiscalización

Comisarios.- Los comisarios, socios o no, nombrados en el contrato de constitución de la compañía o conforme a lo dispuesto en el artículo 231, tienen derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones .

Incompatibilidad para ser comisario.- No podrán ser comisarios:

1. Las personas que están inhabilitadas para el ejercicio del comercio;
2. Los empleados de la compañía y las personas que reciban retribuciones, a cualquier título, de la misma.
3. Los cónyuges de los administradores y quienes estén con respecto a los administradores o directores dentro del cuarto grado civil de consanguinidad o segundo de afinidad;
4. Las personas dependientes de los administradores; y,
5. Las personas que no tuvieran su domicilio dentro del país.

Nombramiento y duración de los comisarios.- Salvo disposición estatutaria en contrario, la junta general designará dos comisarios que durarán un año en el ejercicio de sus funciones.

4.1.5. De los Balances

Balances y estados financieros.- Los administradores de la compañía están obligados a elaborar, en el plazo máximo de tres meses contados desde el cierre del ejercicio económico anual, el balance general, el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y la propuesta de distribución de beneficios.

Obligación y forma de llevar la contabilidad.- Todas las compañías deberán llevar su contabilidad en idioma castellano y expresarla en moneda nacional.

Informe de los comisarios para los administradores.- Del balance general y del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y sus anexos, así como del informe se entregará un ejemplar a los comisarios, quienes dentro de los quince días siguientes a la fecha de dicha entrega formularán respecto de tales documentos un informe especial.

4.1.1. Trámites para la Constitución de la Empresa

Para la constitución de la empresa, se debe cumplir lo siguiente trámites:

1. Aprobación de la denominación de la compañía.
 - a. Primero. Se realiza un solicitud a la Superintendencia de Compañías, en la que conste el nombre / nombres que se han pensado para la compañía y el tipo de compañía que se quiere constituir.
 - b. Segundo. La aprobación del nombre se sujeta al Reglamento para la Aprobación de Nombres Emitidos por la Superintendencia.
 - c. Tercero. Este trámite dura aproximadamente 48 horas.
2. Minuta suscrita por un abogado, contiene los estatutos de la compañía.
3. Aprobación de los estatutos por parte del Departamento de Compañías Limitadas de la Superintendencia de Compañías.
4. Depósito en la cuenta de integración de capital, abierta en cualquier banco del país de por lo menos el 50% del capital social.
5. Los estatutos se llevan a escritura pública ante un Notario, con las firmas de los socios fundadores. Se presentan documentos de identidad originales.
6. Se remiten mínimo 3 copias certificadas de la misma Superintendencia de Compañías, y una solicitud de aprobación debidamente suscrita por el abogado.

7. El trámite es enviado al Departamento Jurídico de la Superintendencia de Compañías, el cual analiza, revisa y redacta un informe, para que se proceda a la aprobación de la Constitución mediante Resolución.
8. Superintendencia de Compañías emite un extracto de resolución aprobatoria de la compañía.
9. Publicación del extracto de la escritura, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía.
10. Con la copia de la publicación, se solicita a la Superintendencia de Compañías, la Resolución de aprobación y las copias de la Escritura de Constitución.
11. Obtención de la Patente Municipal.
12. Afiliación a la Cámara de Comercio, según el objeto social.
13. Inscripción de la escritura de constitución en el Registro Mercantil.
14. Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
15. Elección del Presidente y Gerente de la compañía.

El tiempo para la obtención de la constitución de una compañía Limitada es de 60 días aproximadamente.

4.2. Nombre o Razón Social

El nombre de nuestra empresa, será: **“A & C EMPRESARIAL”**.

4.2.1. Logotipo de la Empresa

Nuestra empresa tendrá el siguiente logotipo:



4.2.2. Slogan

“ A. & C. EMPRESARIAL, orientando a la empresa del futuro”.

4.3. Sector del Tipo de Empresa

La empresa de asesoría y consultoría empresarial, pertenece al Sector de Servicios, ya que su actividad principal es el asesoramiento y la consultoría de las diferentes empresas de la ciudad de Latacunga.

4.4. Base Filosófica de la Empresa

La base filosófica de la empresa de Asesoría o Consultoría Empresarial, será la siguiente:

4.4.1. Misión

“Ofertar servicios de Asesoría o Consultoría Empresarial basados en competencia intelectual, formando clientes fieles y convertirlos en verdaderos socios del negocio, fomentando rentabilidad y creando un ambiente laboral excepcional de su equipo de trabajo”.

4.4.2. Visión

La Visión de la empresa, será:

“Durante los próximos cinco años, seremos una empresa de Asesoría o Consultoría Empresarial con espíritu de sacrificio y consagración al trabajo, preferida por nuestros clientes, mediante una magnífica posición en el mercado, logrando una rentabilidad adecuada y un espíritu de GANAR – GANAR.”

4.5. Objetivos de la Empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial

- Aportar conocimientos y capacidades profesionales al sector empresarial, con la finalidad de aportar a la dirección, argumentos que justifiquen las decisiones a tomarse, en beneficio de la organización.
- Actualizar frecuentemente los conocimientos y los avances administrativos referente al tema de la asesoría.
- Llegar a transformar una necesidad juzgada como insatisfecha, en una considerada como mejora para el beneficio de la empresa.
- Proporcionar información veraz y confiable para las organizaciones que requieran nuestro servicio.

4.6. Políticas

Las políticas establecidas para nuestra empresa de Asesoría y Consultoría, son las siguientes:

- ❖ El trabajo de asesoría o consultoría, se lo realizará con juicio correcto, es decir se juzgará con objetividad, el punto de análisis.
- ❖ Se analizará cada caso con una eficiente imaginación creadora (capacidad de ver cosas bajo nuevas perspectivas)
- ❖ Se involucrará constantemente la participación del cliente en la solución y análisis para los problemas.
- ❖ El personal asesor tendrá la capacidad suficiente para transmitir sus conocimientos al personal de la organización y al cliente.

- ❖ Se aplicará los principios y las técnicas orientados a un cambio planificado.
- ❖ El grupo de asesores empresariales, efectuarán su trabajo, con la debida habilidad y constituyéndose en un mediador de conflictos.
- ❖ La empresa de Asesoría y Consultoría, formado por su equipo de trabajo, tendrá como política establecida la capacidad de auto aprendizaje continuo, según su necesidad.
- ❖ Tener la filosofía de crear clientes para toda la vida.

4.7. Valores

Considerando a que un consultor, constituye un agente de cambio, para una organización, la empresa se alineará en los siguientes valores:

- Ética profesional y cortesía.
- Confianza en si mismo.
- Capacidad para ganarse la confianza y el respeto de sus clientes.
- Modestia
- Organización y [disciplina](#).
- Confidencialidad.
- Capacidad y paciencia para escuchar los argumentos del personal consultante.
- Honestidad en el más amplio sentido de la palabra.
- Ser activos promotores de cambio, la responsabilidad por la realización del cambio es del cliente.

4.8. Estrategias

Publicar frecuentemente los servicios que otorga la empresa, orientado a nuestro nicho de mercado.

- 🚩 Mantener siempre actualizado la base de datos de las empresas existentes en la provincia y de las que se encuentran en creación.

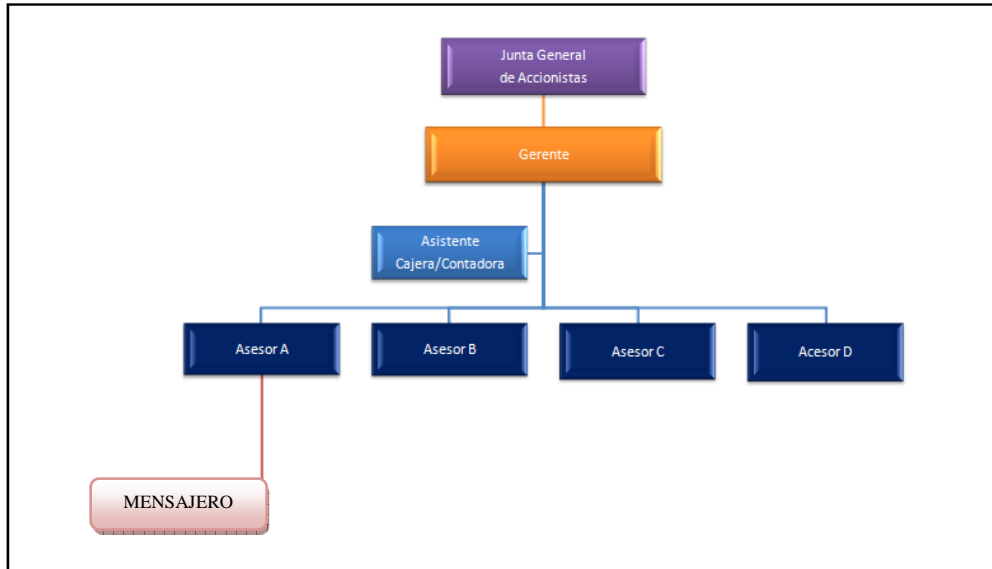
- ✚ Presentar proyectos que convengan a la parte directiva, bajo primicias de creación, perfeccionamiento o corrección.

4.9. Estructura Orgánica

La empresa de Asesoría y Consultoría, se encuentra organizada de manera vertical y funcional, bajo los siguientes niveles:

- **Nivel Estratégico.-** Lo constituye la junta general de accionistas y la gerencia, los cuales son los encargados de establecer los objetivos de la empresa y cómo alcanzarlos, definir la estructura, organizar tareas, personas y otros recursos indispensables para el desenvolvimiento de las actividades de la misma, incentivando a su equipo de trabajo a dar lo mejor de sí para alcanzar el desempeño esperado, orientando a la intención y efectividad de alcanzar los resultados planificados.
- **Nivel Operativo.-** Lo constituyen todo el equipo de trabajo que se encuentra bajo la autoridad del gerente, son los que realizan y efectivizan la misión de la empresa, bajo el cumplimiento a cabalidad de sus funciones o responsabilidades designadas según el cargo para el cual fueron contratados, precautelando los intereses de la empresa, ya que en base a su compromiso, aptitud, motivación y desempeño cumplen con los objetivos planteados por la organización, el organigrama está formado de la siguiente manera:

GRAFICO N° 19
TITULO: ESTRUCTURA ORGANICA



4.10. Descripción de Funciones

4.10.1. Funciones Generales

4.10.1.1. Funciones del Gerente

| | |
|---------------------------------|---|
| ➤ EMPRESA: | “A. & C. EMPRESARIAL” |
| ➤ NOMBRE DEL PUESTO: | Gerente |
| ➤ ÁREA: | Gerencial |
| ➤ REPORTA A: | Junta General de Accionistas |
| ➤ PUESTOS QUE SUPERVISA: | Asistente, Asesores, Conserje |
| ➤ CLIENTES EXTERNOS: | Empresas, Entidades Financieras y Reguladoras |

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Grupo de Investigación

4.10.1.1.1. Funciones principales del gerente.

- ✓ Facilitar y comunicar toda la información necesaria a la Junta General de Accionistas de la compañía sobre la marcha administrativa y financiera del Negocio.
- ✓ Planear, organizar, dirigir y controlar los planes y programas de las asesorías orientadas a las empresas.
- ✓ Celebrar y ejecutar los actos y contratos ordinarios correspondientes al objeto social.
- ✓ Abrir o cerrar cuentas corrientes en instituciones bancarias, girar cheques contra cuentas de la sociedad provistas de fondos o contra créditos o sobregiros autorizados, contratar préstamos o mutuos a favor de la sociedad, y en general toda clase de operaciones bancarias, financieras y mercantiles.
- ✓ Establecer metas específicas, en base a la planificación de actividades, presupuestos, que vayan en beneficio de la empresa.
- ✓ Controlar los informes mensuales presentados por parte de los Asesores, para realizar un seguimiento oportuno.
- ✓ Establecer las políticas de negociación del servicio, de acuerdo al mercado, calidad del servicio, entre otros.
- ✓ Investigar y decidir por nuevas oportunidades de negocios en el mercado.
- ✓ Capacitar al personal del equipo de trabajo para lograr un desempeño eficiente.
- ✓ Obtener información actualizada de las entidades de **supervisión** y **control** para que sea utilizada en las operaciones de los clientes.
- ✓ Girar letras a cargo de deudores de la sociedad, endosarlas, darlas en cobranza y descontarlas para que su importe sea abonado en cuenta, con el mismo fin suscribir y descontar pagarés y vales a la orden.
- ✓ Contratar y despedir personal.
- ✓ Administrar los recursos financieros.
- ✓ Analizar frecuentemente las disposiciones legales que tengan relación con la marcha del Negocio.

- ✓ Analizar y efectuar el pago de las compras de activos fijos y existencias
- ✓ Autorizar el pago de las remuneraciones a los trabajadores.
- ✓ Autorizar el pago de todos los gastos que realiza la empresa.
- ✓ Otras funciones relacionadas con el gerenciamiento.

4.10.1.2. *Funciones de la Asistente, Cajera, Contadora*

| | |
|-----------------------------|---|
| ➤ EMPRESA: | “A. & C. EMPRESARIAL” |
| ➤ NOMBRE DEL PUESTO: | Asistente, Cajera y Contadora |
| ➤ ÁREA: | Contable |
| ➤ REPORTA A: | Gerente |
| ➤ CLIENTES EXTERNOS: | Empresas, Entidades Financieras y Reguladoras |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Grupo de Investigación

4.10.1.2.1. *Funciones Principales del Asistente, Cajera, Contadora.*

- ✓ Otorgar un excelente servicio, orientado a la satisfacción del cliente, en todos sus procesos.
- ✓ Llevar la agenda diaria del gerente.
- ✓ Realizar comunicados, memos con autorización de gerencia.
- ✓ Contestar de una manera adecuada y cordial el teléfono.
- ✓ Solicitar con anterioridad los informes, requeridos por gerencia, a las personas responsables de las mismas.
- ✓ Mantener actualizado los equipos y programas que se utiliza, a fin de cumplir con un trabajo efectivo y eficaz.
- ✓ Controlar la asistencia del personal que trabaja en la empresa.

- ✓ Comunicar cualquier tipo de novedad, inconveniente, requerimiento o necesidad a la parte gerencia.
- ✓ Emitir facturas de cobro, con sus respectivas retenciones.
- ✓ Ingresar las facturas a paquetes contables.
- ✓ Efectuar compras de suministros de oficina y otros.
- ✓ Llenar documentos que abalancen una negociación: cheques, pagarés.
- ✓ Emitir reportes diarios de caja.
- ✓ Llevar el fondo de caja chica.
- ✓ Efectuar depósitos diarios en la cuenta de la empresa.
- ✓ Archivar facturas, proformas de manera secuencial, según se presente el caso.
- ✓ Elaborar los estados financieros.
- ✓ Registrar las operaciones del negocio en libros o registros auxiliares y libros principales, utilizando procedimientos manuales y/o computarizados.
- ✓ Formular las declaraciones de los tributos, como emana la ley.

4.10.1.3. Funciones del Asesor

| | |
|-----------------------------|-----------------------|
| ➤ EMPRESA: | “A. & C. EMPRESARIAL” |
| ➤ NOMBRE DEL PUESTO: | Asesor |
| ➤ ÁREA: | Comercial |
| ➤ REPORTA A: | Gerente |
| ➤ CLIENTES EXTERNOS: | Empresas |

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Grupo de Investigación

4.10.1.3.1. Funciones principales del asesor.

- ✓ Cumplir con la planificación de trabajo o proyecto designado.
- ✓ Presentar los avances, según el desarrollo del proyecto al gerente del negocio.
- ✓ Comunicar constantemente cierto tipo de inconveniente, sugerencia al jefe inmediato, de una manera oportuna.
- ✓ Tener la suficiente comunicación con los diferentes departamentos de una organización, principalmente con los directivos.
- ✓ Precauteladas la información recopilada o investigada, bajo principios de confiabilidad.
- ✓ Mantener su imagen, como un asesor empresarial al 100%.
- ✓ Cumplir con otras funciones o responsabilidades que le sean asignadas por su jefe inmediato.

4.10.1.4. Funciones del Mensajero

| | |
|-----------------------------|-----------------------|
| ➤ EMPRESA: | “A. & C. EMPRESARIAL” |
| ➤ NOMBRE DEL PUESTO: | Conserje |
| ➤ ÁREA: | Comercial |
| ➤ REPORTA A: | Gerente |

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Grupo de Investigación

4.10.1.4.1. Funciones principales del mensajero.

- ✓ Entregar toda tipo de correspondencia o documentación pendiente a sus diferentes destinatarios, tanto interna como externamente.
- ✓ Realizar y mantener el aseo de todas las instalaciones de la empresa.
- ✓ Controlar el ingreso de todas las personas internas o externas a la misma.
- ✓ Realizar el depósito de dinero en las diferentes instituciones financieras.

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero, se ve encaminado a determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de su operación, así como otra serie de indicadores importantes que determinarán la viabilidad del mismo, que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es el estudio financiero o la evaluación económica.

En lo referente a la inversión inicial, lo comprende la adquisición de todos los activos fijos (tangibles) y diferidos (intangibles) necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, es decir, son desembolsos que los accionistas afrontan para la ejecución del proyecto.

5.1. Componentes de la Inversión

5.1.1. Inversión Fija

La inversión fija comprende el conjunto de bienes que no son motivos de transacciones corrientes por parte de la empresa. Se adquieren de una vez durante la etapa de instalación del proyecto y se utilizan a lo largo de la vida útil, para nuestro caso tenemos:

5.1.1.1. Maquinaria y Equipo

Incluye el precio total de toda la maquinaria y equipo necesario para poner en marcha a la empresa y brindar los servicios de asesoría y consultoría.

5.1.1.2. Muebles y enseres.

Incluyen todas las adquisiciones de muebles y enseres que se utilicen en el proceso productivo o que sirvan de apoyo al desarrollo del proyecto.

La determinación de su cantidad depende de las especificaciones técnicas señaladas en la ingeniería del proyecto y su costo desde el punto de vista financiero valorado a precios de mercado, respaldado por medio de proformas de diferentes empresas ofertantes.

5.1.2. Inversión Diferida

La Inversión Diferida o intangible se caracteriza por la inmaterialidad de los bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, lo constituyen:

5.1.2.1. Gastos de constitución

Se refiere a los servicios legales necesarios para la constitución jurídica de la nueva empresa.

5.1.2.2. Gastos de capacitación

Lo contemplan todos los gastos incurridos orientados a capacitar a los miembros de la empresa.

El cálculo depende de los precios corrientes existentes en el mercado, los mismos que se han obtenido a través de consultas técnicas y legales, se presentan en el cuadro N° 29.

CUADRO N° 29

TITULO: INVERSIONES “A. & C. EMPRESARIAL”

| I. INVERSIONES | | | | | | | | | | |
|--|--------------------------|-------------------------------|--------------------|---------------------|------------------|------------|------------|-----------------|------------|-----------------|
| 1. MAQUINARIA Y EQUIPO | CANT | DOLARES | | Vida Útil | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | V. UNITARIO | VALOR TOTAL | Años | cero | uno | dos | tres | Cua | Cinco |
| Computadoras Portátiles | 5 | 720,00 | 3.600,00 | 3 | 3.600,00 | | | 3.600,00 | | |
| Impresora | 1 | 136,00 | 136,00 | 3 | 136,00 | | | 136,00 | | |
| Teléfonos | 3 | 38,00 | 114,00 | 3 | 114,00 | | | 114,00 | | |
| Fax | 1 | 70,56 | 70,56 | 3 | 70,56 | | | 70,56 | | |
| Sistema Contable FENIX | 1 | 2.016,00 | 2.016,00 | 3 | 2.016,00 | | | 2.016,00 | | |
| Proyector | 1 | 750,00 | 750,00 | 5 | 750,00 | | | | | 750,00 |
| Proyector de imagen para pared | 1 | 896,00 | 896,00 | 5 | 896,00 | | | | | 896,00 |
| Copiadora | 1 | 2.600,00 | 2.600,00 | 3 | 2.600,00 | | | 2.600,00 | | |
| Computadora de escritorio | 1 | 830,00 | 830,00 | 3 | 830,00 | | | 830,00 | | |
| | | Suma | 11012,56 | | 11.012,56 | - | - | 9.366,56 | - | 1.646,00 |
| 2. MUEBLES ENSERES | | | | | | | | | | |
| Escritorios | 6,0 | 160,00 | 960,00 | 5 | 960,00 | | | | | 960,00 |
| Sillas normales | 5,0 | 30,00 | 150,00 | 5 | 150,00 | | | | | 150,00 |
| Silla giratorias | 1,0 | 170,00 | 170,00 | 5 | 170,00 | | | | | 170,00 |
| Juego sala de espera | 1,0 | 155,00 | 155,00 | 5 | 155,00 | | | | | 155,00 |
| Papeleras | 6,0 | 20,00 | 120,00 | 5 | 120,00 | | | | | 120,00 |
| Archivadores | 2,0 | 110,00 | 220,00 | 5 | 220,00 | | | | | 220,00 |
| Muebles aéreos | 4,0 | 120,00 | 480,00 | 5 | 480,00 | | | | | 480,00 |
| Basureros | 6,0 | 15,00 | 90,00 | 5 | 90,00 | | | | | 90,00 |
| | | Suma: | 2.345,00 | | 2.345,00 | | | | | 2.345,00 |
| 3. DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES | | | | | | | | | | |
| Gastos de constitución | 1 | 2.500,00 | 2.500,00 | | 2.500,00 | | | | | |
| Gastos de capacitación | 1 | 1.000,00 | 1.000,00 | | 1.000,00 | | | | | |
| | | Suma: | 3.500,00 | | 3.500,00 | | | 9.366,56 | | 3.991,00 |
| CAPITAL TRABAJO DE INICIAL | | | | | | | | | | |
| | | | 32.850,00 | | | | | | | |
| PREOPERACIONALES | | | | | | | | | | |
| | | INVER. TOTAL INICIAL : | 49.707,5 | TOTAL INVER. | 49.707,5 | | | 9.366,56 | | 3.991,00 |
| II. ESTRUCTURA FINANCIERA | | | | | | | | | | |
| | Capital Propio : | 30% | 14.912,20 | | | | | | | |
| | Capital Financi : | 70% | 34.795,30 | | | | | | | |
| | Suma: | 100% | 49.707,00 | | | | | | | |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Los Autores

5.2. Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo, principalmente servirá para pagar a los empleados, pagar los suministros y servicios necesarios e imprescindibles para que se lleve a cabo las actividades de la empresa y así poder cumplir con la finalidad para la cual fue creada, en detalle el capital de trabajo del proyecto es el siguiente:

CUADRO N° 30

TITULO: CAPITAL DE TRABAJO

| EMPRESA DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL | | |
|--|--------------------|--------------------|
| "A&C." | | |
| METODO POR CICLO DE CAJA | | |
| CICLO DE CAJA: | 90 DIAS | |
| Concepto/AÑO | TOTAL ANUAL | AÑO CERO KT |
| Mano de Obra directa MOD | 33.600 | 8.284,93 |
| Materiales Directos M.P. | 82.080 | 20.238,90 |
| Suministros y Servicios | 17.545 | 4.326,12 |
| Suma: | 133.224,80 | 32.849,95 |
| K.T. CICLO DE CAJA = | | 32.849,95 |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Los Autores

5.3. Depreciaciones

La depreciación de todos los activos Fijos Tangibles involucrados en el proyecto se calcula mediante el Método de Línea Recta, como se observa en el Cuadro N° 31.

CUADRO N° 31

TITULO: DEPRESIACIONES “A. & C. EMPRESARIAL”

| CALCULO DE DEPRECIACIONES | | | | | | |
|--|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1. MAQUINARIA Y EQUIPO | VIDA | AÑOS | | | | |
| | UTIL | UNO | DOS | TRES | CUATRO | CINCO |
| Computadoras Portátiles | 3 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 |
| Impresora | 3 | 45,33 | 45,33 | 45,33 | 45,33 | 45,33 |
| Teléfonos | 3 | 38,00 | 38,00 | 38,00 | 38,00 | 38,00 |
| Fax | 3 | 23,52 | 23,52 | 23,52 | 23,52 | 23,52 |
| Sistema Contable FENIX | 3 | 672,00 | 672,00 | 672,00 | 672,00 | 672,00 |
| Proyector | 5 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 |
| Proyector de imagen para pared | 5 | 179,20 | 179,20 | 179,20 | 179,20 | 179,20 |
| Copiadora | 3 | 866,67 | 866,67 | 866,67 | 866,67 | 866,67 |
| Computadora de escritorio | 3 | 276,67 | 276,67 | 276,67 | 276,67 | 276,67 |
| | SUMA: | 3.451,39 | 3.451,39 | 3.451,39 | 3.451,39 | 3.451,39 |
| 2. MUEBLES, ENSERES Y OTRAS INVERSIONES | | | | | | |
| Escritorios | 5 | 192,00 | 192,00 | 192,00 | 192,00 | 192,00 |
| Sillas normales | 5 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 |
| Silla giratorias | 5 | 34,00 | 34,00 | 34,00 | 34,00 | 34,00 |
| Juego sala de espera | 5 | 31,00 | 31,00 | 31,00 | 31,00 | 31,00 |
| Papeleras | 5 | 24,00 | 24,00 | 24,00 | 24,00 | 24,00 |
| Archivadores | 5 | 44,00 | 44,00 | 44,00 | 44,00 | 44,00 |
| Muebles aéreos | 5 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 |
| Basureros | 5 | 18,00 | 18,00 | 18,00 | 18,00 | 18,00 |
| | Suma | 469,00 | 469,00 | 469,00 | 469,00 | 469,00 |
| Depreciación inversiones existentes | | | | | | |
| TOTAL DEPRECIACIONES : | | 3.920,39 | 3.920,39 | 3.920,39 | 3.920,39 | 3.920,39 |

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Los Autores

5.4. Financiamiento

Para desarrollar el presente proyecto se requiere de una inversión, para el año cero (0), de \$ 49.707,50 de los cuales los promotores del proyecto dispone de un monto de \$ 14.912,20 correspondiente al 30 % de la inversión total y se pretende obtener un financiamiento externo por parte del Banco del PICHINCHA de \$ 34.795,30a un interés anual de 11,75%, que corresponde el 70% de la inversión.

CUADRO N° 32

TITULO: CONSTITUCIÓN DEL FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

| APORTE | % APORTACIÓN | CANTIDAD |
|-------------|--------------|------------------|
| Empresarial | 30% | 14.912,20 |
| Banca | 70% | 34.95,30 |
| | TOTAL | 49.707,50 |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Los Autores

5.4.1. Condiciones del Crédito

Los requerimientos exigidos por el Banco PICHINCHA, por considerar que se trata del ente financiero más idóneo para presentar la solicitud del crédito previsto, coinciden con las necesidades de los inversionistas para este tipo y monto de la inversión requerida para impulsar el proyecto.

CUADRO N°33

TITULO: CONDICIONES DE CREDITO

| Condiciones de créditos año 0 | | |
|---------------------------------|-----------|---------|
| Concepto | Crédito 1 | Periodo |
| Tasa de interés para el crédito | 11,75% | Anual |
| Periodo amortización (Años) | 3 | Años |
| Periodo de gracia (Meses) | 0 | Meses |

- Fuente: Banco del Pichincha
- Elaborado: Los Autores

5.4.2. Tabla de Amortización

Partiendo de un monto total del endeudamiento por \$ 34.795,30 a una tasa no mayor al 11,75%, en el proyecto se determina la siguiente tabla de amortización de la deuda, para un período de 3 años.

CUADRO N°34

TITULO: TABLA DE AMORTIZACIÓN

| TABLA DE AMORTIZACION Cuota Fija CORTO PLAZO | | | | | | |
|--|-----------|--------------|-------------------|-----------------------|-------------|-------------|
| Intereses | | 8.176,89 | | Comprobaciones | | |
| CAPITAL | | 34.795,30 | | Amortización | S/.34.795,3 | 34.795,26 |
| INTERES | | 11,8% | | Intereses | S/.8.176,9 | 8.176,89 |
| PLAZO | | 3,00 | | Cuotas | 42972,14 | 42.972,14 |
| GRACIA | | | | O.K. | | |
| CUOTA: | | S/.42.972,14 | | | | |
| CORTO PLAZO | | | | CONSOLIDADO | | |
| AÑO | Principal | Intereses | Cuota Corto Plazo | Principal | Intereses | Cuota Total |
| 1 | 11.598,42 | 4.088,44 | 15.686,86 | 11.598,42 | 4.088,44 | 15.686,86 |
| 2 | 11.598,42 | 2.725,63 | 14.324,05 | 11.598,42 | 2.725,63 | 14.324,05 |
| 3 | 11.598,42 | 1.362,81 | 12.961,23 | 11.598,42 | 1.362,81 | 12.961,23 |

> Fuente: Investigación de Campo

> Elaborado: Los Autores

5.5. Presupuestos

5.5.1. Presupuesto de Ingresos

Este presupuesto se conforma considerando los ingresos realmente devengados por la empresa de acuerdo con las proyecciones de la demanda de los servicios y los precios unitarios estimados. Tomando en consideración que el nivel de ingresos de una empresa, se ve reflejado en la estabilidad de la misma en el transcurso del tiempo, la empresa realizará todo el esfuerzo necesario para poder cumplir con sus objetivos financieros y por ende de los socios o accionistas de la

misma, para lograr lo expuesto, se analizarán las siguientes variables para establecer el presupuesto de ingresos del proyecto:

Las ventas proyectadas, se obtienen de la siguiente manera:

CUADRO N° 35

TITULO: DEMANDA POR TIPO DE SERVICIOS

| DEMANDA | SERVICIOS | % |
|---------------------------------|------------|-------|
| Demanda total de empresas | 1.686 | 100% |
| (-) Competencia | 649 | 38,5% |
| Demanda insatisfecha | 1.037 | 61,5% |
| 16,5 % a ser captado (empresas) | 171 | |

| DEMANDA | % | DISTRIBUCION |
|--------------------------|-------------|--------------|
| Planes Estratégicos | 17 % | 34 |
| Planes de Marketing | 14 % | 28 |
| Planes de Negocio | 9 % | 18 |
| Estudios de Mercado | 36 % | 73 |
| Reingeniería de Negocios | 9 % | 18 |
| TOTAL | 85 % | 171 |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Los Autores

Para el 2011, la empresa de Asesoría y Consultoría, asesorará en los siguientes campos: 73 estudios de mercado, 34 planes estratégicos, 28 planes de marketing, 18 planes de negocios y 18 reingenierías de negocios, orientados a las diferentes empresas, según su necesidad.

Con esta información realizaremos el presupuesto de ingresos, tomando en consideración que el costo de cada asesoría va a tener un costo promedio de \$1.100,00, dato obtenido en base al resultado y tabulación de la encuesta administrada a los responsables de las empresas consideradas en el tamaño de la muestra, se indica en el Cuadro N° 36

CUADRO N°36
TITULO: INGRESOS ESPERADOS

| INGRESOS ESPERADOS | | | | | |
|------------------------------------|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| INGRESOS POR VENTAS LOCALES | CONCEPTO/AÑOS | | | | |
| | UNO | DOS | TRES | CUATRO | CINCO |
| Planes Estratégicos | 37.400,0 | 38.768,8 | 40.187,8 | 41.658,7 | 43.183,4 |
| Planes de Marketing | 30.800,0 | 31.927,3 | 33.095,8 | 34.307,1 | 35.562,8 |
| Planes de Negocios | 19.800,0 | 20.524,7 | 21.275,9 | 22.054,6 | 22.861,8 |
| Estudios de Mercado | 80.300,0 | 83.239,0 | 86.285,5 | 89.443,6 | 92.717,2 |
| Reingeniería de Negocios | 19.800,0 | 20.524,7 | 21.275,9 | 22.054,6 | 22.861,8 |
| | | | | | |
| OTROS INGRESOS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | | | | |
| SUMA: | 188.100,0 | 194.984,5 | 202.120,9 | 209.518,5 | 217.186,9 |
| | | | | | |
| TOTAL INGRESOS PROYECTADOS: | 188.100,0 | 194.984,5 | 202.120,9 | 209.518,5 | 217.186,9 |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Los Autores

5.5.2. Presupuestos de Egresos

Lo constituyen todos los rubros que representan desembolsos para la empresa, que son de suma importancia para el desarrollo de las actividades de la misma, se lo indica en el Cuadro N° 37.

CUADRO N° 37

**TITULO: IDENTIFICACION DE LOS COSTO FIJOS Y COSTOS
VARIABLES “A. & C. EMPRESARIAL”**

| IDENTIFICACION DE LOS COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Concepto/años | UNO | DOS | TRES | CUATRO | CINCO |
| Costos fijos | | | | | |
| Útiles de Oficina | 1.422,60 | 1.422,60 | 1.422,60 | 1.422,60 | 1.422,60 |
| Útiles de Limpieza | 499,80 | 499,80 | 499,80 | 499,80 | 499,80 |
| Fijo: Rótulo Luminoso | 400,00 | | | 400,00 | |
| Fijo: Arrendamiento de local | 9.600,00 | 9.600,00 | 9.600,00 | 9.600,00 | 9.600,00 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| Recursos Humanos: MOI, ADM, VENTAS | 23.040,00 | 23.040,00 | 23.040,00 | 23.040,00 | 23.040,00 |
| Costos financieros: | | | | | |
| intereses | 4.088,44 | 2.725,63 | 1.362,81 | | |
| Otros egresos | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| TOTAL COSTOS FIJOS : | 40.271,24 | 38.508,43 | 37.145,61 | 36.182,80 | 35.782,80 |
| | | | | | |
| COSTOS VARIABLES | | | | | |
| MATERIAS PRIMAS /MATERIALES DIRECTOS | 82.080,00 | 85.084,13 | 88.198,21 | 91.426,26 | 94.772,46 |
| Costo variable : | | | | | |
| Trípticos Offset | 660,00 | 660,00 | 660,00 | 660,00 | 660,00 |
| Consumo de agua | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 |
| Consumo de energía | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 |
| Consumo telefónico | 144,00 | 144,00 | 144,00 | 144,00 | 144,00 |
| Consumo internet | 480,00 | 480,00 | 480,00 | 480,00 | 480,00 |
| Publicidad Prensa | 2.688,00 | 2.688,00 | 2.688,00 | 2.688,00 | 2.688,00 |
| Página Web | 250,00 | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

| | | | | | |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Mano de obra directa MOD | 33.600,00 | 33.600,00 | 33.600,00 | 33.600,00 | 33.600,00 |
| | | | | | |
| TOTAL COSTOS VARIABLES: | 120.082,00 | 122.836,13 | 125.950,21 | 129.760,26 | 136.254,46 |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Los Autores

5.6. Estado de Resultados

En el estado de resultados, se presenta el resumen de las operaciones provenientes del uso de los recursos en un período determinado, tomando siempre en consideración que la empresa o proyecto debe generar resultados positivos para que pueda continuar con su operación, en bien de sus accionistas, socios, colaboradores y sociedad, el estado de resultados para la empresa se lo demuestra en el Cuadro N° 38.

CUADRO N° 38

TITULO: ESTADO PROFORMA DE PÉRDIDAS Y GANACIAS PROYECTADO

| ESTADO PROFORMA DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO | | | | | |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | |
| CONCEPTO/AÑO: | UNO | DOS | TRES | CUATRO | CINCO |
| (+) Ingreso por ventas netas | 188.100,0 | 194.984,5 | 202.120,9 | 209.518,5 | 217.186,9 |
| (-) Costos de Ventas | 146.499,3 | 148.853,4 | 151.967,5 | 156.177,6 | 162.271,8 |
| (=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 41.600,7 | 46.131,0 | 50.153,4 | 53.340,9 | 54.915,1 |
| (-) Gastos administrativos | 14.519,5 | 14.519,5 | 14.519,5 | 14.519,5 | 14.519,5 |
| (-) Gastos de ventas | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| (=) UTILIDAD (pérdida) OPERACIONAL | 27.081,2 | 31.611,6 | 35.633,9 | 38.821,5 | 40.395,7 |
| (-) Gastos financieros | 4.088,4 | 2.725,6 | 1.362,8 | 0,0 | 0,0 |
| (-) Otros egresos | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| (+) Otros ingresos | | | | | |
| (=) Utilidad antes de participación | 22.992,8 | 28.885,9 | 34.271,1 | 38.821,5 | 40.395,7 |
| (-) 15 % participación de trabajadores | 3.448,9 | 4.332,9 | 5.140,7 | 5.823,2 | 6.059,4 |

| | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| (=) utilidad antes impuesto a la renta | 19.543,9 | 24.553,1 | 29.130,4 | 32.998,3 | 34.336,3 |
| (-) Impuesto la renta 25% | 4.886,0 | 6.138,3 | 7.282,6 | 8.249,6 | 8.584,1 |
| (=) UTILIDAD NETA | 14.657,9 | 18.414,8 | 21.847,8 | 24.748,7 | 25.752,2 |
| Reserva legal (10% utilidad) | 1.465,8 | 1.841,5 | 2.184,8 | 2.474,9 | 2.575,2 |

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Los Autores

5.7. Balance General Proforma

El Balance General Proforma, refleja la situación financiera, con la cual la empresa termina un período económico, la misma que dependerá directamente de las diferentes políticas que se adopte, su finalidad radica principalmente en rendir un claro y preciso informe a las partes interesadas: accionistas o socios, sobre la situación de la empresa al final de un año, reflejando aspectos importantes como: activo, pasivo y la participación del empresario, lo demostramos en Cuadro N° 39

CUADRO N° 39
TITULO: BALANCE INICIAL “A. & C. EMPRESARIAL”
BALANCE GENERAL INICIAL : AÑO 0

| ACTIVO | | PASIVO | |
|---------------------------------------|--------------|---------------------------|--------------|
| ACTIVO CORRIENTE | | PASIVO CORTO PLAZO | |
| Caja Bancos | \$ 32.849,95 | | \$ 34.795,30 |
| ACTIVO FIJO | | | |
| Maquinaria y equipo | \$ 11.012,56 | | |
| Construcciones e instalaciones | \$ 2.345,00 | | |
| Muebles y enseres | - | | |
| ACTIVOS DIFERIDOS | | PATRIMONIO | |
| Gastos de constitución: | \$ 2.500,00 | Capital social : | \$ 14.912,20 |
| Gastos de capacitación: | \$ 1000,00 | | |

| | | | |
|---------------------|--------------|--|--------------|
| 0 | - | | |
| 0 | - | | |
| TOTAL ACTIVO | \$ 49.707,50 | TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO : | \$ 49.707,50 |

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 40
TITULO: BALANCE GENERAL “A. & C. EMPRESARIAL”

| BALANCE GENERAL PROYECTADO | | | | | | |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| CUENTAS/AÑO: | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Activo | | | | | | |
| Activo Corriente | | | | | | |
| Caja Y Bancos | 49.707,50 | 188.100,00 | 194.984,46 | 202.120,89 | 209.518,52 | 217.186,89 |
| Materia prima | 0,00 | 82.080,00 | 85.084,13 | 88.198,21 | 91.426,26 | 94.772,46 |
| Materiales y Suministros | 0,00 | 17.544,80 | 16.894,80 | 16.894,80 | 17.876,80 | 20.624,80 |
| TOTAL ACTIVOS CORRIENTES | 49.707,50 | 287.724,80 | 296.963,39 | 307.213,90 | 318.821,58 | 332.584,16 |
| Activos Fijos | | | | | | |
| Construcciones e instalaciones | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| (-) Depreciaciones acum. de construcc. e instalaciones | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Maquinarias y equipos | | 11.012,56 | 11.012,56 | 11.012,56 | 11.012,56 | 11.012,56 |
| (-) Depreciaciones acum de maq. Y equipo | | 3.451,39 | 3.451,39 | 3.451,39 | 3.451,39 | 3.451,39 |
| Muebles y enseres | | 2.345,00 | 2.345,00 | 2.345,00 | 2.345,00 | 2.345,00 |
| (-) Depreciaciones de muebles y enseres | | 469,00 | 469,00 | 469,00 | 469,00 | 469,00 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | 0,00 | 9.437,17 | 9.437,17 | 9.437,17 | 9.437,17 | 9.437,17 |
| Activos Diferido Neto | | 3.500,00 | 2.800,00 | 2.100,00 | 1.400,00 | 700,00 |
| TOTAL ACTIVOS | 49.707,50 | 300.661,97 | 309.200,56 | 318.751,07 | 329.658,75 | 342.721,33 |
| Pasivo Corriente | | | | | | |
| Documentos por pagar largo plazo | 34.795,30 | 22.936,22 | 22.936,22 | 22.936,22 | 22.936,22 | 22.936,22 |
| Interés por pagar | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL DE PASIVO | 34.795,30 | 22.936,22 | 22.936,22 | 22.936,22 | 22.936,22 | 22.936,22 |
| PATRIMONIO | | | | | | |
| Capital Social | 14.912,20 | 164.480,86 | 324.040,86 | 327.453,00 | 394.102,62 | 545.065,18 |
| Reserva Legal | 0,00 | 0,00 | 1.837,57 | 2.182,83 | 2.474,87 | 2.575,22 |
| Utilidad perdida retenidas | 0,00 | 4.803,18 | 5.199,68 | 4.388,50 | 13.655,99 | 43.029,14 |
| Utilidad pérdida neta | 0,00 | 14.599,34 | 18.375,74 | 21.828,31 | 24.748,70 | 25.752,24 |
| TOTAL DE PATRIMONIO | 14.912,20 | 277.725,75 | 286.264,34 | 295.814,85 | 306.722,53 | 319.785,11 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIM. | 49.707,50 | 300.661,97 | 309.200,56 | 318.751,07 | 329.658,75 | 342.721,33 |

| | | | | | | |
|--------------------------|---|---|---|---|---|---|
| COMPROBACION DEL BALANCE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|--------------------------|---|---|---|---|---|---|

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Los Autores

5.8. Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio, permite a los administradores de las empresas, planificar las utilidades, mediante una representación gráfica o matemática, en la cual la empresa no pierde, ni tiene utilidad.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingreso por Ventas}}} = \text{términos monetarios}$$

$$PE = \frac{\$ 40.271,24}{1 - \frac{\$ 120.082,00}{\$ 188.100,00}} = \$ 111.864,55$$

$$PE = \frac{P. E. Monetario}{\text{Precio de Venta}} = \text{unidades físicas}$$

$$PE = \frac{\$ 111.864,55}{\$ 1.100,00} = 102 \text{ asesorías y/o consultorías}$$

El PE puede expresarse como un porcentaje del nivel de ventas tal y como se presenta en la tabla siguiente, donde se observa que el punto de equilibrio para este proyecto, se inicia con el 59 % de las Ventas previstas para el primer año, luego disminuye al 53 % para el segundo año y a partir de allí, se reduce constantemente a 49 %, 45 %, hasta que a partir del año 5 se estabiliza alrededor

del 44 %, lo que significa un comportamiento aceptable para la ejecución financiera del proyecto

Se especifica en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 41

TITULO: PUNTO DE EQUILIBRIO “A. & C. EMPRESARIAL”

| CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | | |
|---|--|---|-------------------|------------------|------------------|------------------|
| Concepto/Años | | UNO | DOS | TRES | CUATRO | CINCO |
| COSTOS FIJOS | | 40.271,24 | 38.508,43 | 37.145,61 | 36.182,80 | 35.782,80 |
| | | | | | | |
| COSTOS VARIABLES | | 120.082,00 | 122.836,13 | 125.950,21 | 129.760,26 | 136.254,46 |
| | | | | | | |
| VENTAS TOTALES | | 188.100,00 | 194.984,46 | 202.120,89 | 209.518,52 | 217.186,89 |
| | | | | | | |
| Punto de equilibrio : | | | | | | |
| Unidades monetarias totales : | DOLARES | 111.864,55 | 104.236,46 | 98.648,11 | 95.049,30 | 96.025,23 |
| | Venta Nacional | 111.864,55 | 104.236,46 | 98.648,11 | 95.049,30 | 96.025,23 |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | % al punto de equilibrio financiero (PE): | 59% | 53% | 49% | 45% | 44% |
| Promedio PE financiero : | 27% | | | | | |
| Evaluación : | ACEPTABLE | | | | | |
| SERVICIOS PARA LLEGAR AL PUNTO DE EQUILIBRIO | | Unidades físicas producidas para alcanzar el punto de equilibrio | | | | |
| Producto / Año | | UNO | DOS | TRES | CUATRO | CINCO |
| | | | | | | |
| Planes Estratégicos | Nacional | 20 | 19 | 18 | 17 | 17 |
| | | | | | | |
| Planes de Marketing | Nacional | 17 | 16 | 15 | 14 | 14 |
| | | | | | | |
| Planes de Negocios | Nacional | 11 | 10 | 9 | 9 | 9 |
| | | | | | | |

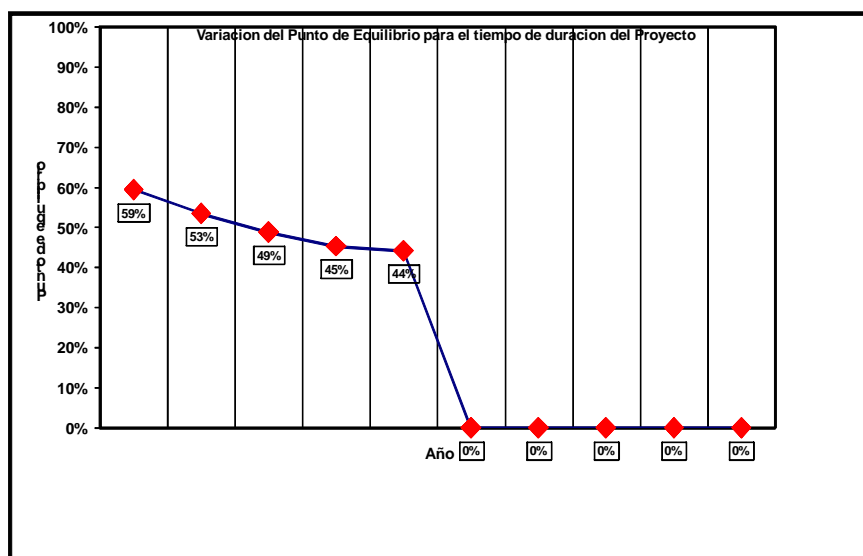
| | | | | | | |
|--------------------------|--------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Estudios de Mercado | Nacional | 43 | 41 | 38 | 37 | 37 |
| Reingeniería de Negocios | Nacional | 11 | 10 | 9 | 9 | 9 |
| | TOTAL | 102 | 96 | 89 | 86 | 86 |

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Los Autores

GRAFICO N° 20

TITULO: VARIACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Los Autores

5.9. Flujo de Caja

Presupuesto de Caja o Flujo de Fondos consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los ingresos y egresos de efectivo registrados durante un período determinado; permitiendo el análisis financiero correspondiente, que sirve para

conocer la capacidad de pago de la empresa y permite detectar el número de años en los cuales las empresas deben recurrir a préstamos ordinarios o pueden realizar nuevas inversiones., se lo indica en el Cuadro N° 42.

CUADRO N° 42

TITULO: FLUJOS DE FONDOS DE “A. & C. EMPRESARIAL

| FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO | | | | | | | |
|------------------------------|--|-----------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| N° | CONCEPTO/ AÑOS | CERO | UNO | DOS | TRES | CUATRO | CINCO |
| 1 | + Ingresos de la Operación | - | 188.100,00 | 194.984,46 | 202.120,89 | 209.518,52 | 217.186,89 |
| 2 | - Costo de Operación | | 156.398,38 | 158.752,50 | 161.866,58 | 166.076,64 | 172.170,84 |
| 3 | - Depreciación | | 3.920,39 | 3.920,39 | 3.920,39 | 3.920,39 | 3.920,39 |
| 4 | - Amortización | | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 |
| 5 | - Pago Intereses por los Créditos Recibidos | | 4.088,44 | 2.725,63 | 1.362,81 | - | - |
| 6 | UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS | - | 22.992,79 | 28.885,94 | 34.271,11 | 38.821,49 | 40.395,67 |
| 7 | - Participación de Trabajadores 15% de la Utilidad | - | 3.448,92 | 4.332,89 | 5.140,67 | 5.823,22 | 6.059,35 |
| 8 | UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA | - | 19.543,88 | 24.553,05 | 29.130,44 | 32.998,27 | 34.336,32 |
| 9 | - Impuesto a la Renta 25% | - | 4.885,97 | 6.138,26 | 7.282,61 | 8.249,57 | 8.584,08 |
| 10 | UTILIDAD/PERDIDA NETA | - | 14.657,91 | 18.414,79 | 21.847,83 | 24.748,70 | 25.752,24 |
| 11 | + Utilidad Venta de Activos | | | | | | |
| 12 | - Impuesto a la Utilidad en Venta de Activos | | | | | | |
| 13 | + Ingresos no Gravables | | | | | | |
| 14 | - Costo de Operación no Deducibles | | | | | | |
| 15 | + Valor en Libros de los Activos Vendidos | | | | | | |
| 16 | + Depreciación | - | 3.920,39 | 3.920,39 | 3.920,39 | 3.920,39 | 3.920,39 |
| 17 | + Amortización | | | | | | |
| 18 | +Amortización Activos Diferidos | | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 | 700,00 |
| 19 | - Valor de la Inversión | 16.857,56 | - | - | 9.366,56 | - | 3.991,00 |
| 20 | - Capital de Trabajo | 32.849,95 | - | - | - | - | - |
| 21 | + Recuperación del Capital de Trabajo | | | | | | |
| 22 | + Credito Recibido | - | - | - | - | - | - |
| 23 | - Pago del Capital (Amortización del | | 11.598,42 | 11.598,42 | 11.598,42 | - | - |

| | | | | | | | |
|----|---|-------------|------------|-----------|----------|-----------|-----------|
| | Principal) | | | | | | |
| 24 | FLUJO DE FONDOS NETOS DEL PROYECTO | (49.707,51) | 7.679,87 | 11.436,76 | 5.503,24 | 29.369,09 | 26.381,63 |
| | FLUJO DE FONDOS PUROS =(año uno a año cinco) | | (7.232,38) | 11.436,76 | 5.503,24 | 29.369,09 | 26.381,63 |

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Los Autores

5.10. Evaluación Financiera del Proyecto

La evaluación financiera de los proyectos de inversión mide la rentabilidad generada para cada uno de los agentes participantes (empresa, cofinancista y promotor o inversionista), de manera que se pueda tomar una decisión sobre: la posibilidad de ejecutarlo, participar en él o definir su posición relativa respecto a otros proyectos.

5.10.1. Factores de Evaluación

5.10.1.1. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno (TIR) se define como aquella tasa de descuento intertemporal que aplicada a los ingresos netos de un proyecto, para cada año de la vida de la inversión, estos apenas cubren el monto de las inversiones realizadas y el costo de oportunidad del dinero invertido. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Este criterio de evaluación supone que:

- ✓ Si $TIR > TMAR$ El proyecto se acepta.
- ✓ Si $TIR = TMAR$ El proyecto se puede aceptar o no.
- ✓ Si $TIR < TAR$ El proyecto no se acepta.

El cálculo de la tasa interna de retorno, se lo realiza basado en la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_o = 0$$

Para el proyecto la TIR. es igual a:

$$\text{TIR.} = 70,25\%$$

Como la TIR es igual a 70,25 % porcentaje mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento que para el proyecto es del 13,93%, en conclusión el proyecto es rentable.

CUADRO N° 43
TITULO: CÁLCULO DE LA TIR

| Año | FLUJO FONDOS | VARIACION DE LA TIR % | VAN (Act.= TMAR) | TIRM % (Reinversión de flujos) |
|------------|---------------------|------------------------------|-------------------------|---------------------------------------|
| 0 | -14.912,25 | | | |
| 1 | 7.679,87 | 12,03% | (\$7.232,38) | -48,50% |
| 2 | 11.436,76 | 17,03% | \$4.204,38 | 13,22% |
| 3 | 5.503,24 | 31,31% | \$9.707,61 | 18,19% |
| 4 | 29.369,09 | 60,82% | \$39.076,70 | 37,94% |
| 5 | 26.381,63 | 70,25% | \$65.458,33 | 40,06% |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Los Autores

GRAFICO N° 21
TITULO: VARIACIÓN DE LA TIR



5.10.1.2. Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR)

El inversionista, para tomar una decisión relativa a la ejecución de un proyecto, deberá exigir que su inversión le rinda por lo menos una tasa igual al costo promedio ponderado de las fuentes de financiamiento.

Para el presente proyecto se calculara la TMAR mixta, debido a que se tiene la mezcla de dos capitales para realizar la inversión inicial; el capital de los accionistas, que tiene un valor de 19% con inflación, y la de la institución financiera que tiene una tasa de ganancia (interés que cobra por el préstamo) de 11,75%. La TMAR mixta se calcula como un promedio ponderado de los costos de capital.

Para el cálculo se utilizaran las siguientes formulas.

Inversionistas: $TMAR = i + f + if$

Inversionistas: $TMAR = 0.15 + 0,0339 + (0,15) (0,0339)$

Inversionistas: $TMAR = 0,19$

TMAR mixta Global = (% de aportación de inversionistas) (tasa de ganancia solicitada) + (% de aportación del banco) (tasa de ganancia solicitada)

TMAR mixta Global = (30%) (19%) + (70%) (11,75%)

TMAR mixta Global = 13,93%

CUADRO N° 44
TITULO: TMAR MIXTA

| Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento | | | |
|--|-------------------------|---------------|--------------------|
| FINANCIAMIENTO : | % APORTACION | TMAR | PONDERACION |
| APORTE DE ACCIONISTAS/EMPRESARIOS | 30% | 19,00% | 5,70% |
| CREDITO | 70% | 11,75% | 8,23% |
| TMAR GLOBAL | | | 13,93% |

- Fuente: Investigación de Campo
- Elaborado: Los Autores

La TMAR global se utilizará para calcular el VAN, la relación Beneficio/Costo y comparar con la TIR % obtenida

5.10.1.3. Valor Actual Neto (Valor medido en dinero el día de Hoy)

El método del Valor Actual Neto utilizado para la evaluación de proyectos, consiste en traer todas las entradas de efectivo o flujos de caja y compararlos con la inversión inicial neta. Se considera como valor actual neto, a la diferencia de la inversión y actualización de los flujos de efectivo del proyecto, utilizando un factor de descuento dado por el costo ponderado de capital.

Para calcular el VAN se aplica la siguiente fórmula:.

$$VAN = \frac{(FA1)}{(1+i)^0} + \frac{(FA2)}{(1+i)^1} + \frac{(FA3)}{(1+i)^2} + \dots + \frac{(FAn)}{(1+i)^n} - IIN$$

CUADRO N° 45

TITULO: VALOR ACTUAL NETO

| Año | FLUJO FONDOS | VAN |
|------------|---------------------|---------------|
| 0 | -14.912,25 | |
| 1 | 7.679,87 | \$ -22.084,54 |
| 2 | 11.436,76 | \$ 639,65 |
| 3 | 5.503,24 | \$ 4.361,03 |
| 4 | 29.369,09 | \$ 21.792,66 |
| 5 | 26.381,63 | \$ 35.536,59 |

- > Fuente: Investigación de Campo
- > Elaborado: Los Autores

Para el proyecto el VAN es igual a \$ 35.536,59; es decir el proyecto rinde esa cantidad sobre lo mínimo exigido, su resultado es positivo y mayor que 0.

5.10.1.4. Relación Beneficio Costo

Este criterio se requiere que la razón sea mayor o igual que uno (1) para que el proyecto sea aceptable, ya que este resultado indica que el valor actualizado de los ingresos cubre el valor actualizado de los costos.

Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\sum FLUJOS NETOS}{INVERSION INICIAL}$$

$$RBC = \$ 50.448,85 / \$ 49.707,50$$

En el caso del proyecto, la Relación Beneficio-Costo es:

$$\mathbf{RBC = 1,01}$$

Lo que determina nuevamente un criterio favorable a la implementación del proyecto, al igual que los resultados de los indicadores financieros calculados anteriormente, toda vez que:

$$\mathbf{RBC > 1}$$

CUADRO N° 46

TITULO: RELACION BENEFICIO COSTO

| AÑOS | FLUJO DE FONDOS | FLUJO FONDOS ACTUALIZADOS (C)/(1+F4))^n | FLUJO FONDOS ACTUALIZADO Y ACUMULADO F4= TMAR=13,93 | RELACION BENEFICIO COSTO |
|------|-----------------|---|--|--------------------------|
| 0 | (14.912,25) | (14.912,25) | | |
| 1 | 7.679,87 | 6.740,87 | 6.740,87 | 0,14 |
| 2 | 11.436,76 | 8.811,03 | 15.551,90 | 0,31 |
| 3 | 5.503,24 | 3.721,38 | 19.273,28 | 0,39 |
| 4 | 29.369,09 | 17.431,63 | 36.704,91 | 0,74 |
| 5 | 26.381,63 | 13.743,93 | 50.448,85 | 1,01 |

➤ Fuente: Investigación de Campo

➤ Elaborado: Los Autores

5.10.1.5. *Período de Recuperación de la Inversión*

El período de recuperación de la inversión, constituye el plazo o período de capital (tiempo) en que tarda en recuperarse la inversión inicial, basándose en los flujos que genera en cada período de su vida útil.

Se aplica la siguiente fórmula:

$$\mathbf{PRI} = \frac{\text{Año del último flujo de efectivo actualizado acumulado negativo}}{\text{efectivo actualizado acumulado negativo}} + \frac{\text{Primer flujo de efectivo actualizado acumulado positivo}}{\text{Inversión inicial total}}$$

$$\mathbf{PRI} = 1 + \frac{\$ 6.740,87}{\text{Inversión inicial total}}$$

\$49.707,50

PRI = 1,14

CUADRO N° 47

TITULO: PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

| AÑOS: | MESES: | DIAS |
|--------------|---------------|-------------|
| 1 | 12*0.14 | |
| 1 | 1,68 | |
| 1 | 1 | 30*0,68 |
| 1 | 1 | 20 |

➤ Fuente: Investigación de Campo
➤ Elaborado: Los Autores

El periodo de recuperación de la inversión será dentro de UN año UN meses y VEINTE días.

5.10.1.6. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite conocer el impacto que tendrían las diversas variables en la rentabilidad del proyecto. El análisis de sensibilidad del presente estudio está basado en las variables que pueden considerarse críticas y son: costos, ingresos, sueldos y salarios, materia prima y suministros.

Se puede desarrollar un análisis de sensibilidad aplicando la siguiente fórmula:

$$\mathbf{R} = \frac{\text{Ingresos} - \text{Gastos}}{\quad}$$

Capital

$$R = \frac{\$ 188.100,00 - \$168.607,20}{\$ 49.707,50} \quad R = 0,39$$

En el siguiente cuadro se presenta el análisis de sensibilidad de las variables críticas del proyecto

CUADRO N° 48

TITULO: RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES

| RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES: | | | | |
|---|--------------------|---------------|---------------------|--------------------|
| CONCEPTOS: | Variación % | TIR % | VAN | EVALUACION |
| Aumento de costos | 39% | | -223.481,6 | Sensible |
| Disminución de ingresos | -39% | | -236.423,4 | Sensible |
| Aumento a la M.O.D. | 39% | | -11.884,2 | Sensible |
| Aumento al personal | 39% | | -42.788,2 | Sensible |
| Aumento de materia prima | 39% | | -84.171,0 | Sensible |
| Aumento en Suminis. Servicios | 39% | 21,25% | 9.314,9 | No sensible |
| Normal | 0% | 41,53% | \$ 31.268,05 | RENTABLE |
| TMAR: Tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto | | | | 13,93% |
| No sensible = significa que el proyecto sigue siendo rentable a pesar de la variación en el factor crítico considerado | | | | |
| Sensible = hay que tomar providencias aplicando las estrategias adecuadas y analizar los valores de mercado (precios). | | | | |

6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

✓ Se concluye que el Capítulo I permite la comprensión de los diferentes temas y conceptos que se desarrollan en este estudio de factibilidad a través de diferentes fuentes bibliográficas.

- ✓ El desarrollo del presente proyecto constituye una gran oportunidad de negocio, en vista de que el sector empresarial, busca optimizar sus recursos a través de la mejora continua de sus procesos y en base a la concientización de crear nuevos proyectos o perfeccionar los mismos.
- ✓ Por la falta de asesoramiento, en la mayoría de las empresas, sus directivos han tomado decisiones erróneas, afectando directamente a los resultados económicos de las mismas y por ende al no cumplimiento de sus objetivos.
- ✓ Luego de terminar el estudio de mercado, se pudo concluir que existe un mercado real y potencial para la asesoría o consultoría empresarial en la ciudad de Latacunga, en el cual se determinó que el 38,5% de las empresas han utilizado el servicio de asesoría y consultoría empresarial mientras que un 61,5% no lo ha hecho, lo que significa que existe un gran mercado potencial.
- ✓ La creación de la empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial, cuenta con las condiciones de mercado, técnicas, organizacionales y financieras necesarias para su ejecución.
- ✓ En base a la evaluación financiera como al análisis de los criterios de evaluación del proyecto se ha concluido que este es viable y rentable ya que posee un VAN positivo de \$ 35.536,57 dólares, la TIR se ubica en 70,25 % la cual es superior a la TMAR que es 13,93%, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que una inversión alternativa, con un tiempo de recuperación aproximadamente de 1 año, 1 meses y 20 días, tiempo que se cumple dentro de los objetivos corporativos, la relación beneficio costo es de 1,01 es decir que por cada dólar invertido se gana 1,01 dólares, lo que justifica la inversión.

6.2. Recomendaciones

- ✓ Recurrir constantemente a fuentes bibliográficas con el fin de conocer los diferentes temas tratados en el presente trabajo investigativo.

- ✓ Actualizar constantemente la base de datos de las empresas de la provincia, con sus respectivas tendencias de crecimiento, para ofrecer un servicio de acuerdo a sus necesidades o requerimientos.
- ✓ Implementar y difundir la labor actual del consultor que constituye un “agente de cambio”, a través de la transparencia de su conocimiento.
- ✓ Cumplir con el perfil estratégico y el plan de marketing sugerido para poder captar nuevos mercados y fortalecer la misión o visión de la empresa.
- ✓ Optimizar al máximo todos los recursos de la empresa, a través de una buena planificación y necesidad detectada.
- ✓ Implementar el proyecto considerando que: el VAN del proyecto es mayor a cero y no es negativo lo que implica que el proyecto es viable. La TIR del proyecto es superior a la tasa mínima de rendimiento aceptable (TMAR), por lo que se recomienda la ejecución del proyecto.

7. Bibliografía

7.1. Bibliografía Citada

- ✓ “Canales de Marketing y Distribución Comercial”, Segunda Edición, Impreso en México 2006 editorial Mc Graw-Hill, (Pelton, Strutton, Lumpkin) Pág. (5).

- ✓ COLLAZOS, Cerron Jesús, “El Estudio de Mercado en los Proyectos de Inversión”, Segunda edición, 2004, Impreso en Perú, Editorial San Marcos Pag (15)
- ✓ CORDOVA, Padilla Marcial, “Formulación y Evaluación de Proyectos”, Impreso en Colombia ECOE Ediciones primera edición 2006 Pág. (311).
- ✓ “Diccionario de Administracion y Finanzas”, Oceado Centrum, Ed. Org. Halm Wily y Sans. Inc. Editorial Oceano Barcelona España. Pág. (95, 389)
- ✓ FONTAINE, Ernesto, “Evaluación Social de Proyectos”, Doceava Edición, Editorial Alfaomega, Agosto 2006 Colombia. Pág. (81,82,83)
- ✓ JACK, Guido y JAMES,s P. Clements , “Administración Exitosa de Proyectos”, Tercera Edición.. Edamsa Impresiones, México DF 2008, Pág. (4)
- ✓ MIRANDA, Miranda Juan José, “Gestión de Proyectos”, Quinta Edición, MM Editores, Bogota 2005, Pág. (172)
- ✓ MOKATE, Karen Marie, “Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión”, Editorial Alfa-Omega, Segunda Edición, Colombia 2004, Pág. (138, 157, 158).
- ✓ MOKATE, Karen Marie, “Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión”, Editorial Universales, Segunda Edición Colombia 2007, , Pág.(1, 32)
- ✓ NUÑEZ, Zúñiga Rafael, “Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión”, Editorial Trillas, 3007 México, Pág.(13)
- ✓ OCAMPO, José Eliseo, “Costos y Evaluación de Proyectos”, Editorial Continental Primera Edición, México 2002 Pág.(143)
- ✓ ROJAS, López Miguel David, “Administración para Ingenieros”, Segunda Edición, 2007, Bogota DC. Pág.(59, 111.)
- ✓ SAPAG, Chain Nassir,” Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación”, Impreso en México, Primera Edición 2007, Pearson Educación Pág. (94)
- ✓ SAPAG, Chain Nassir, SAPAG, Chain Reinaldo, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Quinta Edicion, Mc. Graw – Hill. Inter. Mexicana 2008, Mexico, Pág.(25,26,44,55)

- ✓ TERREL, Jones, TERREL, Werner, “Introducción a la Contabilidad Administrativa”; Primera Edición 2001, Impreso en Colombia Pearson Educación.
- ✓ URIBE, Augusto, “Introducción al Proyecto”, Editorial Herrera Hermanos Segunda Edición. Pág. (58)
- ✓ VACA, Urbina Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Quinta Edición, Impreso en México, Editorial Mc Graw-Hill 2006. Pág.(92, 169, 173, 176, 180, 221 ,224,)
- ✓ www.Unmsn.edu.pe/ogp/ARCHIVOS/Glosario/indg.htm.#4 9/07/2008 15:03

7.2. Bibliografía Consultada

- Diccionario de la Real Academia Española Ed. Espasa, 1970 Madrid.
- JIMENEZ, C., W. (1982). Introducción al Estudio de la Teoría Administrativa. México: CE
- PALOMAR,(2006), Metodología de Proyectos

7.3. Bibliografía Electrónica

- ✓ <http://www.geocities.com/luibar.geo/Planification.html>
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/Planificaci%C3%B3n>
- ✓ <http://www.eia-centroamerica.org/archivos-de-usuario/Talleres/40.pdf>
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.ESTUDIO>
- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado
- ✓ <http://gda.utp.edu.co/pub/gpro/docs/diapositivas/Teoria/modulo4.ppt>
- ✓ <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/elementos-de-un-proyecto-de-inversion.htm>
Josefina Koch Tovar, **Manual del Empresario Exitoso**
- ✓ <http://www.eumed.net/libros/2006c/210/1r.htm>
- ✓ <http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catpyep/transpestfin.PDF>
- ✓ <http://www.soloeconomia.com/empresas/evolucion.html>
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

- ✓ <http://www.mipymes.gov.co/emprededor/newsdetail.asp?id=114&idcompan44>
- ✓ http://www.uh.cu/facultades/fcom/portal/interes_glosa_terminos.htm
- ✓ <http://www.wordreference.com/definicion/sistemático>
- ✓ <http://www.unmsm.edu.pe/ogp/ARCHIVOS/Glosario/indg.29/07/2010>

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, HUMANÍSTICAS Y DEL
HOMBRE**

ESPECIALIDAD: INGENIERÍA COMERCIAL

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS DE LAS EMPRESAS DE
LA CIUDAD DE LATACUNGA**

OBJETIVO:

Indagar al segmento seleccionado, información importante para determinar la factibilidad para la creación de una empresa de Asesoría y Consultoría Empresarial en la ciudad de Latacunga.

INSTRUCCIONES:

- ✓ Lea detenidamente cada pregunta antes de establecer su comentario
- ✓ Coloque una X, en el casillero correcto que usted lo defina en base a su criterio.

CUESTIONARIO

1.- ¿La facturación anual de la empresa a la cual Usted representa, en qué rangos se encuentra?

- ✓ Desde \$ 1000 a \$ 30.000 ()
- ✓ De \$ 30.000 a \$ 200.000 ()
- ✓ De \$ 200.000 a \$ 300.000 ()
- ✓ Mayor a \$ 300.000 ()

2.- ¿Conoce Ud. lo que es un servicio de asesoría y/o consultoría empresarial?

- Si () NO ()

3.- ¿La empresa a la cual pertenece a contratado alguna vez los servicios de asesoría y/o consultoría empresarial?

Si () NO ()

Si la respuesta es SI, indique sus razones:

- **Para corregir Proyectos (Rectificar en base a estándares) ()**
- **Para Perfeccionar Proyectos (Mejorar hasta un grado óptimo) ()**
- **Para la Creación de Nuevos Proyectos ()**

Si la respuesta es NO, indique sus razones:

- **Falta de información ()**
- **Costos elevados ()**
- **Otra, especifique.....**

4.- ¿Conoce Ud. a Empresas que brinden el servicio de Asesoría y Consultoría empresarial en la ciudad de Latacunga? indique cuáles.

Si () NO ()

a) _____

b) _____

c) _____

d) _____

5.- ¿Cree Ud. Que es necesario conocer la opinión o sugerencias de profesionales externos a la empresa?

Si () NO ()

6.- ¿Está de acuerdo con la creación de una Empresa dedicada a la Asesoría y Consultoría Empresarial en la ciudad de Latacunga?

Si () NO ()

7.- ¿En qué áreas le gustaría Asesorar a su empresa?

- ✓ Planes estratégicos ()
- ✓ Planes de marketing ()
- ✓ Planes de Negocios ()
- ✓ Estudios de mercado ()
- ✓ Reingeniería de negocios ()

8.- ¿Cuál sería el costo que estaría dispuesto a cancelar por un servicio de Asesoría y/o Consultoría para su empresa?

- ✓ De \$600 a \$800 ()
- ✓ De \$800 a \$1000 ()
- ✓ De \$1000 a \$1200 ()
- ✓ De \$1200 a \$1500 ()
- ✓ > a \$1500 ()

9.- ¿Con qué frecuencia utilizaría los servicios de Asesoría y/o Consultoría

- Bimestral ()
- Trimestral ()
- Cuatrimestral ()
- Semestral ()
- Anual ()

10.- ¿En qué medio de comunicación le gustaría estar siempre informado de los proyectos de Asesoría y/o Consultoría?

- Radio ()
- Televisión ()

- **Medio Escrito** ()
- **Internet** ()
- **Otro, especifique.....**

“G R A C I A S”

ANEXO N° 2

Minuta de Constitución Simultánea de Compañía Anónima

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución simultánea de compañía anónima, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- Comparecientes.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura los señores:..... estado civil, con número de cédula.....,, estado civil..... con número de cédulay, estado civil con número de cédula, mayores de edad, con domicilio en la ciudad de Latacunga.

SEGUNDA.- Declaración de Voluntad.- Los comparecientes declaran que constituyen, por la vía simultánea, como en efecto lo hacen, una compañía anónima, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Comercio, a los convenios de las parte y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- Estatutos de la Compañía

TITULO 1

Del nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1º.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es “A. & C. EMPRESARIAL S.A.”

Artículo 2º.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es en la ciudad de Latacunga, Av. Amazonas y Fortaleza del Cayo . Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3º.- Objeto.- El objeto de la compañía consiste en la asesoría y consultoría empresarial . Para el señalamiento de las actividades que conformen el objeto se tendrá en cuenta lo dispuesto en el numeral 3º del Artículo 150. Para la obtención de uno o más informes previos favorables por parte de organismos públicos, ofrece una guía el folleto “Instructivo para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías”, que puede solicitar en esta Institución).

En el cumplimiento de su objetivo, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4º.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de 20 años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TITULO II

Del capital

Artículo 5°.- Capital y de las acciones.- El capital social es de -- dólares de los Estados Unidos de América, dividido en 30 acciones en que se fraccione el capital, de 30 dólares de valor nominal cada una, numeradas consecutivamente del 1 al 30. (Se podría redactar este artículo dividiendo las acciones por series, de modo que en cada una de ellas, sin desatender la norma sobre el valor nominal, tengan las acciones correspondientes a cada serie un determinado importe).

TITULO III

Del gobierno y de la administración

Artículo 6°.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas, y su administración al gerente y al presidente.

Artículo 7°.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél día en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8°.- Clases de juntas.- Las juntas generales serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2°, 3° y 4° del artículo 231 de la Ley de Compañías y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido.

Artículo 9°.- Quórum general de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de por lo menos el 50% del capital pagado. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de accionistas presentes, siempre que se

cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los accionistas presentes.

Artículo 10°.- Quórum especial de instalación.- Siempre que la ley no establezca un quórum mayor, la junta general se instalará, en primera convocatoria, para deliberar sobre el aumento o disminución de capital, la transformación, la fusión, la escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación del estatuto con la concurrencia de al menos el 50% del capital pagado. En estos casos, salvo que la ley señale un quórum mayor, para que la junta se instale previa segunda convocatoria, bastará la concurrencia de la ter

Cuando preceda una tercera convocatoria, siempre que la ley no prevea otro quórum, la junta se instalará con el número de accionistas presentes. De ello se dejará constancia en esta convocatoria.

Artículo 11°.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital pagado concurrente a la reunión.

Artículo 12°.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía anónima.

Artículo 13.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 14°.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período de 4 años, a cuyo término podrá ser reelegido. El

presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas; y,
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 15°.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un período de 4 años, a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas;
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

DE LA FISCALIZACIÓN

Artículo 16°.- Comisarios.- La junta general designará un comisario, cada 2 años, quienes tendrán derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

TITULO V

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 17°.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley. Siempre que las circunstancias permitan, la junta general designará un liquidador principal y otro suplente.

CUARTA.- Aportes.- El socio, suscribe el 30 % (treinta por ciento en tres cuotas de valor nominal y paga en efectivo el valor de \$ 270 doscientos setenta dólares), el socio..... suscribe el 30 % (treinta por ciento en tres cuotas de valor nominal y paga en efectivo el valor de \$ 270 doscientos setenta dólares) y el socio el socio suscribe el 40% (cuarenta por ciento en cuatro cuotas de valor nominal y paga en efectivo el valor de \$ 360 trescientos sesenta dólares) así los aportes han sido pagados íntegramente a la sociedad.

QUINTA.- Nombramiento de los Administradores.- Para Los períodos señalados en los artículos 14° y 15° del estatuto, se designa como presidente (a) de la compañía al (o a la) señor (o señora)...y como gerente de la misma al (o a la)señor (o señora)..., respectivamente.

Usted, señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

ANEXO N° 3

PORCENTAJE DE CRECIMIENTO POR PROVINCIAS DEL AÑO 2007

| PROVINCIA | PIB DOLARES | % DE CRECIMIENTO |
|--------------------------|------------------|---------------------|
| Azuay | 1.062.491,00 | 6% |
| Bolívar | 137.594,00 | 1% |
| Cañar | 272.489,00 | 2% |
| Carchi | 181.613,00 | 1% |
| Chimborazo | 360.886,00 | 2% |
| Cotopaxi | 495.311,00 | 3% |
| El Oro | 761.638,00 | 4% |
| Esmeraldas | 498.615,00 | 3% |
| Francisco de Orellana | 62.409,00 | 0% |
| Galápagos | 106.937,00 | 1% |
| Guayas | 5.302.508,00 | 30% |
| Imbabura | 404.854,00 | 2% |
| Loja | 412.464,00 | 2% |
| Los Ríos | 788.646,00 | 4% |
| Manabí | 1.398.674,00 | 8% |
| Morona Santiago | 95.106,00 | 1% |
| Napo | 75.577,00 | 0% |
| Pastaza | 65.444,00 | 0% |
| Pichincha | 4.249.829,00 | 24% |
| Sucumbíos | 112.208,00 | 1% |
| Tungurahua | 621.754,00 | 4% |
| Zamora Chinchi | 84.872,00 | 0% |
| TOTAL | \$ 17.551.919,00 | 100% |

ANEXO N°4

Provincias de Ecuador por IDH

La siguiente lista presenta las Provincias del Ecuador ordenadas según su índice de desarrollo humano con datos del PIB 2001.

| Puesto | Provincia | Capital | Población ² | Aporte al PIB ³ | PIB per cápita USD | IDH 1 | IDH 2 | IDH estimado 2010 (Provincia) | IDH estimado 2010 (Capital) |
|--------------------------------|------------|------------|------------------------|----------------------------|--------------------|-------|-------|-------------------------------|-----------------------------|
| Desarrollo Humano Medio | | | | | | | | | |
| 1° | Pichincha | Quito | 2'388,817 | 22.19% | 3443.8 | 0.758 | 0.796 | 0.851 | 0.880 |
| 2° | Guayas | Guayaquil | 3'309,034 | 25.82% | 2892.7 | 0.724 | 0.780 | 0.839 | 0.860 |
| 3° | El Oro | Machala | 559,846 | 3.31% | 2188.9 | 0.711 | 0.759 | 0.823 | 0.847 |
| 4° | Carchi | Tulcán | 160,983 | 0.86% | 1986.3 | 0.694 | 0.762 | 0.826 | |
| 5° | Azuay | Cuenca | 626,857 | 6.04% | 2239.9 | 0.689 | 0.768 | 0.849 | 0.904 |
| 6° | Tungurahua | Ambato | 441,034 | 3.11% | 2618.1 | 0.683 | 0.756 | 0.829 | 0.864 |
| 7° | Loja | Loja | 440,835 | 1.92% | 1613.7 | 0.667 | 0.739 | 0.818 | 0.874 |
| 8° | Manabí | Portoviejo | 1'186,025 | 5.80% | 2149.6 | 0.667 | 0.746 | 0.814 | 0.834 |
| 9° | Imbabura | Ibarra | 344,044 | 1.78% | 1921.5 | 0.662 | 0.723 | 0.817 | 0.870 |
| 10° | Esmeraldas | Esmeraldas | 385,223 | 3.75% | 3612.6 | 0.665 | 0.716 | 0.801 | 0.781 |
| 11° | Los Ríos | Babahoyo | 650,178 | 3.24% | 1844.8 | 0.654 | 0.725 | 0.791 | |
| 12° | Cañar | Azogues | 206,981 | 1.31% | 2350.2 | 0.651 | 0.736 | 0.812 | |
| 13° | Amazonia | | | | | 0.619 | | 0.771 | |
| 14° | Cotopaxi | Latacunga | 384,499 | 1.67% | 1606.6 | 0.613 | 0.694 | 0.773 | |
| 15° | Bolívar | Guaranda | 176,089 | 0.66% | 1398.0 | 0.599 | 0.695 | 0.771 | |
| 16° | Chimborazo | Riobamba | 513,225 | 2.48% | 1794.6 | 0.593 | 0.678 | 0.760 | 0.827 |

ANEXO N° 5

PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DEL AÑO 2001 AL AÑO 2010

| AÑO | % DE CRECIMIENTO |
|------|------------------|
| 2001 | 1,67 |
| 2002 | 1,82 |
| 2003 | 2,11 |
| 2004 | 2,33 |
| 2005 | 2,5 |

| | |
|------|------|
| 2006 | 2,77 |
| 2007 | 3 |
| 2008 | 3,22 |
| 2009 | 3,44 |
| 2010 | 3,66 |