



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
CONSULTORA FINANCIERA EN LA CIUDAD DE AMBATO
PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR:

ALEX ISRAEL SAILEMA CRIOLLO

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
CONSULTORA FINANCIERA EN LA CIUDAD DE AMBATO
PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR: ALEX ISRAEL SAILEMA CRIOLLO

DIRECTORA: ING. CARMEN AMELIA SAMANIEGO

Riobamba – Ecuador

2023

©2023, Alex Israel Sailema Criollo

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Alex Israel Sailema Criollo, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 26 de enero de 2023.


A handwritten signature in blue ink that reads "ALEX SAILEMA CRIOLLO". The signature is stylized, with the first letter of each name being significantly larger and more prominent.

Alex Israel Sailema Criollo

C.I.: 180472250-0

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CONSULTORA FINANCIERA EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA**, realizado por el señor: **ALEX ISRAEL SAILEMA CRIOLLO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Francisco Eduardo Toscano Guerrero PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-01-26
Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2023-01-26
Lcdo. Luis Fernando Barriga Fray ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2023-01-26

DEDICATORIA

Como un simple gesto de gratitud, quiero dedicarle mi tesis en el presente, Dios por nunca fallarme en las dificultades y decepciones, a mi madre por ser el apoyo emocional y económico y por ser quien velo por mí, y a las personas más maravillosas con las que me encaminaron a seguir a delante, y con eso ser el orgullo de la familia.

Alex

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios por darme una vida saludable, que me ha guía en el camino del bien para ser una gran persona exitoso, a mis padres por el apoyo moral y económico que me brindaron en el trascurso de toda mi carrera. A los docentes de la carrera por impartir el conocimiento que adquirir durante todos mis estudios así mismo a mi valiosa madre que ha sido el sustento de la familia que me impartió valores y a seguir a delante con mis estudios para ser el profesional que ella quiere.

Alex

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1.	Planteamiento del problema.....	3
1.2.	Limitaciones y delimitaciones.....	3
1.2.1.	<i>Delimitación espacial.....</i>	3
1.2.2.	<i>Delimitación temporal.....</i>	4
1.3.	Problema General de Investigación.....	4
1.4.	Problemas específicos de investigación.....	4
1.5.	Objetivos.....	4
1.5.1.	<i>Objetivo general.....</i>	4
1.5.2.	<i>Objetivos específicos.....</i>	4
1.6.	Justificación.....	4
1.6.1.	<i>Justificación teórica.....</i>	4
1.6.2.	<i>Justificación metodológica.....</i>	5
1.6.3.	<i>Justificación práctica.....</i>	5

CAPÍTULO II

2.	MARCO TEÓRICO.....	6
2.1.	Antecedentes de investigación.....	6
2.2.	Referencias teóricas.....	6
2.2.1.	<i>Consultoría.....</i>	6
2.2.1.1.	<i>Tipo de empresas de consultoría.....</i>	7
2.2.1.2.	<i>La importancia de las empresas de consultoría.....</i>	8
2.2.1.3.	<i>Características de las empresas de consultoría.....</i>	9

2.2.2.	Consultor	10
2.2.2.1.	<i>Características del consultor</i>	11
2.2.3.	Proyecto	12
2.2.3.1.	<i>¿Qué es un proyecto?</i>	12
2.2.3.2.	<i>Importancia de los Proyectos</i>	12
2.2.3.3.	<i>Tipos de Proyectos</i>	12
2.2.3.4.	<i>El ciclo de un proyecto</i>	14
2.2.3.5.	<i>Estructura de un proyecto</i>	15
2.2.4.	Factibilidad	15
2.2.4.1.	<i>Definición</i>	15
2.2.4.2.	<i>Tipos de factibilidad</i>	15
2.2.4.3.	<i>Importancia de la factibilidad</i>	17
2.2.4.4.	<i>Estudio de factibilidad de mercado</i>	18
2.2.5.	Estudio de mercado	19
2.2.5.1.	<i>Definición</i>	19
2.2.5.2.	<i>Importancia de realizar un estudio de mercado</i>	20
2.2.5.3.	<i>Ventajas</i>	21
2.2.5.4.	<i>Tipos de estudios de mercado</i>	21
2.2.5.5.	<i>Métodos para realizar un estudio de mercado</i>	23
2.2.5.6.	<i>Estudio de mercado</i>	27
2.2.6.	El estudio técnico	28
2.2.6.1.	<i>Definición</i>	28
2.2.6.2.	<i>Localización del proyecto</i>	28
2.2.6.3.	<i>Determinación del tamaño óptimo de la planta</i>	28
2.2.6.4.	<i>Ingeniería del proyecto</i>	28
2.2.6.5.	<i>Organización de la organización humana y jurídica</i>	29
2.2.6.6.	<i>Proceso de producción</i>	29
2.2.6.7.	<i>Capacidad de producción</i>	29
2.2.6.8.	<i>Inversiones en equipamiento</i>	29
2.2.6.9.	<i>Localización</i>	30
2.2.6.10.	<i>Distribución de planta</i>	30
2.2.6.11.	<i>Inversión en obras físicas</i>	30
2.2.6.12.	<i>Cálculo de costos de producción</i>	31
2.2.7.	Estudio administrativo	31
2.2.7.1.	<i>Organización de la empresa</i>	31
2.2.7.2.	<i>Aspecto legal.</i>	32
2.2.7.3.	<i>Marco legal.</i>	32

2.2.7.4.	<i>Visión</i>	32
2.2.7.5.	<i>Misión</i>	32
2.2.7.6.	<i>Valores</i>	33
2.2.8.	<i>Estructura organizacional</i>	33
2.2.8.1.	<i>Definición</i>	33
2.2.8.2.	<i>¿Para qué se diseña una estructura organizacional?</i>	33
2.2.8.3.	<i>Tipos de estructura organizacional</i>	34
2.2.8.4.	<i>Importancia de una estructura organizacional</i>	36
2.2.8.5.	<i>Ejemplo de estructura organizacional</i>	36
2.2.9.	<i>Estructura legal</i>	37
2.2.9.1.	<i>Constitución de la empresa</i>	37
2.2.9.2.	<i>Patente</i>	39
2.2.9.3.	<i>SRI</i>	40
2.2.10.	<i>Estudio financiero y económico</i>	41
2.2.10.1.	<i>Definición</i>	41
2.2.10.2.	<i>Objetivos del análisis financiero</i>	41
2.2.10.3.	<i>¿Cómo hacer un análisis financiero?</i>	41
2.2.10.4.	<i>Rentabilidad</i>	41
2.2.10.5.	<i>Liquidez</i>	42
2.2.10.6.	<i>Solvencia</i>	42
2.2.10.7.	<i>Amortizaciones</i>	42
2.2.10.8.	<i>Balance de situación</i>	42
2.2.11.	<i>Evaluación económica</i>	42
2.2.11.1.	<i>Decisiones de inversión</i>	43
2.2.11.2.	<i>Riesgos de liquidez</i>	43
2.2.11.3.	<i>Riesgos de mercado</i>	43
2.2.11.4.	<i>Los Estados financieros</i>	43
2.2.11.5.	<i>Principales estados financieros</i>	44
2.3.	<i>Marco conceptual</i>	49

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	51
3.1.	Enfoque de la investigación	51
3.1.1.	<i>Método cualitativo</i>	51
3.2.	Nivel de investigación	51
3.2.1.	<i>Investigación exploratoria</i>	51

3.2.2.	<i>Investigación descriptiva</i>	52
3.3.	Diseño de investigación	52
3.3.1.	<i>No experimental</i>	52
3.4.	Tipo de estudio	52
3.4.1.	<i>Investigación documental</i>	52
3.4.2.	<i>Investigación de campo</i>	53
3.5.	Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	53
3.5.1.	<i>Muestra</i>	53
3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	54
3.6.1.	<i>Encuesta</i>	54
3.6.2.	<i>Cuestionario</i>	55
3.6.3.	<i>Observación</i>	55

CAPÍTULO IV

4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA	56
----	---	----

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	65
5.1.	Estructura de la propuesta	65
5.2.	Estudio de mercado	65
5.2.1.	<i>Análisis de la demanda</i>	65
5.2.1.1.	<i>Definir mi mercado</i>	65
5.2.1.2.	<i>Demanda actual</i>	66
5.2.1.3.	<i>Recopilación de la información relativa de la demanda</i>	67
5.2.1.4.	<i>Oferta de servicios de la competencia</i>	67
5.2.1.5.	<i>Demanda insatisfecha</i>	68
5.2.2.	<i>Comercialización</i>	69
5.2.3.	<i>Análisis del marketing</i>	69
5.2.3.1.	<i>Marketing: las 4C</i>	69
5.3.	Estudio administrativo	70
5.3.1.	<i>Misión</i>	70
5.3.2.	<i>Visión</i>	70
5.3.3.	<i>Valores</i>	70
5.3.4.	<i>Organigrama</i>	71
5.3.5.	<i>Responsabilidades de los niveles jerárquicos</i>	71

5.4.	Estudio técnico	72
5.4.1.	Macro localización	72
5.4.2.	Micro localización	73
5.5.	Estudio legal	74
5.5.1.	Formación legal de la empresa	74
5.5.2.	Requisitos	75
5.5.3.	Nombre de la empresa	75
5.5.4.	Logotipo	76
5.5.5.	Eslogan	76
5.5.6.	Capacidad de servicio	76
5.6.	Estudio económico financiero	77
5.6.1.	Activos	77
5.6.2.	Activos diferidos	79
5.6.3.	Capital de trabajo	80
5.6.4.	Inversiones totales	82
5.6.5.	Financiamiento del proyecto	82
5.6.6.	Presupuesto de ingresos	83
5.6.7.	Ingresos	83
5.6.8.	Gastos proyectados	85
5.6.9.	Estado de resultados	85
5.6.10.	Evaluación financiera	85
5.6.10.1.	<i>Flujo de efectivo – FE</i>	86
5.6.10.2.	<i>VAN valor actual neto</i>	86
5.6.10.3.	<i>Período de recuperación de la inversión (PRI)</i>	87
5.6.10.4.	<i>Tasa interna de retorno (TIR)</i>	88
5.6.10.5.	<i>Relación beneficio – costo (RBC)</i>	90
5.6.10.6.	<i>Punto de equilibrio</i>	90
5.6.10.7.	<i>Estados financieros proyectados</i>	91
	CONCLUSIÓN	92
	RECOMENDACIÓN	93
	GLOSARIO	
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Población.....	53
Tabla 1-4:	Definición de Objetivos y Metas de la empresa.....	56
Tabla 2-4:	Logros de los objetivos y metas propuestas en su empresa.....	57
Tabla 3-4:	Causas por las que no se alcanzan las metas y objetivos propuestos.	58
Tabla 4-4:	Control contable y administrativo de la empresa	59
Tabla 5-4:	A quién le delegan el cargo para controlar la empresa.....	60
Tabla 6-4:	Servicio.....	61
Tabla 7-4:	Importancia del resultado económico de la empresa.....	62
Tabla 8-4:	Servicios para la empresa	63
Tabla 9-4:	Lugar de ubicación empresa de Asesoramiento Financiero y Administrativo ..	64
Tabla 1-5:	Demanda actual	66
Tabla 2-5:	Empresas por categorías – Cantón Ambato.....	67
Tabla 3-5:	Oferta de servicios de la competencia	68
Tabla 4-5:	Demanda insatisfecha.....	68
Tabla 5-5:	Ponderación de factores.....	73
Tabla 6-5:	Formación legal de la empresa	74
Tabla 7-5:	Requerimientos.....	76
Tabla 8-5:	Muebles y enseres	77
Tabla 9-5:	Equipo de computo.....	78
Tabla 10-5:	Terreno	78
Tabla 11-5:	Edificios	78
Tabla 12-5:	Muebles y enseres	78
Tabla 13-5:	Equipo de Computo.....	79
Tabla 14-5:	Inversión en activos diferidos.....	80
Tabla 15-5:	Gastos administrativos	80
Tabla 16-5:	Gastos de ventas	80
Tabla 17-5:	Gasto administrativo.....	81
Tabla 18-5:	Gastos de Ventas	81
Tabla 19-5:	Inversión total.....	82
Tabla 20-5:	Aportaciones de los socios	82
Tabla 21-5:	Servicios	83
Tabla 22-5:	Ventas proyectadas de servicios	84
Tabla 23-5:	Gastos proyectados.....	85
Tabla 24-5:	Estado de resultados	85

Tabla 25-5:	Flujo de efectivo	86
Tabla 26-5:	VAN	87
Tabla 27-5:	Periodo de recuperación de la inversión.....	88
Tabla 28-5:	Tasa interna de retorno	89
Tabla 29-5:	Relación Beneficio Costo	90
Tabla 30-5:	Punto de equilibrio	90
Tabla 31-5:	Estado de situación inicial.....	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2:	Factibilidad.....	15
Figura 2-2:	Tipos de factibilidad.....	17
Figura 3-2:	Estructura organizacional.....	34
Figura 4-2:	Tipos de estructura organizacional.....	35
Figura 5-2:	Filosofía institucional.....	40
Figura 1-5:	Macro localización de Ambato.....	73
Figura 2-5:	Logotipo.....	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-2:	Estructura organizacional:	36
Gráfico 2-2:	Estructura organizacional:	37
Gráfico 1-4:	Definición y de objetivos y metas de la empresa	56
Gráfico 2-4:	Logros de los objetivos y metas propuestas en su empresa.....	57
Gráfico 3-4:	Causas por las que no se alcanzan las metas y objetivos propuestos.	58
Gráfico 4-4:	Control contable y administrativo de la empresa	59
Gráfico 5-4:	A quien le delegan el cargo de controlar a la empresa	60
Gráfico 6-4:	Servicio.....	61
Gráfico 7-4:	Importancia del resultado económico de la empresa.....	62
Gráfico 8-4:	Servicio.....	63
Gráfico 9-4:	Lugar donde va hacer ubicado.....	64
Gráfico 1-5:	Estructura de un estudio de factibilidad	65
Gráfico 2-5:	Comercializando.....	69
Gráfico 3-5:	Estructura organizacional	71

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ANEXO B: SUELDOS Y SALARIOS

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación fue realizar un Proyecto de factibilidad para la creación de una consultora financiera en la Ciudad de Ambato Provincia de Tungurahua, con la finalidad de mejorar la eficiencia financiera de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Ambato, los métodos que se utilizaron para el desarrollo del trabajo fueron: método deductivo, inductivo, analítico, entre otros, considerando un nivel de investigación descriptivo para lo cual se realizó una encuesta a los Representantes Legales de las Pymes, para determinar la factibilidad se realizó un estudio de mercado que permitió identificar la Oferta, Demanda y Demanda Insatisfecha, así como el estudio técnico para identificar la localización, tamaño, infraestructura, y un estudio económico y financiero que arrojó resultados positivos con una TIR del 22% un VAN de \$98.168 y un Beneficio – Costo de \$1,97, lo que demuestran que esta idea es rentable, es decir, produce ganancias a los inversionistas, mismos que buscan mejorar las condiciones sociales y económicas de la población que habita la ciudad de Ambato y, contar con una empresa que ofrezca un portafolio de servicios financieros, eficaces y eficientes para los clientes del sector. Se concluye que en base al estudio realizado de mercado, se determinó que la consultoría en el área financiera y administrativa es factible, esto se establece ya que existe el precedente de que en la zona de estudio no existe una institución que brinde varias opciones de servicios tanto administrativos como financieros. Se recomienda poner en marcha la propuesta planteada ya que es una buena oportunidad de inversión de esta manera crear actividades productivas que fomente el crecimiento económico.

Palabras clave: <PROYECTO DE FACTIBILIDAD>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <COMERCIALIZACIÓN>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>, <VALOR ACTUAL NETO (VAN)>, <AMBATO (CANTÓN)>.



13-02-2023

0348-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The present study was aimed to carry out a feasibility project to create a financial advisory firm in Ambato city, province of Tungurahua, with the purpose of improving the financial efficiency of small and midcap companies in Ambato city. The methods applied for the development of this study were: the deductive, inductive, analytical method, among others, considering a descriptive level of investigation for which a survey was applied to the legal representatives of these companies. To determine its feasibility, a market study was carried out to identify its supply, demand and unsatisfied demand, along with a technical study to identify the location, size, infrastructure. Also, an economic and financial study that yielded positive results with an IRR of 22%, a NPV of \$98,168 and a profit – cost of \$1.97, showing that it is a profitable idea, meaning that it generates profits for investors who seek to improve the social and economic conditions of the population in Ambato city, and create a company that offers a portfolio of effective and efficient financial services for clients around the area. It is concluded that the market study determined that financial and administrative advisory is feasible due to the precedent that in the study area there is no institution that provides both administrative and financial options. It is recommended to implement this study as it constitutes as a good investment opportunity to create productive activities that promote the economic growth in the area.

Keywords: <FEASIBILITY PROJECT>, <MARKET STUDY>, <MARKETING>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>, <NET PRESENT VALUE (VAN)>, <AMBATO (CANTON)>.



Luis Fernando Barriga Fray

0603010612

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende determinar la factibilidad de la creación de una consultora financiera y Legal en la ciudad de Ambato, que esta enfoca en brindar servicios al sector Pymes de la ciudad debido a la gran cantidad de empresas, normas y procedimientos financieros, contables, legales y tributarios que surgen.

Vemos importante la creación de una empresa de consultoría financiera con personal capacitado y actualizado en los nuevos estándares, que facilite a los administradores soluciones prácticas en sus problemas o dudas financieras, dentro de las cuales brindaremos servicio de asesorías contable, tributarias, administrativas, y demás temas que estén dentro de nuestros conocimientos.

Contar con un servicio de asesoría y consultoría de nuestro tipo es para la empresa una ventaja competitiva ya que la empresa va a tomar decisiones basadas en cifras reales y exactas en términos financieros dentro de su organización. Lo que seguramente hará que la empresa proyecte su desarrollo, así como su funcionamiento sea más dinámico y eficiente en el área administrativas y financiera.

Para determinar la factibilidad del proyecto hemos pasado por diferentes etapas de estudios organizacionales, de mercado, técnico y financiero lo cuales resumimos a continuación:

En el Capítulo I: Problema de investigación donde se planteará el diseño del problema las limitaciones y delimitaciones, el alcance de la investigación con los planteamientos de los objetivos general como específicos y la justificación del proyecto.

En el Capítulo II: En este capítulo se realizará marco teórico de la investigación es decir los aspectos más importantes para la investigación y como no los antecedentes de la investigación que son presentes proyectos ya realizados similares al que se va a realizar.

Capítulo III:

Se desarrollará el marco metodológico que es el enfoque de la investigación a nivel de toda la empresa, el diseño del mismo así la manipulación de la variable independiente y la investigación es experimental o no experimental, según la intervención de campo también es transversal o longitudinal, tipo de estudio la población y planificación y cálculo del tamaño de la muestra, y los métodos y técnicas de investigación.

Capítulo IV:

Se desarrollará el análisis e interpretación de los resultados obtenidos del capítulo III para el siguiente proyecto de investigación.

Capítulo v:

Se realizara el Estudio de mercado, Estudio administrativo, Estudio técnico, Estudio legal Estudio Económico Financiero, para determinado técnicamente el capital a invertir en el proyecto así como su estructura de financiamiento en este capítulo se procedió a desarrollar nuestro Estado de Situación Inicial, que nos da una visión panorámica de la empresa al inicio de la operación, así como las proyecciones de Ingresos y Gastos que a su vez sirvieron como base para estructurar nuestros Balances Generales, Estado de Resultados y Flujos de Caja proyectados para el horizonte del proyecto, todo este desarrollo de información nos da cifras para evaluar la rentabilidad de nuestro proyecto que fundamentado en indicadores como el VAN, TIR, Periodo de Recuperación, Punto de Equilibrio, e Índices financieros nos ayuda a cumplir con el objetivo de nuestro proyecto el cual era determinar si el proyecto era rentable o no. Al final se puede observar las conclusiones y recomendaciones finales que resultaron del desarrollo de nuestro proyecto de factibilidad

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Se ha realizado un diagnóstico en la ciudad de Ambato en donde se identifica la existencia de un limitado número de consultoras financieras que permitan a los propietarios del sector empresarial evaluar la situación económica y financiera de sus negocios, analizar sus inversiones, analizar datos para la toma de decisiones, realizar una planificación estratégica que permita un crecimiento sostenible y por ende se pueda cumplir con sus objetivos empresariales.

Se puede observar la demanda por parte de la población del servicio y asesoramiento financiero y administrativo, y más aún en estas épocas de pandemia, donde se puede identificar la presencia de un sinnúmero de emprendimientos que desconocen de la utilización de herramientas de gestión que posibilite ser una empresa competitiva y les permita posicionarse en el mercado.

Siendo Ambato uno de los cantones más grandes de Tungurahua, cuenta con 28058 empresas de las cuales son microempresas un 94.48% es decir, 26510 empresas, se observa que las pequeñas empresas alcanzan un 5,52% del tamaño en el año con un valor de 1548 empresas. (INEC, 2020).

La creación de la empresa Consultora Financiera en el cantón Ambato provincia de Tungurahua permitirá llegar con soluciones a los múltiples problemas económicos, financieros y administrativos que tiene toda empresa o negocio, entendiéndose como tal a la unidad económica operada por personas naturales y jurídicas o de hecho, formales e informales que se dedican a la producción de bienes y servicios, nuestro servicio se enfocará en brindarles la oportunidad de una asistencia seria, profesional y de calidad que facilite el poder diferenciarse de la competencia.

1.2. Limitaciones y delimitaciones

1.2.1. *Delimitación espacial*

El presente proyecto para la creación de la Empresa Consultora Financiera se realizará en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

1.2.2. *Delimitación temporal*

El presente proyecto de factibilidad de la creación de la Empresa Consultora Financiera se desarrollará en el 2020 hasta el 2025.

1.3. Problema General de Investigación

¿Cómo incide el diseño de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa consultora financiera en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua?

1.4. Problemas específicos de investigación

1.5. Objetivos

1.5.1. *Objetivo general*

Elaborar un proyecto de factibilidad mediante un estudio técnico, de mercado y financiero para la creación de una Empresa Consultora Financiera en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

1.5.2. *Objetivos específicos*

- Establecer el marco teórico que permita fundamentar la investigación del presente trabajo.
- Determinar la demanda insatisfecha a través de un estudio de mercado.
- Desarrollar un estudio técnico y la evaluación económica financiera que determine la factibilidad de la creación de la Empresa Consultora Financiera.

1.6. Justificación

1.6.1. *Justificación teórica*

La justificación teórica es indispensable para el desarrollo de la investigación puesto que, se utilizan distintas fuentes bibliográficas basadas en diferentes autores que aporten al desarrollo del marco teórico y fundamentan el desarrollo del presente trabajo de titulación.

1.6.2. *Justificación metodológica*

La metodología es fundamental para el desarrollo de una investigación, a través de la aplicación de métodos, técnicas e instrumentos se puede obtener la información necesaria, veraz y oportuna que permite identificar el problema existente en el medio en el que se va a desarrollar la investigación, adicionalmente posibilita determinar las necesidades de los consumidores.

1.6.3. *Justificación práctica*

En el cantón Ambato, provincia de Tungurahua los requerimientos de servicios de Consultoría financiera es de vital importancia, y más aún en el momento actual que vive nuestro país producto de la pandemia, se ha observado que los sectores productivos se ha visto muy afectados y que requieren de asesoría para poder enfrentar estos momentos críticos, sin embargo, también existen un sinnúmero de emprendimientos que requieren de asistencia profesional ya que desconocen la utilización de herramientas de gestión que posibilite convertirse en empresas competitivas que les faculte posicionarse en el mercado.

Con la creación de la empresa Consultora Financiera se beneficiarán los propietarios de las empresas ya constituidas y también los dueños de los diferentes negocios que están empezando su actividad económica, confiamos que con nuestro servicio las empresas consigan el éxito deseado y permita la dinamización económica del cantón Ambato.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

Según (Bedoya, 2018) El presente proyecto tiene como finalidad presentar el Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Consultoría para las Microempresas del Sector Industrial Manufacturero en la Ciudad de Palmira-Valle de Cauca con el fin de optimizar sus recursos e incrementar su nivel competitivo. A continuación, se realizará un estudio de mercado con el cual se definirán las condiciones que la empresa debe tener cuando incursione en el sector. El Estudio Técnico es donde se define su macro y micro localización, la capacidad y distribución del proyecto y los recursos necesarios para la operación. El Estudio Administrativo y Legal definirá las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta la empresa, su estructura organizativa y los costos operativos, además de todos los requisitos reglamentarios aplicables a este proyecto y el Estudio Financiero, mostrará en números la viabilidad del proyecto con el fin de determinar si es rentable llevar la iniciativa a una fase de ejecución para la creación de la Consultoría en el municipio de Palmira, se presenta las Conclusiones y Recomendaciones para que los Microempresas accede a los servicios de Consultoría.

Según (Arquímedes, 2017), El proyecto de grado que presentare a continuación se basa en un estudio de factibilidad de la creación de una empresa de Consultoría en Normas Internacionales de Información Financiera NIIF, Asesoría Contable y Tributaria para empresas grupo Pymes en el Municipio de Funza, Cundinamarca, con el propósito de lograr identificar si es viable. Con el presente trabajo pretendo determinar la importancia de brindar asesoría a la mediana y pequeña empresa, acerca de los principales efectos y beneficios financieros en E que les generaría la aplicación de la NIIF y sus efectos contables y tributarios que se verán reflejados en las cifras expresadas en sus Estados Financieros.

2.2. Referencias teóricas

2.2.1. Consultoría

La consultoría es un servicio de asesoría especializada e independiente al que recurren las empresas en diferentes industrias con el fin de encontrar soluciones a uno o más de sus problemas de negocio o necesidades empresariales, que se sustenta en la innovación, la experiencia, el conocimiento, las habilidades de los profesionales, los métodos y las herramientas. La consultoría

es un negocio apasionante, pero que requiere gran dedicación. Los consultores deben poseer habilidades blandas y especialidades técnicas, ya que interactúan con una amplia gama de clientes, proporcionando distintos servicios en diversas industrias, así como integrándose en equipos con personas de diferentes niveles y con alto grado de conocimientos. Por naturaleza, un consultor debe ser creativo, innovador, asertivo, investigador, analítico, pragmático, flexible, comunicativo, con gran capacidad para trabajar bajo presión y aprendizaje permanente, tanto en la experiencia diaria como en los temas académicos. Si te gustan los retos y tienes estas habilidades, la consultoría es para ti. (Mendez, 2017).

2.2.1.1. *Tipo de empresas de consultoría*

Como anticipé en un principio, para cada situación o naturaleza de las necesidades de la empresa, existe algún tipo de consultoría especializada en el tema. Conozcamos algunas:

- **Consultoría de negocios**

Un consultor de negocios es aquel profesional que se encarga del asesoramiento en la gestión, elaborando una estrategia para las organizaciones con la finalidad de analizar y proporcionar soluciones a los problemas administrativos.

- **Consultoría de marketing**

La consultoría de marketing crea estrategias y planes para lograr darle valor al producto y, así, poder satisfacer las necesidades de cualquier mercado con objetivo de lucro. Su forma de trabajo es identificar las potenciales técnicas que deben ser aplicadas para lograr un mejor reconocimiento de tu marca, rentabilidad y la cantidad de ventas y, de esa forma, generarle el mayor beneficio a la empresa creando una planificación estratégica para retomar el camino del éxito.

- **Consultoría de ventas**

Los consultores de ventas son especialistas que se encargan de dar asesorías a las empresas con el fin de que puedan aumentar sus ingresos optimizando los procesos comerciales de negocios.

- **Consultoría en comunicación organizacional**

Se encarga de mejorar el flujo de comunicación entre los diferentes procesos de una organización, ya sean de forma jerárquica o a niveles internos o externos de la empresa. Fomentando, de esta forma, el desarrollo organizacional en todos los niveles de la compañía.

- **Consultoría financiera**

En este tipo de consultoría, el profesional ofrece al empresario sus conocimientos para lograr una mejoría en el manejo de los recursos económicos de la compañía.

- **Consultoría de especialización**

Se encarga de generar rédito de un grupo de consumidores con intereses similares. Además, la consultoría de especialización también se basa en explorar esa parte del mercado que se encuentra poco atendida o que no le han demostrado suficiente interés, es decir, se enfoca en el nicho de mercado, el cual, ayuda a encontrar nuevas oportunidades en el mercado dentro de ese grupo diminuto e inexplorado.

- **Consultoría legal**

Es la que brinda distintos tipos de recomendaciones jurídicas a la empresa, ya sean contractuales, mercantilistas, civiles o penales. La empresa debe estar ajustada al marco legal que la regula, de lo contrario, resultaría imposible que pudiese operar. (Mendez, 2017).

2.2.1.2. *La importancia de las empresas de consultoría*

La consultoría cumple un papel importante en el desarrollo de las empresas. El consultor tiene, básicamente, la función de proporcionar mejoras en el desempeño y en la competitividad de la empresa-cliente, ya sea por medio de observaciones consistentes, investigaciones, análisis concentrados, aplicación de técnicas como por la integración de ideas creativas que interactúen antes y durante la toma de decisiones.

Todo proceso de consultoría tiene inicio, medio y fin, además de una duración variable. El inicio del esquema acontece cuando se elige la consultora o el consultor; los contactos iniciales, el relevamiento de datos sobre la empresa-cliente, la elaboración de la propuesta de trabajo acompañada del presupuesto correspondiente y el contrato formal en el caso de que exista acuerdo

entre las partes. El medio o núcleo esencial del proyecto radica en la realización del diagnóstico, en la planificación estratégica de mudanzas e implementación de acciones previamente acordadas entre el consultor y el empresario.

El proceso de consultoría en una organización es extremadamente útil, dado que las empresas precisan constantemente mejorar su desempeño, productividad, su orientación estratégica y sus planes de acción, innovando y/o agregando valor a servicios/productos, proporcionando mejoras en los procesos internos como en los más diversos aspectos.

La consultoría representa ventajas por ser una visión externa actuando sobre la empresa, permitiendo una percepción más crítica de la realidad. Las personas que ya están integradas a la funcionalidad tradicional de la empresa, sea por rutina o costumbre, dejan de percibir espacios y momentos fundamentales que, bien explorados, son los que consolidan el éxito y el crecimiento de la empresa. Esto es un asunto muy serio, los consultores generan discusiones que sirven de estímulo a los responsables de las empresas para pensar, reflexionar y encontrar soluciones conjuntas. Otra ventaja en contratar consultores es la imparcialidad de su visión. Este profesional, por su neutralidad y experiencia, procura problemas, negocia soluciones e impulsa cambios. (Iguazú, 2018).

2.2.1.3. *Características de las empresas de consultoría*

Cualquier función, área, puesto de trabajo, problema o factor puede ser objeto de múltiples trabajos de consultoría. Así, por ejemplo, si pretendemos recapitular los trabajos de consultoría cuyo ámbito ha sido el área de recursos humanos, nos encontraremos miles de trabajos diferentes sobre una misma área, y lo mismo nos ocurrirá con cualquier área diferente de la empresa.

1 Dos trabajos aparentemente idénticos tendrán diferencia sustancial.

Aunque el ámbito de los proyectos sea el mismo, los objetivos fueran también los mismos, incluso los presupuestos, al analizar los resultados finales de los trabajos encontraríamos diferencias importantes por muchos motivos: las circunstancias de las empresas son diferentes, las condiciones del ámbito de los proyectos también, la formación y la experiencia de los equipos de consultoría también son diferentes.

- **Los conocimientos y experiencia requeridos al consultor son distintos en cada proyecto.**

Cada proyecto exige una formación específica en ingeniería, finanzas, marketing... y unos conocimientos en gestión de proyectos de consultoría y cuanta más experiencia mejor.

- **Es imposible hacer una lista finita de todos los conocimientos que debe poseer un consultor de empresa.**

Un consultor debe de tener al menos una carrera adquirida por experiencia o en una facultad o escuela y acumular experiencia y haber actualizado sus conocimientos en la especialidad y en aspectos comunes de consultoría.

- **Elementos fundamentales de la formación de los consultores.**

Lo que hará excelente a un consultor será tener interiorizada una cultura de hacer el enfoque correcto en el Planteamiento, la Planificación y Programación, la Relación con el Cliente, la Gestión del proyecto y el Cierre. Un consultor con muchos conocimientos técnicos que no tenga en cuenta los aspectos anteriores no tendrá éxito en el desarrollo de un proyecto de consultoría.

- **Mejorar frente a resolver un problema.**

Realizar un trabajo de consultoría para mejorar la competitividad y sostenerla en el tiempo a largo plazo es más rentable.

- **Participación del cliente.**

Tanto la dirección como el personal directamente usuario que trabaja en el área donde se realiza el trabajo de consultoría son imprescindibles, obligatoriamente deben participar de forma activa para que el proyecto no sea un fracaso, por lo que el consultor debe asegurarse la participación en las condiciones que el proyecto lo requiera. (Iguazú, 2018)

2.2.2. Consultor

Un consultor (del latín *consultus* que significa "asesoramiento") es un profesional que provee de consejo experto en un dominio particular o área de experiencia, sea mantenimiento, contabilidad, tecnología, publicidad, legislación, diseño, recursos humanos, ventas, arte, medicina, finanzas, relaciones públicas, comunicación, aprendizaje de lenguas extranjeras, psicología u otros.

La principal función de un consultor es asesorar en las cuestiones sobre las que posee un conocimiento especializado. Los consultores también poseen una especialización dentro de su actividad, ejemplo de esto es un consultor contable, con un nivel de especialización mayor en los aspectos relacionados con la contabilidad o economía en una empresa a diferencia de un consultor comercial, que a veces pueden poseer un conocimiento general pero no necesariamente profundo en algunas áreas. (Vicente, 2019).

2.2.2.1. *Características del consultor*

- **Paciente:** Base del éxito del consultor dentro de la empresa: Se debe recordar que la paciencia es el principio de una buena relación entre el consultor y el cliente. Un cliente generalmente ya se encuentra impaciente, el consultor debe conservar la paciencia; debe permitir que la gente experimente con el consultor.
- **Objetivo:** No se debe perder en ningún momento el sentido de lo que se está haciendo. Los problemas y desacuerdos nos pueden hacer perder la visión y el objetivo de nuestra misión. Se debe siempre tener en cuenta hacia dónde va la principal contribución del consultor. Orientándose en procesos, no a funciones.
- **Independiente:** El consultor no es parte integrante de ninguno de los equipos de la organización, y puede ofrecer un punto de vista imparcial, comprometido solo con los grandes objetivos de la organización, más allá de los marcos de referencia (paradigmas) y los intereses particulares de las diferentes áreas.
- **Analítico:** La misión del consultor es identificar los límites y definirlos. Debe ver más allá de lo que se le pide. Su análisis tiene que tener en cuenta.
- **Específico:** No solamente se debe dar "que hacer", también se debe dar el cómo y el cuándo hacerlo. Debes ser cuidadoso al dar tus opiniones y juicios de valor. Definir los límites de intervención del modelo.

Generador de alternativas: El cliente espera que se le den alternativas.

- Haz preguntas específicas sobre todos los aspectos de la empresa,
 - Genera un modelo de intervención que te permita crear y proponer nuevos caminos y soluciones.
 - Utiliza tu inventiva en las entrevistas con tu cliente para obtener la información que necesitas.
- (Vicente, 2019).

2.2.3. Proyecto

2.2.3.1. ¿Qué es un proyecto?

Es un conjunto articulado y coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos siguiendo una metodología definida, para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados de forma de presupuesto, que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas prácticas establecidas, y cuya programación en el tiempo responde a un cronograma con una duración limitada. (Montealegre, 2018).

2.2.3.2. Importancia de los Proyectos

Son importantes porque se emprenden para satisfacer necesidades individuales y colectivas necesidades de quienes desean tener un negocio propio, orientadas a un fin mercantil. Los proyectos son de suma importancia porque tiene como objetivo aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal. Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios. (Inmaculada, 2018)

2.2.3.3. Tipos de Proyectos

Existen diferentes tipos de proyectos, cada uno se dirige a solucionar determinadas barreras al desarrollo, y tiene costos y beneficios específicos asociados, así:

De acuerdo con su naturaleza, los proyectos pueden ser:

- Dependientes, son los proyectos que para ser realizados requieren que se haga otra inversión.
- Independientes, son los proyectos que se pueden realizar sin depender ni afectar ni ser afectados por otro proyecto.
- Mutuamente excluyentes, son proyectos operacionales donde aceptar uno impide que no se haga el otro o lo hace innecesario. (Inmaculada, 2018).

De acuerdo al área que pertenece, los proyectos pueden catalogarse en cinco tipos básicos.

- Productivos: los que utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio o final (proyectos de producción agrícola, ganadería, forestal, etc.).
- De infraestructura económica: los que generan obras que facilitan el desarrollo de futuras actividades (v.g., caminos, canales de riego, electrificación y telefónica, etc.).
- De infraestructura social: los que se dirigen a solucionar limitantes que afectan el rendimiento de la mano de obra, tales como deficiencias en educación, salud, provisión de agua potable y para riego, telefonía, etc.
- De regulación y fortalecimiento de mercados: son los proyectos que apuntan a clarificar y normalizar las reglas de juego de los mercados o fortalecer el marco jurídico donde se desenvuelven las actividades productivas. Por ejemplo, los proyectos de saneamiento de títulos de propiedad.
- De apoyo de base: aquellos dirigidos apoyar los proyectos de las tipologías anteriores. Son proyectos de asistencia, por ejemplo, de capacitación, asistencia técnica, alfabetización, vacunación, etc., y estudios básicos para diagnóstico e identificación de proyectos. (Inmaculada, 2018).

De acuerdo al fin buscado, los proyectos pueden ser:

- 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.
- Proyecto inversión pública: en este tipo de proyecto 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 solo económica, sino también el impacto que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado en la zona de ejecución. Además, dichas mejoras son impactos indirectos del proyecto, como por ejemplo la generación de empleo, tributos o reinvertir u otros. En este caso, puede ser que un proyecto no sea económicamente rentable, pero su impacto puede ser grande, de modo que el retorno total o retorno social permita que el proyecto recupere la inversión puesta por el Estado. (Inmaculada, 2018).

Una clasificación de proyectos privados se puede establecer en función al impacto en la empresa:

- Creación de nuevas unidades de negocios o empresas: en este caso un proyecto se refiere a la creación de un nuevo producto o servicio. Estos típicos tiene flujos de ingresos y costos. Asimismo, tiene una inversión que permite iniciar la producción del nuevo bien o servicio, evaluándose la rentabilidad del producto.
- Cambios en las unidades de negocios existentes: en este tipo de proyectos no se crea ningún producto o servicio; simplemente se hace cambios en las líneas de producción. Estos cambios pueden darse ya sea cambiando maquinaria antigua por maquinaria nueva reduciendo equipos por tercerización de la producción. (Inmaculada, 2018).

En el caso de los proyectos públicos o sociales, se pueden establecer ciertas clasificaciones:

- Proyectos de infraestructura: relacionados a inversión en obras civiles de infraestructura que puede ser de uso económico (beneficiando la producción) o uso social, mejorado las condiciones de vida.
- Proyectos de fortalecimiento de capacidades sociales o gubernamentales: en este caso se trabajan diversas líneas, como por ejemplo participación ciudadana, mejorar la gestión pública, vigilancia ciudadana u otros. (Córdoba, 2019) .
- Proyecto de inversión (Inmaculada, 2018).

Es el plan prospectivo de una unidad de acción capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social. Esto implica desde el punto de vista económico, proponer la producción de algún bien o la prestación de algún servicio, con el empleo de ciertas técnicas y con miras a obtener un determinado resultado o ventaja económicas (Inmaculada, 2018)

2.2.3.4. El ciclo de un proyecto

El ciclo de un proyecto de inversión tiene tres pasos:

- La preparación o reinversión está compuesta por: la idea, el perfil, el estudio de perfectibilidad y la factibilidad.
- La inversión es la fase que se compone de la implementación del proyecto.
- La operación es la fase de administración, gerenciamiento y evaluación de las acciones. (Lara B. , 2019).

2.2.3.5. Estructura de un proyecto

Los componentes de un proyecto son tres:

- Estudio de mercado, que incluye al consumidor, competidor, proveedor y distribuidor.
- Estudio técnico, que se enfoca al tamaño, localización, proceso productivo, distribución física, estructura organizacional del proyecto.
- Estudio Financiero, (Incluye la evolución financiera, económica y social) (Viñan, Puente, Avalos, & Cordova, 2018).

2.2.4. Factibilidad

2.2.4.1. Definición

Un estudio de factibilidad es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que espera implementar. Es decir, en pocas palabras el estudio de factibilidad permite conocer si el negocio o proyecto se puede hacer o no se puede hacer, cuáles son las condiciones ideales para realizarlo y cómo podría solucionar las dificultades que se puedan presentar. (Rodriguez F. , 2018).



Figura 1-2: Factibilidad

Fuente: Google, 2022

Realizado por: Sailema, A. 2022.

2.2.4.2. Tipos de factibilidad

Al hacer un correcto estudio de factibilidad se deben considerar los siguientes tipos de factibilidad:

1. Factibilidad operativa

Por un lado, la factibilidad operativa se relaciona con el personal que tiene que realizar el proyecto. Por eso se analiza si el personal posee las competencias laborales necesarias para desarrollarlo y llevarlo a cabo.

Sobre todo, la factibilidad operativa depende de los recursos humanos que forman parte de la organización. Dado que son los que deben efectuar todas las actividades en los diferentes procesos del sistema para cumplir con los objetivos propuestos. Claramente se debe evaluar si cuentan con los requisitos necesarios para llevar a buen término el proyecto. (Rodríguez F. , 2018).

En efecto, al momento de desarrollar un proyecto o negocio se tiene que implementar un sistema. En cualquier nuevo sistema que se implemente se debe considerar lo siguiente:

- Si no es muy complicado para los trabajadores que lo van a operar.
- Observar si los trabajadores se resisten a usarlo por miedo por cualquier otra razón.
- Analizar si el personal se puede adaptar a los cambios, sobre todo si el cambio se produce de forma muy rápida.
- Evaluar si no se puede volver obsoleto de forma muy rápida y buscar planes de contingencia. (Rodríguez F. , 2018).

2. Factibilidad técnica

De la misma forma, este aspecto evalúa si la infraestructura técnica que posee la empresa puede responder de manera favorable y eficiente para desarrollar el proyecto o negocio que se tiene planeado. También se debe verificar si las personas poseen los conocimientos técnicos necesarios para poder utilizar el equipo y el software necesario. (Rodríguez F. , 2018).

3. Factibilidad económica

En cuanto a la factibilidad económica, se debe realizar un análisis exhaustivo de la relación costo beneficio del negocio o del proyecto y sopesar ambos aspectos. Si en la evaluación se observa que los costos superan a los beneficios sería mejor no desarrollarlo. Mientras que, si el beneficio supera los costos, la decisión de la implementación del proyecto se vuelve menos arriesgada, aunque no implica que no existan riesgos. (Rodríguez F. , 2018).

4. Factibilidad comercial

Ahora, en la parte comercial se determina si existe una potencial posibilidad que exista un número adecuado de clientes. Estos clientes deben estar dispuestos a consumir o utilizar los productos que el negocio o proyecto permitirá ofrecer al mercado. Además, se evalúa la logística de distribución y comercialización para saber si se adecúa a las necesidades del mercado. (Rodríguez F. , 2018).

5. Factibilidad política y legal

Claro que, en esta parte se verifica si el tipo de negocio o de proyecto por desarrollar, no atenta o incumple alguna ley o norma de carácter municipal, estatal o mundial. De lo contrario no puede implementarse porque estará en contra de las disposiciones legales y por lo tanto no resulta viable. (Rodríguez F. , 2018).

6. Factibilidad de tiempo

Por último, la factibilidad de tiempo permite conocer si el tiempo que se tiene planificado para llevar a cabo el proyecto coincide con el tiempo real que se necesita para poderlo implementar. (Rodríguez F. , 2018).



Figura 2-2: Tipos de factibilidad

Fuente: Google, 2022

Realizado por: Sailema, A. 2022.

2.2.4.3. Importancia de la factibilidad

En parte los éxitos de los proyectos dependen los estudios de factibilidad que se realicen en los diferentes periodos del proyecto; desde la etapa inicial hasta el transcurso de los años; permitiendo determinar el gasto, recursos, elementos, riesgo, entre otras cosas. Debemos reconocer que estos

escenarios que presentamos son de manera hipotética para ver la evolución de las decisiones que tomemos y como afectarían al objetivo al que queremos llegar para nuestro negocio. (Rodriguez F. , 2018).

2.2.4.4. *Estudio de factibilidad de mercado*

Cómo realizar un estudio de factibilidad de mercado

Estos son los pasos que debes de seguir para realizar un estudio de factibilidad:

1. Realiza un análisis preliminar

Comienza por esbozar tu proyecto. Deberás centrarte en una necesidad no atendida, un mercado en el que la demanda sea mayor que la oferta y si el producto o servicio tiene una ventaja clara. A continuación, hay que determinar si los factores de viabilidad son demasiado elevados para ser resueltos (Rodriguez F. , 2018).

2. Haz una proyección de los resultados

Comienza con lo que esperas que sean los ingresos del proyecto y, a continuación, qué financiación del proyecto se necesita para alcanzar ese objetivo. Esta es la base de una cuenta de resultados. Aquí hay que tener en cuenta qué servicios se necesitan y cuánto costarán, cualquier ajuste de los ingresos, como los reembolsos, etc.

3. Realiza una investigación de mercado

Este paso es clave para el éxito de tu estudio factibilidad de mercado, así que haz un análisis de mercado lo más exhaustivo posible. Los resultados te darán una imagen más clara de los ingresos y el rendimiento de la inversión que puedes esperar de forma realista. Algunas cosas a tener en cuenta son la influencia geográfica en el mercado, la demografía, el análisis de los competidores, el valor del mercado y cuál será tu cuota y si el mercado está abierto a la expansión (Rodriguez F. , 2018).

4. Planifica la organización y las operaciones del negocio

Una vez sentadas las bases de los pasos anteriores, es el momento de establecer la organización y las operaciones del proyecto previsto para cumplir con sus factores de viabilidad técnica,

operativa, económica y legal. No se trata de un esfuerzo superficial y a grandes rasgos. Debe ser exhaustivo e incluir los costos, las inversiones fijas y los costos de funcionamiento. Estos costos se refieren a aspectos como el equipamiento, los métodos de comercialización, los inmuebles, el personal, la disponibilidad de suministros, los gastos generales, etc. (Rodríguez F. , 2018) .

5. Prepara un balance del día de apertura

Esto incluye una estimación de los activos y pasivos, que debe ser lo más precisa posible. Para ello, elabora una lista que incluya los elementos, las fuentes, los costos y la financiación disponible.

7. Revisar y analizar todos los datos

Todos estos pasos son importantes, pero la revisión y el análisis son especialmente importantes para asegurarse de que todo está como debe estar y que nada requiere cambios o ajustes. Así que tómate un momento para revisar tu trabajo por última vez. Vuelve a examinar tus pasos anteriores, como la cuenta de resultados, y compárala con tus gastos y obligaciones. ¿Sigues siendo realista? Este es también el momento de pensar en el riesgo, analizarlo y gestionarlo, y elaborar cualquier plan de contingencia.

8. Toma una decisión

Ahora estás a punto de tomar una decisión sobre si el proyecto es viable o no. Parece sencillo, pero todos los pasos anteriores conducen a este momento de decisión. Un par de cosas más que hay que tener en cuenta antes de tomar esa decisión es si el compromiso merece el tiempo, el esfuerzo y el dinero, y si está alineado con los objetivos estratégicos y las aspiraciones a largo plazo. (Rodríguez F. , 2018).

2.2.5. Estudio de mercado

2.2.5.1. Definición

Un estudio de mercado es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones.

Este tipo de estudio es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de compra, región de operación, requerimientos de productos o análisis de la competencia para asegurar el buen desempeño del negocio.

Muchas empresas o dueños de pequeños negocios aún no son conscientes de la utilidad de un estudio de mercado. Este artículo te ayudará a comprender de mejor forma su utilidad y las ventajas que tiene de reducir al máximo los riesgos, permitiéndote comprender mejor el entorno de tu futura empresa y, de este modo, tomar decisiones adecuadas. (Santos, 2017).

¿Para qué hacer un estudio de mercado?

Un estudio de mercado es el proceso mediante el cual realizamos la recolección y análisis de información que sirve para identificar las características de un mercado y comprender cómo funciona. Este proceso es vital para mantenerse al día con las tendencias, las expectativas y necesidades de los clientes, los cambios en la dinámica de la industria, etc.

La importancia de hacer un estudio de mercado radica en la posibilidad de asegurar el éxito de cualquier emprendimiento, ya que el conocer el entorno en el cual se desarrollará dicho proyecto, permite a cualquiera realizar una planeación adecuada. (Santos, 2017).

2.2.5.2. Importancia de realizar un estudio de mercado

El éxito de un negocio depende de la actualización de las expectativas de los clientes mediante la realización de un auténtico estudio de mercado. Aquí hay 3 razones principales por las que debes realizar un estudio de mercado:

Comprender el potencial del mercado: Es vital para poder predecir los riesgos potenciales del negocio. Confiar en un estudio de mercado permitirá comprender mejor el alcance de las pérdidas, y búsqueda de soluciones anticipadas.

Análisis de la competencia: Un estudio de mercado puede ser una fuente confiable para obtener información y realizar un análisis de competencia. Así podrás implementar mejores estrategias de tecnología, ventas y otros factores.

Iniciar actividades de marketing organizadas: Las actividades de marketing como la campaña AdWords se pueden ejecutar sistemáticamente con estudios de mercado. Con ello las empresas

pueden lanzar campañas de marketing diseñadas específicamente para el público objetivo e impulsar las ventas. (Santos, 2017).

2.2.5.3. *Ventajas*

Ventajas de un estudio de mercado

1. Conocer las contribuciones de los empleados a la organización.
2. Recibir retroalimentación de las personas que laboran en la empresa, referente a los desafíos que enfrentan para realizar su trabajo.
3. Reforzar el buen desempeño en la empresa.
4. Promover el reconocimiento a empleados y la buena comunicación en el trabajo.
5. Motivar y crear un sentido de compromiso de los trabajadores con la compañía. (Santos, 2017).

2.2.5.4. *Tipos de estudios de mercado*

Escuchar a tu mercado y anticiparse a las expectativas de los consumidores son dos factores clave de éxito. Para ello necesita información fiable sobre los consumidores para tomar las mejores decisiones estratégicas u operativas. Llevar a cabo un estudio de mercado significa escuchar al consumidor, pero también es necesario llevar a cabo los estudios adecuados.

Existen 3 tipos de estudios de mercado que debes conocer:

6. Estudios de medición

El objetivo es disponer de datos sobre tu mercado. Por ejemplo:

- El número de compradores de un producto determinado.
- Las frecuencias de compra de tu marca y de tus competidores.
- El perfil de las diferentes categorías de clientes.
- El grado de notoriedad que tiene tu marca.

Para ser exactos, se requiere la medición más exacta posible, de ahí la necesidad de un estudio con una muestra representativa de toda la población y el mayor tamaño de muestra posible para estimar de forma fiable. Cuanta más retroalimentación exista, más precisas serán las estadísticas. El único problema es que la muestra debe multiplicarse por 4 si se quiere duplicar la precisión estadística. (Santos, 2017).

7. Estudios para entender al consumidor

El punto aquí es realizar un estudio de mercado para analizar:

- Comportamientos
- Las motivaciones del cliente

Opiniones: valoración de la marca, diagnóstico de imagen y posicionamiento, segmentación y tipología, usos y actitudes del consumidor, priorización de criterios de elección, exploración de expectativas, estudio de satisfacción.

Existen dos enfoques metodológicos para comprender al consumidor: El estudio cualitativo y cuantitativo. Aquí más de la diferencia entre el método cuantitativo y cualitativo: diferencia entre estudio de mercado cualitativo y cuantitativo. (Santos, 2017).

A) El estudio cualitativo

Puedes organizar reuniones con consumidores o hacer entrevistas individuales con el objetivo de recolectar información espontánea de los entrevistados para descubrir las razones de sus acciones y opiniones.

De este modo, se permite que las personas se expresen libremente, incluso si son "impulsadas" según la guía de la entrevista. Se pueden utilizar técnicas exploratorias como los juegos de rol y otros métodos psicológicamente relacionados para obtener todas las respuestas a las preguntas.

Puedes hacer uso también de herramientas en línea como las comunidades online y tener en un solo espacio virtual la posibilidad de hacer encuestas, moderar foros de discusión, sondeos, tableros de ideas, todo de manera online. (Santos, 2017).

B) El estudio cuantitativo

El segundo enfoque es realizar un estudio de mercado cuantitativo para responder a las otras preguntas: ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Cuánto?, ¿Cómo?...

No necesitas un tamaño de muestra tan grande, aquí de lo que se trata es de explicar los fenómenos clave de tu mercado. Basta con una encuesta de 300 a 400 personas de tu grupo objetivo principal. ¿Pero quién es tu objetivo principal?

Simplemente las personas que coinciden con el perfil del grupo objetivo que consideras prioritario para el tema que deseas analizar. Las encuestas online son sin duda una gran herramienta para llevar a cabo una investigación cuantitativa. (Santos, 2017).

3.- Estudios para la toma de decisiones

Aquí la problemática ya no es la misma, de lo que se trata es de elegir entre varias hipótesis la que tendrá el mejor rendimiento, por ejemplo:

- Seleccionar el mejor empaque
- Elegir entre varios anuncios o imágenes para una campaña publicitaria
- Determinar la mejor promoción entre varios mecanismos
- Definir el precio óptimo de un producto, etc.

Para tomar estas decisiones tácticas y operativas sobre estas variables debes identificar los factores que contribuirán al éxito de tu oferta. Por lo tanto, no requieres de un gran tamaño de muestra para realizar tu estudio de mercado, sino al contrario, sólo a aquellos que se ven afectados, por ejemplo, tus clientes o los consumidores de la competencia. (Santos, 2017).

Para llevar a cabo estos diferentes tipos de estudio de mercado, son posibles varios enfoques metodológicos:

- Encuesta telefónica
- Entrevista cara a cara
- Encuestas por internet, de manera online o encuestas offline

2.2.5.5. Métodos para realizar un estudio de mercado

Existen diversos métodos para llevar a cabo un estudio de mercado. No todos los métodos son apropiados para tu situación o negocio. Una vez que hayas revisado la lista identificada las opciones más relevantes, pasa tiempo informándote más de tu selección.

Considera tus objetivos, los datos que necesitas, las ventajas y desventajas de cada método, los costos de investigación y los costos de análisis de los resultados.

Sigue leyendo y decide cuál es el que mejor se adapta a tu próximo proyecto de investigación. (Santos, 2017).

Investigación cuantitativa de mercados

La investigación cuantitativa es un método para recolectar información del mercado objetivo a través de fuentes tales como encuestas, sondeos y cuestionarios.

Los datos cuantitativos pueden ser analizados para la segmentación demográfica y geográfica, la creación de hojas de ruta de productos, la mejora de los productos y servicios existentes, el análisis de precios, etc. (Santos, 2017).

La ejecución de un estudio cuantitativo comienza con la preparación del estudio, la determinación de la muestra de encuestados y la redacción del cuestionario.

Después de eso, es necesario distribuir el cuestionario y luego recoger y analizar los resultados.

Encuestas

Las encuestas y sondeos son los métodos de estudio de mercado más populares, especialmente en situaciones en las que se debe realizar una investigación cuantitativa y un análisis de la información recopilada.

Las encuestas han pasado de ser una herramienta para obtener información sobre las experiencias gastronómicas de los visitantes, a ser implementadas ahora de manera online para comprender el comportamiento de los encuestados.

Las preguntas formuladas en las encuestas pueden extremadamente específicas y no se limitan a respuestas explicativas.

Las encuestas son ideales para un mayor tamaño de la población y donde las organizaciones tienen recursos tales como tiempo y dinero para realizar encuestas a gran escala.

Puedes realizar una encuesta de mercado para medir la satisfacción del cliente y de los empleados, comprender el comportamiento del cliente, explorar el impacto de los cambios de precios en el mercado y otras características similares del mercado. (Santos, 2017).

Investigación cualitativa de mercados

Se trata de una técnica de estudio de mercado basado en la conversación en la que se implementan medios como grupos focales, entrevistas en línea, observación, etc., para evaluar la lealtad y comparabilidad de la marca, análisis de precios para diversos productos y otros factores similares. Todos estos medios han filtrado muestras de 6 a 10 personas de la audiencia objetivo. (Santos, 2017).

Encuentra aquí más detalles de la investigación cualitativa y decide si es el método de estudio de mercado que te gustaría implementar.

El objetivo es comprender el comportamiento, las motivaciones y las características de los clientes en relación con la compra de un producto o servicio.

La información obtenida de los estudios de mercado cualitativos suele utilizarse para complementar los resultados de los estudios de mercado cuantitativos. (Santos, 2017).

Entrevistas

Se trata también de técnicas cualitativas de recopilación de datos, en las que se realizan entrevistas individuales, ya sea cara a cara o en línea.

El entrevistador tiene un conjunto de preguntas de investigación cualitativa preparadas para comprender mejor las preferencias y opiniones del entrevistado.

Las entrevistas promueven una comunicación clara y precisa, lo que la convierte en una herramienta ideal para las preguntas abiertas. Además, las entrevistas permiten al entrevistador ir más allá de las respuestas e investigar más profundamente. No obstante, las entrevistas pueden resultar rápidamente costosas y llevar mucho tiempo. Quienes opten por este método tendrán que averiguar cómo asignar sus recursos de manera eficiente. También debes evitar las preguntas capciosas, o simplemente las preguntas pobres, que conducen a resultados innecesarios.

Te compartimos algunos tipos de entrevistas para una investigación que te ayudarán si te decides a utilizar este método para tu próximo estudio de mercado. (Santos, 2017).

Observación

En este método cualitativo de recolección de datos, un investigador de mercado observa las reacciones de los usuarios y el comportamiento real cuando experimentan algo nuevo. Es una técnica contraria a otros métodos de autoevaluación.

Un estudio observacional se adapta perfectamente al sector de la venta al por menor, donde el investigador puede observar el comportamiento de los compradores según el día de la semana, la temporada, los posibles descuentos y otras variables. Sin embargo, la investigación observacional puede consumir mucho tiempo y los investigadores no tienen control sobre los entornos que estudian. (Santos, 2017).

Observación directa.

Ir a hablar con productores especializados en productos ecológicos y sostenibles, entrar a tiendas y supermercados para observar cómo se comportan los clientes con estos productos

Entrevistas y encuestas.

¿Por qué no organizar una mesa redonda con los consumidores de este tipo de productos que expliquen directamente qué necesidad no está actualmente cubierta en este mercado? ¿Y por qué no utilizar una encuesta a los consumidores en general para averiguar qué producto eco sostenible los acercaría a este mercado?

Análisis de la competencia.

¿Quiénes serían tus competidores más directos (ya sea como empresa productora de productos en general o como productores especializados)? Localízalos y analízalos para averiguar qué es lo que hacen bien, y lo más importante, qué es lo que hacen mal y qué es lo que podrías hacer mejor.

Determinar el objetivo. Una vez que se tienen todos los datos anteriores, es el momento de tomar una decisión: ¿qué productos serían los ideales para tu público objetivo?

2.2.5.6. *Estudio de mercado*

1. ¿Cuál es el objetivo del estudio de mercado?

El análisis de mercado es importante para un negocio en más de una forma. Puede ser útil conocer los riesgos involucrados, entender si un nuevo producto traerá ganancias o no, crear estrategias de marketing exitosas, etc. El objetivo del estudio de mercado debe estar bien establecido antes de pasar a cualquiera de las otras etapas del análisis de mercado.

Los estudios de mercado se llevan a cabo principalmente sobre la base del objetivo y esto puede conducir a la adquisición de datos fiables sobre el negocio. (Santos, 2017).

2. ¿Cuál es el público objetivo?

Tener un nicho de audiencia objetivo ayuda a que los resultados puedan estar enfocados a desarrollar productos y servicios o hacer mejoras de acuerdo a los requerimientos de este mercado objetivo.

Te recomiendo leer este artículo sobre cómo descubrir las necesidades de tu público objetivo. (Santos, 2017).

3. Recopilar información para el análisis de mercado

Este es un paso importante del análisis de mercado porque los datos son la base de la investigación. Después de finalizar el objetivo y la audiencia objetivo, una organización puede enviar encuestas, sondeos, realizar entrevistas o actividades de grupos focales para recabar opiniones y retroalimentación de sus clientes. (Santos, 2017).

4. Analizar la información recopilada

El análisis de los datos recibidos es importante para establecer múltiples aspectos del negocio.

2.2.6. El estudio técnico

2.2.6.1. Definición

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Vásquez, 2018).

2.2.6.2. Localización del proyecto

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos Identificación y descripción del proceso Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios). (Vásquez, 2018).

2.2.6.3. Determinación del tamaño óptimo de la planta

Se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (Vásquez, 2018).

2.2.6.4. Ingeniería del proyecto

Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. En síntesis, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. (Vásquez, 2018).

2.2.6.5. *Organización de la organización humana y jurídica*

Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa. Además, la empresa, en caso de no estar constituida legalmente, deberá conformarse de acuerdo al interés de los socios, respetando el marco legal vigente en sus diferentes índoles: fiscal, sanitario, civil, ambiental, social, laboral y municipal.

Por su parte, Sapag & Detallan la estructura del estudio técnico en la evaluación de proyectos de la siguiente manera:

2.2.6.6. *Proceso de producción*

El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación óptima de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, entre otros.) Se define también como un conjunto secuencial de operaciones unitarias aplicadas a la transformación de materias primas en productos aptos para el consumo, es decir, es el conjunto de equipos que realizan todas las operaciones unitarias necesarias para conseguir dicha transformación.

2.2.6.7. *Capacidad de producción*

Máximo nivel de producción que puede ofrecer una estructura económica determinada: desde una nación hasta una empresa, una máquina o una persona. La capacidad de producción indica qué dimensión debe adoptar la estructura económica, pues si la capacidad es mucho mayor que la producción real estaremos desperdiciando recursos. Lo ideal es que la estructura permita tener una capacidad productiva flexible (minimizando costos fijos e incrementando los variables), que nos permita adaptarnos a variaciones de los niveles de producción. Esto se puede conseguir con herramientas como la subcontratación.

2.2.6.8. *Inversiones en equipamiento*

Por inversión en equipamiento se entenderán todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. En este caso estamos hablando de maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general.

2.2.6.9. *Localización*

La actividad industrial se desarrolla habitualmente dentro de una planta industrial. La fase de localización persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, la interacción con otras posibles plantas, etc. En el caso de una construcción nueva, el sitio puede estar impuesto desde el principio del proyecto (es una constante) o depende de los primeros estudios técnicos (es una variable). En cualquier caso, la elección del sitio debe efectuarse lo más tarde después de la fase de validación del anteproyecto.

2.2.6.10. *Distribución de planta*

La producción es el resultado de hombres, materiales y maquinaria, que deben constituir un sistema ordenado que permita la maximización de beneficios, pero dicha interacción debe tener un soporte físico donde poder realizarse. La distribución en planta es el fundamento de la industria, determina la eficiencia, y en algunos casos, la supervivencia de una empresa. Así, un equipo costoso, un máximo de ventas y un producto bien diseñado, pueden ser sacrificados por una deficiente distribución de planta.

La distribución en planta implica la ordenación física de los elementos industriales. Esta ordenación, ya practicada o en proyecto, incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, como todas las otras actividades o servicios, incluido mantenimiento.

2.2.6.11. *Inversión en obras físicas*

En relación con las obras físicas, las inversiones incluyen desde la construcción o remodelación de edificios, oficinas o salas de venta, hasta la construcción de caminos, cercos o estos accionamientos. Para cuantificar estas inversiones es posible utilizar estimaciones aproximadas de costos (por ejemplo, el costo del metro cuadrado de construcción) si el estudio se hace en nivel de perfectibilidad. Sin embargo, en nivel de factibilidad la información debe perfeccionarse mediante estudios complementarios de ingeniería que permitan una apreciación exacta de las necesidades de recursos financieros en las inversiones del proyecto. (Vásquez, 2018).

2.2.6.12. *Cálculo de costos de producción*

Se refiere a las erogaciones o gastos en que se incurre para producir un bien o un servicio, en donde se incluyen los siguientes costos:

- Costos directos de producción: materias primas, mano de obra directa.
- Costos indirectos: depreciación, mano de obra indirecta, insumos o materiales menores. (Vásquez, 2018).

2.2.7. *Estudio administrativo*

Un Estudio Administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa. Estas herramientas son los llamados manuales administrativos, entre los que se pueden mencionar, sin desestimar a otros, los más importantes como:

1. Manual de organización
1. Manual de funciones
2. Manual de Procedimientos
3. Manual de administración ambiental

Se presenta una breve reseña de los orígenes de la empresa y un esquema tentativo de la organización que se considera necesaria para el adecuado funcionamiento administrativo del proyecto. Se plasman los objetivos de la empresa, así como sus principales accionistas. (Vásquez, 2018)

2.2.7.1. *Organización de la empresa*

Se debe de presentar un organigrama de la institución, donde se muestre su estructura, dirección y control de funciones para el correcto funcionamiento de la entidad. Los puestos creados deberán de contar con sus respectivos perfiles y análisis de puestos, para así evitar confusiones en las tareas asignadas a cada individuo, así como detallar la responsabilidad de cada uno de los puestos. (Arguello, 2020).

2.2.7.2. *Aspecto legal.*

Se tienen que investigar todas las leyes que tengan injerencia directa o indirecta en la diaria operación de la empresa, ya sea la Ley del Trabajo, la Ley del Impuesto Sobre la Renta y demás leyes que pudieran afectar su operación. (Arguello, 2020).

2.2.7.3. *Marco legal.*

Dentro de cualquier actividad en la que se quiera participar existen ciertas normas que se deben de seguir para poder operar, las que son obligatorias y equitativas. Entre las principales se encuentran las siguientes:

1. **Mercado:** Legislación sanitaria, Contratos con proveedores y clientes, Transporte del producto.
2. **Localización:** Títulos de los bienes raíces, Contaminación ambiental, Apoyos fiscales, Trámites diversos.
3. **Estudio técnico:** Transferencia de tecnología, Marcas y patentes, Aranceles y permisos.
4. **Administración y organización:** Contratación de personal, Prestaciones a los trabajadores, Seguridad industrial.
5. **Aspecto financiero y contable:** Impuestos y Financiamiento.
6. **Aspecto ecológico:** Reglamentos en cuanto a la prevención y control de la contaminación del agua, del aire y en materia de impacto ambiental. (Arguello, 2020).

2.2.7.4. *Visión*

este representa el propósito estratégico, la proyección de las expectativas de la organización sobre lo que quiere ser y hacer, sobre la naturaleza de la organización, su política general o filosofía que le permitirá en el futuro sobrellevar a cabo sus actividades, tener oportunidades y descartar amenazas. (Arguello, 2020).

2.2.7.5. *Misión*

Representa lo que en concreto se quiere ser y hacer, en que consiste la actividad del proyecto, porque existe, a quien le sirve y los principios y valores en el que intenta funcionar. (Arguello, 2020).

2.2.7.6. *Valores*

Según (Arguello, 2020) “los valores no son cosas ni elementos de cosas, sino propiedades, cualidades sui generis, con una ordenación jerárquica que los clasifica en superiores e inferiores. Se consideran existencialmente apreciados y sentidos de acuerdo con principios éticos, antropológicos y pedagógicos.

2.2.8. *Estructura organizacional*

2.2.8.1. *Definición*

La estructura organizacional es la forma cómo se asignan las funciones y responsabilidades que tiene que cumplir cada miembro dentro de una empresa para alcanzar los objetivos propuestos. De manera que, la estructura organizacional representa la forma en la que se organiza el trabajo dentro de una empresa. También se establece el modo de comunicación y de coordinación que se entabla entre cada puesto para llevar a buen término las tareas. En efecto, debido al alto grado de competencia las empresas buscan mejorar y volver más eficientes sus procesos productivos, sus procesos administrativos y su estructura organizacional. (Arguello, 2020).

2.2.8.2. *¿Para qué se diseña una estructura organizacional?*

Cuando una empresa realiza su estructura organizacional persigue alcanzar lo siguiente:

1. Determinar los distintos departamentos y áreas de funcionamiento que integran la organización.
2. Crear el sistema jerárquico entre los diferentes puestos de trabajo y áreas de responsabilidad.
3. Delinear los perfiles de puestos para definir las tareas y responsabilidades de cada miembro de la organización.

Sin duda, todo esto facilita que se dé una correcta división de tareas, las cuáles se desarrollan con eficiencia y esto permite evitar el surgimiento de confusiones y de conflictos. (Arguello, 2020).



Figura 3-2: Estructura organizacional

Fuente: Google, 2022.

Realizado por: Sailema, A. 2022.

2.2.8.3. Tipos de estructura organizacional

Entre los modelos de estructura organizacional más comunes que una empresa puede aplicar, tenemos los siguientes:

1. Lineal

Sobre todo, la estructura lineal se basa fundamentalmente en los niveles de autoridad y se maneja un sistema de decisión centralizada. Esta se estructura de forma piramidal, mientras más alta es la jerarquía disminuyen los puestos, pero aumenta en cada cargo el número de responsabilidades. (Arguello, 2020).

2. Horizontal

Mientras que, en esta estructura existen pocos mandos medios de autoridad, por lo que las personas que ocupan los niveles más altos de autoridad entran en contacto directo con todos los trabajadores de primera línea. (Arguello, 2020).

3. Funcional

En cambio, el sistema funcional agrupa y ordena a las personas que ocupan puestos similares dentro de la empresa. Se basa fundamentalmente en las tareas que tiene que desarrollar cada jefe y su grupo de trabajo. (Arguello, 2020).

No obstante, todos los empleados dependen de un supervisor y cada equipo de trabajo se organiza en departamentos especializados. Por ejemplo, departamento de marketing, de ventas, de producción, de contabilidad, entre algunos que se pueden mencionar. (Arguello, 2020).

4. Divisional

Por otra parte, el sistema divisional organiza a los trabajadores por un tipo de producto o de servicio específico que se ofrece al mercado. Cada grupo de trabajo es responsable del flujo de tareas en esa división en particular. (Arguello, 2020).

5. Matricial

Del mismo modo, en el sistema matricial la organización divide el esquema de trabajo tanto por cada área de funciones como por los tipos de proyecto que se desarrollan. Funciona como una matriz en la que cada empleado reporta a dos jefes inmediatos; un supervisor de proyecto y un supervisor de funciones. (Arguello, 2020).

6. Central

Finalmente, la estructura central se usa más en empresas que son muy grandes y por lo tanto su forma de trabajo es más compleja. Por eso cada empleado debe responder a muchos supervisores que se encuentran en diferentes áreas o en diferentes localizaciones. (Arguello, 2020).



Figura 4-2: Tipos de estructura organizacional

Fuente: Google, 2022.

Realizado por: Sailema, A. 2022.

2.2.8.4. *Importancia de una estructura organizacional*

La importancia de una estructura organizacional reside principalmente en los siguientes puntos:

1. Brinda un orden a la empresa y le permite seguir una determinada dirección.
2. Permite diferenciar tareas por áreas o departamentos y asignar a los profesionales (directivos o gerentes) que serán responsables de cada segmento.
3. Permite que los trabajadores sepan dónde se ubica su área dentro de la empresa y quiénes son sus superiores.
4. Es un vehículo para identificar si es necesario contratar más personal para alguna área o tarea en particular.
5. Al delimitar responsabilidades, permite que un gerente sepa qué tareas corresponden a otro directivo y así no interferir con la labor de este último.
6. Permite identificar las líneas de comunicación que deben establecerse entre los departamentos de la empresa, por ejemplo, planificación financiera y contabilidad. (Arguello, 2020).

2.2.8.5. *Ejemplo de estructura organizacional*

Veamos algunos ejemplos de estructura organizacional:



Gráfico 1-2: Estructura organizacional:

Realizado por: Sailema, A. 2022.

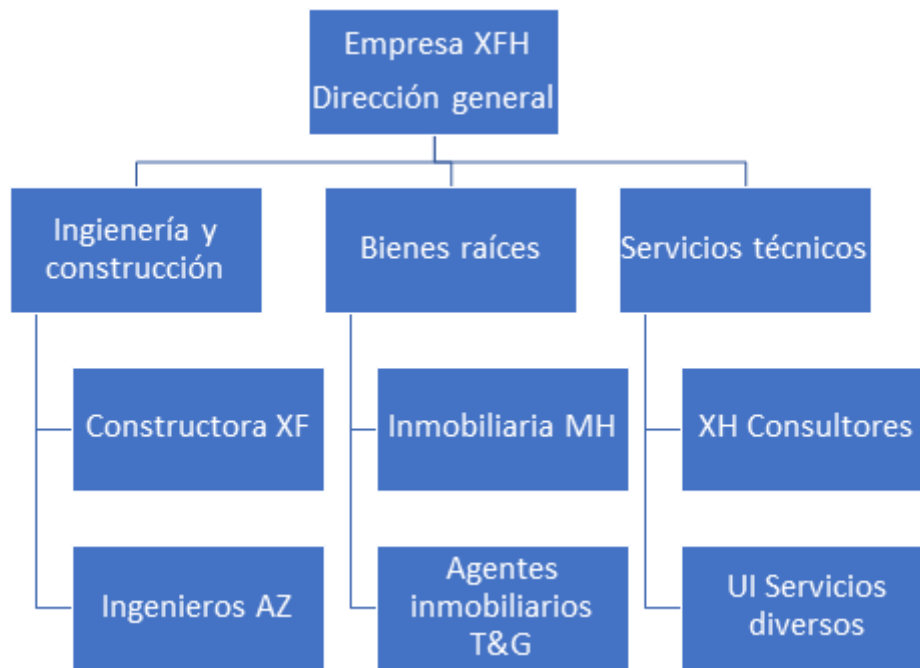


Gráfico 2-2: Estructura organizacional:

Realizado por: Sailema, A. 2022.

Para terminar, podemos concluir que toda empresa que cuenta con una buena estructura organizacional tiene más probabilidades de obtener buenos resultados. Primero puede determinar la cantidad de recursos humanos que necesita para desarrollar sus funciones, sabe quién es el responsable de cada proceso de trabajo y puede delimitar claramente las responsabilidades de cada miembro del equipo. Todo esto en conjunto le permite un desempeño mejor y más eficiente. (Estela, 2019).

2.2.9. Estructura legal

2.2.9.1. Constitución de la empresa

Paso a paso como se constituye una empresa

Como toda formalidad legal, la constitución de una empresa debe cumplir con una serie de requisitos. A continuación, resumimos los principales (Estela, 2019).

a. Nombre para la sociedad

Las sociedades o empresas individuales son personas jurídicas. En consecuencia, requieren contar con una denominación o razón social. No debe utilizarse una denominación ya existente o similar.

Luego de elegir el nombre respectivo, debe verificarse en las oficinas de Registros Públicos que ese nombre no haya sido inscrito con anterioridad. (Estela, 2019).

b. Capital social

El capital social de la sociedad o de la empresa individual es el aporte o inversión que realizan los socios (accionistas) o el propietario. Previamente, los futuros socios deben haber sido identificados y estar de acuerdo con la constitución de la empresa y con su obligación de aportar al capital social. (Estela, 2019).

Existe un monto mínimo para la constitución de la sociedad, que puede ser aportado en efectivo o en bienes. Si se opta por el aporte en efectivo, se deberá depositar en una cuenta de cualquier agencia bancaria que opere en el país. (Estela, 2019).

c. Minuta de Constitución

Los socios suscribirán una Minuta de Constitución que deberá estar debidamente refrendada por un abogado colegiado en el Perú y que debe incluir la siguiente documentación:

1. Estatutos.
2. Designación de representantes (entre ellos el legal).
3. Duración de los cargos. (Estela, 2019).

d. Escritura Pública

Una vez que se cuenta con la minuta, esta se eleva a Escritura Pública ante notario por medio de un escrito firmado por un abogado. Con ello el notario garantiza que ese documento salió de la esfera de las dos partes y puede ser de conocimiento público. (Estela, 2019).

e. Inscripción en Registros Públicos

Luego de que la Escritura Pública haya sido suscrita por los socios o por el único propietario, el notario público inscribe la sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) correspondiente al lugar donde se constituya la empresa. (Estela, 2019).

f. Obtención del Registro Único del Contribuyente

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Surat) es el órgano que administra los tributos en el Perú, pero también tiene entre sus funciones la de registrar a los contribuyentes, otorgándoles para ello el certificado que acredite su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC). Su obtención es completamente gratuita en cualquier parte del Perú, y se tramita siempre ante la Surat. Para ello es necesario presentar:

1. Testimonio de Constitución Social, debidamente inscrito ante el Registro correspondiente.
2. Recibo de agua o luz del domicilio fiscal.
3. Formato de inscripción del RUC en la Surat.
4. Documento de (Estela, 2019).

g. Licencia Municipal de Funcionamiento

Es la autorización para desarrollar una determinada actividad comercial en un local determinado, y se solicita ante la Municipalidad a la que pertenece el domicilio legal de la sociedad. (Estela, 2019)

2.2.9.2. Patente

Una patente es un derecho exclusivo que se concede sobre una invención. En términos generales, una patente faculta a su titular a decidir si la invención puede ser utilizada por terceros y, en ese caso, de qué forma. Como contrapartida de ese derecho, en el documento de patente publicado, el titular de la patente pone a disposición del público la información técnica relativa a la invención. (Estela, 2019).

¿Qué tipo de protección ofrece una patente?

En principio, el titular de la patente goza del derecho exclusivo a impedir que la invención patentada sea explotada comercialmente por terceros. La protección por patente significa que una invención no se puede producir, usar, distribuir con fines comerciales, ni tampoco vender, sin que medie el consentimiento del titular de la patente. (Estela, 2019).

¿Una patente es válida en todo el mundo?

Las patentes son derechos territoriales. Por lo general, los derechos exclusivos correspondientes solos tienen validez en el país o la región en los que se ha presentado la solicitud y se ha concedido la patente, de conformidad con la normativa de ese país o esa región. (Estela, 2019).

¿Cuánto dura el plazo de protección de una patente?

La protección se concede por un período limitado, que suele ser de 20 años a partir de la fecha de presentación de la solicitud. (Estela, 2019).

2.2.9.3. SRI

Definición

El Servicio de Rentas Internas nació el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, como respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria. Desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria. En 2020 el SRI se constituyó en la primera institución ganadora del Premio Ecuatoriano de Calidad y Excelencia en el Servicio Público, consolidándose como un referente nacional en calidad, eficiencia y liderazgo. (Estela, 2019).



Figura 5-2: Filosofía institucional

Fuente: Google, 2022.

Realizado por: Sailema, A. 2022.

2.2.10. Estudio financiero y económico

2.2.10.1. Definición

Es un tipo de análisis contable que se realiza en los elementos financieros de una empresa (activos, costos, ingresos, gastos) con la finalidad de evaluar su situación económica actual y aplicar medidas correctivas si los resultados son negativos. Esta interpretación de la información contable debe realizarse por un experto en economía o contabilidad, que pueda descifrar cómo se visualiza la estabilidad económica de la empresa a mediano y largo plazo. (Estupiñan, 2020).

2.2.10.2. Objetivos del análisis financiero

Si quieres conocer más sobre qué es un análisis financiero y para qué sirve, debes leer sus objetivos a continuación. Los agentes que se encargan de descifrar el resultado de los estados financieros de una empresa son los que toman las decisiones más acertadas según el pronóstico de la organización. Lo que significa que, según el resultado obtenido en el análisis financiero, se decidirá qué hacer con el rumbo financiero de la empresa, para evitar pérdidas o el quiebre de la misma. (Estupiñan, 2020).

Existen dos tipos de agentes, los internos y los externos. Los primeros, velan por corregir desequilibrios económicos en la organización, y por la prevención de riesgos futuros. En cambio, los segundos, evalúan la situación financiera de la empresa para determinar su rumbo futuro, principalmente frente a inversionistas, quienes se interesan por este medidor económico. (Estupiñan, 2020).

2.2.10.3. ¿Cómo hacer un análisis financiero?

La elaboración de qué es un análisis financiero y para qué sirve, amerita contar con la información financiera del período a evaluar: indicadores financieros, ratios y toda la información relacionada. Pero, también existen algunos conceptos que debes tener en cuenta antes de hacer tu propio análisis financiero, y te los presentamos a continuación. (Estupiñan, 2020).

2.2.10.4. Rentabilidad

Aquí se evalúan los ingresos, costos, gastos, activos, entre otros, con la finalidad de verificar tanto la calidad y la proyección de la empresa, como su calidad y composición; sin olvidar también su valor. (Estupiñan, 2020).

2.2.10.5. *Liquidez*

Para verificar las variables que afectan su pago de deudas a corto plazo: activos circulantes, rotación, período de maduración, entre otros. (Estupiñan, 2020).

2.2.10.6. *Solvencia*

Se determina su capacidad de cumplir propósitos a largo plazo: inversión y pago de deudas. Aquí se evalúan fuentes de financiamiento, el patrimonio y pasivos a largo plazo. Con esta descripción de términos, objetivos y definición de qué es un análisis financiero y para qué sirve, podrás verificar la información económica de tu empresa en un período determinado. Aunque lo mejor es optar por un experto, o estudiar un poco más esta área contable y así tener mayor conocimiento y práctica sobre su elaboración. (Estupiñan, 2020).

2.2.10.7. *Amortizaciones*

La amortización económica es el valor contable que refleja la depreciación que sufren los activos de la empresa. Es normal que los equipos informáticos y otros materiales vayan perdiendo valor con el paso del tiempo. Para reflejar una imagen fidedigna del patrimonio se necesita restarle esta pérdida de valor de sus activos. (Estupiñan, 2020).

2.2.10.8. *Balance de situación*

El balance de situación es un documento contable que refleja el estado económico y financiero de la empresa en un momento concreto. En él se reflejan de forma ordenada todos los elementos del activo o inversiones y todos los elementos del pasivo o financiación. Es prácticamente igual al Balance inicial nombrado en apartados anteriores; con la diferencia de que el Balance de situación se puede realizar en cualquier momento durante la actividad de la empresa. (Estupiñan, 2020).

2.2.11. *Evaluación económica*

Al igual que la evaluación financiera, su objetivo es de lucro de tipo empresarial y su propósito consiste en medir la eficiencia de la inversión involucrada de un proyecto. Es decir, incluye tanto la eficiencia de los recursos propios (capital social) como de los recursos obtenidos de créditos o préstamos. Se hablará de evaluación económica cuando: Además de calcular la evaluación

financiera, se considera que es conveniente preparar un análisis de rentabilidad no sólo del capital social, sino de la inversión total (capital social más préstamos). (Mokate, 2018).

2.2.11.1. *Decisiones de inversión*

Las decisiones de inversión dentro de la empresa se materializan en la estructura económica (activo), que representa el empleo de fondos en bienes y derechos. Estas inversiones se pueden dividir en dos grupos, en activos fijos y en circulantes, en función de cual sea su horizonte temporal (Mokate, 2018).

2.2.11.2. *Riesgos de liquidez*

El riesgo de no tener la capacidad de liquidar una inversión convenientemente y a un precio razonable se denomina riesgo de liquidez. Por lo general, uno puede vender un instrumento de inversión simplemente reduciendo su precio de manera significativa. No obstante, para ser líquida, una inversión de venderse fácilmente a un precio razonable. Por ejemplo, un título adquirido recientemente en 1,000 dólares no sería considerado muy líquido si pudiera venderse rápidamente sólo a un precio bastante reducido, como 500 dólares. (Mokate, 2018).

2.2.11.3. *Riesgos de mercado*

El riesgo de mercado es el riesgo de que los rendimientos de inversión disminuyan debido a factores de mercado independientes de una inversión determinada. Como ejemplos están los acontecimientos políticos, económicos y sociales, así como los cambios en los gustos y las preferencias de los inversionistas. El riesgo de mercado incluye, de hecho, diversos riesgos: el riesgo del poder adquisitivo, el riesgo de la tasa de interés y el riesgo fiscal. (Mokate, 2018).

2.2.11.4. *Los Estados financieros*

Los estados financieros o estados contables los podemos definir como un registro formal de las actividades financieras de una empresa, persona o entidad. En el caso de una empresa, los estados financieros básicos son toda la información financiera pertinente, presentada de una manera estructurada y en una forma fácil de entender. Los estados financieros son informes financieros utilizados por las organizaciones para informar acerca de la situación económica y financiera de éstas, además de aquellos cambios experimentados en un periodo determinado. Son de gran utilidad para los propietarios de las empresas, los directivos, accionistas, acreedores, etc. (Mokate, 2018)

Empezaremos esta clase revisando el significado y la funcionalidad de cada uno de los estados financieros. Los Estados Financieros “Los estados financieros de propósito general respecto de su elaboración, contenido, anotaciones sobre rubros en particular, presentación a los usuarios de la información financiera, son responsabilidad de los profesionales en ciencias económicas y administrativas de la empresa o negocio”, así lo disponía el artículo 19 del decreto 2649 de 1993, normas de contabilidad generalmente aceptadas. De acuerdo a lo señalado en el Marco Conceptual de las normas internacionales, se considera que la mejor forma de perseguir la armonización más amplia en la presentación de la información financiera es centrando los esfuerzos en los estados financieros que se preparan con el propósito de suministrar información útil para la toma de decisiones económicas, y que los estados financieros preparados para tal propósito atienden las necesidades comunes de la mayoría de los usuarios. (Mokate, 2018).

2.2.11.5. Principales estados financieros

- Balance General
- Estado de resultados
- Estado de flujo de efectivo
- El Estado de Cambios en el Patrimonio
- Van
- Tir

El Balance General

A través del balance general (ahora Estado de Situación Financiera bajo normas internacionales) los usuarios de la información contable mediante este estado financiero logran conocer del ente económico o empresa sus bienes y derechos apreciables en dinero, así como sus obligaciones o pasivos y el valor del patrimonio. (Mokate, 2018).

- **El Estado de Resultados**

Bajo el contexto de las normas internacionales, El estado de resultados integrales contiene de la misma manera los conceptos relacionados con los ingresos y gastos del periodo de la entidad adicionando los componentes de otro resultado integral también denominado Other Comprehensive Income – OCI, que es una partida que hace parte del patrimonio, también se conoce como ingresos gastos no realizados. Mediante este estado financiero los usuarios de la

información contable logran conocer del ente económico o empresa hechos económicos directamente relacionados con su objeto. (Mokate, 2018)

- **El Estado de Cambios en el Patrimonio**

Bajo el contexto de las normas internacionales, “El estado de cambios en el patrimonio presenta el resultado del periodo sobre el que se informa de una entidad, las partidas de ingresos y gastos reconocidas en el otro resultado integral para el periodo, los efectos de los cambios en políticas contables y las correcciones de errores reconocidos en el periodo, y los importes de las inversiones hechas, y los dividendos y otras distribuciones recibidas, durante el periodo por los inversores en patrimonio”. (Mokate, 2018)

- **El Estado de Flujos de Efectivo**

De acuerdo a las normas internacionales, el estado de flujos de efectivo es un estado financiero, que proporciona a los inversionistas y en general a los interesados información adicional para evaluar la solvencia y liquidez de la empresa. Mediante este estado financiero se detalla las fuentes y usos del efectivo de un periodo a otro, como en los casos anteriores se revelan tres actividades específicas de la empresa. El estado de flujos de efectivo debe presentar un detalle del efectivo recibido o pagado a lo largo del período, clasificado por actividades de:

- Operación, o sea, aquellas que afectan el estado de resultados.
- Inversión de recursos, esto es, los cambios de los activos diferentes de los operacionales.
- Financiación de recursos, es decir, los cambios en los pasivos y en el patrimonio diferente de las partidas operacionales. (Mokate, 2018)

VAN

$$VAN = \sum_{n=0}^N \frac{I_n - E_n}{(1 + i)^n}$$

(Valor Actual Neto o Valor Presente Neto) son términos que proceden de la expresión inglesa Net present value. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español.

Es un indicador financiero que mide los flujos de los ingresos y egresos futuros que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, queda una ganancia.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros (ingresos menos egresos). El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado.

La tasa de interés con la que se descuenta el flujo neto proyectado es la tasa de oportunidad, rendimiento o rentabilidad mínima esperada, por lo tanto, cuando la inversión resulta mayor que el BNA (beneficio neto actualizado), es decir un VAN negativo, es porque no se ha satisfecho dicha tasa. Cuando el BNA es igual a la inversión (VAN igual a cero) es porque se ha cumplido dicha tasa, y cuando el BNA es mayor que la inversión (VAN positivo), es porque se ha cumplido con dicha tasa y, además, se ha generado un beneficio adicional. (Mokate, 2018).

TIR

Tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad, de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) de una inversión sea igual a cero ($VAN = 0$). Recordemos que el VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente (valor actual), aplicando una tasa de descuento. Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor (tasa de descuento), y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor. Si la TIR es igual a la tasa de descuento, el inversionista es indiferente entre realizar la inversión o no. Si la TIR es menor a la tasa de descuento, el proyecto debe rechazarse. (Mokate, 2018).

PRI

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. (Váquiro, 2019).

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones. (Váquiro, 2019).

¿En qué consiste el PRI?

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. (Váquiro, 2019).

¿Cómo se calcula el estado de Flujo Neto de Efectivo (FNE)?

Para calcular los FNE debe acudir a los pronósticos tanto de la inversión inicial como del estado de resultados del proyecto. La inversión inicial supone los diferentes desembolsos que hará la empresa en el momento de ejecutar el proyecto (año cero). Por ser desembolsos de dinero debe ir con signo negativo en el estado de FNE. (Váquiro, 2019).

Del estado de resultados del proyecto (pronóstico), se toman los siguientes rubros con sus correspondientes valores: los resultados contables (utilidad o pérdida neta), la depreciación, las amortizaciones de activos diferidos y las provisiones. Estos resultados se suman entre sí y su resultado, positivo o negativo será el flujo neto de efectivo de cada periodo proyectado. (Váquiro, 2019).

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio de una empresa, también conocido como Break Even es cuando los ingresos cubren los gastos fijos y variables. Esto quiere decir que logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes.

Calcular el punto de equilibrio es importante para toda empresa porque permite evaluar su rentabilidad. De esta forma podrás ver claramente cuánto necesitas vender para empezar a generar lucro.

Encontrar este valor, incluso antes de iniciar un proyecto, es fundamental para descubrir qué tan interesante es financieramente tu idea de negocio.

Al decidir emprender podrás calcular cuánto tiempo, aproximadamente, te llevará empezar a obtener beneficios. Esta es una etapa fundamental en un plan de negocios. Un análisis constante por productos o familia de productos también es muy interesante. De esta forma podrás descubrir cuáles son los que te generan una mayor rentabilidad. Lo mismo puede aplicarse a los servicios. Tener conciencia del punto de equilibrio te permite crear una política de contingencia en los

periodos más difíciles. De esta forma, no te encontrarás con sorpresas desagradables en el medio del camino. (Váquiro, 2019).

¿Cómo calcular el punto de equilibrio?

Calcular el punto de equilibrio es una tarea sencilla. Primero deberás saber cuáles son tus gastos fijos y variables para obtener los costos totales. Veámoslo con más detalles.

Costos fijos

Los costos o gastos fijos son los que no cambian mes a mes. Son aquellos que tienen un mismo valor todos los meses, independientemente del valor de facturación. Podemos considerar un costo fijo, por ejemplo, el alquiler del inmueble pues, independientemente del volumen de las ventas, este valor será siempre el mismo. (Váquiro, 2019).

Costos variables

Los costos o gastos variables son aquellos que varían de acuerdo con el valor de facturación. Los costos variables tienen una relación directa con el volumen de ventas, si este aumenta, los costos variables también lo harán. Algunos ejemplos de costos variables pueden ser la materia prima, la mano de obra, las comisiones sobre las ventas, etc. (Váquiro, 2019).

Costos totales

Es la suma de los costos fijos y variables. Sabiendo cuáles son los costos totales podemos deducir que el punto de equilibrio es cuando los ingresos son iguales a los costos totales.

Costos totales = Ingresos totales

El punto de equilibrio se puede calcular también por unidad, para eso debes calcular los siguientes valores:

Costo variable unitario

Este valor se calcula dividiendo los costos variables, que vimos anteriormente, entre el número de unidades vendidas en un periodo determinado.

La fórmula sería la siguiente:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \text{Costo Variable} / \text{Unidades Vendidas}$$

Para obtener el punto de equilibrio unitario podemos aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{PEU} = \text{Costos Fijos} / (\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario})$$

Es decir, dividiremos el costo fijo por la diferencia entre el precio unitario y el costo variable unitario. A la diferencia entre el precio de venta y el costo variable unitario se le conoce como Margen de Contribución. (Walter, 2018).

2.3. Marco conceptual

ACTIVO

Como activo se denomina el conjunto de todos los bienes y derechos que son propiedad de una empresa, institución o individuo, que pueden ser convertidos en un momento dado en dinero. Ejemplos de activos serían el mobiliario, las acciones, los productos que la empresa vende o cualquier otro tipo de bienes de que la empresa sea propietaria.

CONSULTOR

Un consultor (del latín *consultus* que significa "asesoramiento") es un profesional que provee de consejo experto en un dominio particular o área de experiencia, sea mantenimiento, contabilidad, tecnología, publicidad, legislación, diseño, recursos humanos, ventas, arte, medicina, finanzas, relaciones públicas, comunicación, aprendizaje de lenguas extranjeras, psicología u otros.

INVERSIÓN

El término inversión se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial. (Susana, 2017).

MERCADO

El mercado es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio. Tradicionalmente el mercado era entendido como un lugar donde se efectúan los procesos de cambio de bienes y servicios, entre demandantes y oferentes, pero con la aparición de la tecnología, los mercados ya no necesitan un espacio físico. No obstante, por esa razón, hay mercado mientras haya intenciones de comprar y de vender; y los participantes estén de acuerdo en efectuar los intercambios, a un precio acordado. Sin duda, el intercambio se lleva a cabo porque ambos participantes obtienen un beneficio, es decir ambas partes ganan. (Quiroa, 2018).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

Según revisión bibliográfica para autores como (Franco, 2019) el marco metodológico es el conjunto de acciones destinadas a describir y analizar el fondo del problema planteado, a través de procedimientos específicos que incluye las técnicas de observación y recolección de datos, determinando el “cómo” se realizará el estudio, esta tarea consiste en hacer operativa los conceptos y elementos del problema que estudiamos, del mismo modo, Sabino (2018 p. 25) nos dice: “en cuanto a los elementos del marco metodológico que es necesario operacional izar pueden dividirse en dos grandes campos que requieren un tratamiento diferenciado por su propia naturaleza: el universo y las variables.

3.1. Enfoque de la investigación

El enfoque de investigación nos da la naturaleza de la investigación ya sea cualitativa o cuantitativa, en mi investigación voy a utilizar el método cualitativo.

3.1.1. *Método cualitativo*

Con base en la medición numérica y análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. Método cualitativo; es aquel método que utiliza la recolección de datos sin medición numérica, para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. (Mejía, 2018).

Este método de busca ayudar en la recopilación de información para emplear en mi investigación seleccionando las Pymes de la ciudad de Ambato.

3.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación para el presente proyecto da como un aporte la profundidad del estudio se tomará en cuenta la investigación exploratoria y la descriptiva.

3.2.1. *Investigación exploratoria*

Los estudios exploratorios tienen la finalidad de preparar el terreno, en otras palabras, es una forma de acercarse al fenómeno que en primera instancia es desconocido por el investigador y

antecedes a los otros niveles investigativos. Los estudios de nivel exploratorio se desarrollan cuando el objetivo de la investigación es examinar un tema que al momento de iniciarla investigación ha sido poco estudiado o se tiene muy poca información relacionada al tema propuesto.

Esta investigación da como aporte la profundidad, basada en estudios o hechos anteriores que se han desarrollado con otros proyectos.

3.2.2. Investigación descriptiva.

La finalidad de los estudios descriptivos es buscar especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de las personas, grupos, poblaciones, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

3.3. Diseño de investigación

3.3.1. No experimental

El diseño no experimental son las variables que no son manipuladas ni controladas. El investigador se limita a observar los hechos tal y como ocurren en su ambiente natural. Se obtienen los datos de forma directa y se estudian posteriormente.

El aporte de este diseño en mi investigación

3.4. Tipo de estudio

En mi investigación en nivel de estudio análisis estará dado por la investigación documental y de campo.

3.4.1. Investigación documental

Es aquella que persigue recopilar la información con el objetivo de enunciar las teorías que permiten sustentar el estudio de los fenómenos y procesos. Este tipo de información se la extrae a través de un nivel investigativo de tipo exploratorio. Con la finalidad de familiarizarnos con los conocimientos existentes dentro del campo al que pertenece el objeto de estudio de investigación.

Como investigación documental el aporte que da a mi investigación es el desarrollo de recopilar y seleccionar información de las pymes de la ciudad de Ambato, dando una población total.

3.4.2. Investigación de campo

Investigación de campo, estudio de campo o trabajo de campo, es el proceso que permite obtener datos de la realidad y estudiarlos tal y como se presentan, sin manipular las variables.

Esta investigación da como aporte la recopilación de información actualizada de las Pymes con el fin de hacer estudios esenciales.

3.5. Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

Para (Vargas, 2018) llamamos población o universo: “al conjunto o universo de los elementos que van a ser observados en la realización de un experimento”. Evidentemente, para la ejecución de cualquier proceso investigativo, el tamaño de la población involucrada es un factor relevante y viene dado por cada elemento de la población el cual es llamado individuo o unidad estadística dentro del estudio. Para efectos de la presente investigación, la población está constituida por las pequeñas y microempresas del sector manufacturero de la ciudad de Ambato, con 28058 pymes (INEC, 2020) , son quienes emplean un proceso productivo activo y por tanto requieren ser competitiva.

Tabla 1-3: Población

Categoría	Número de empresas	Porcentaje
Microempresa	26510	94,48%
Pequeña empresa	1548	5,52%
Total	28058	100%

Fuente: INEC 2020.

Realizado por: Sailema, A. 2022.

Se puede mencionar que, para el desarrollo del proyecto, se contará con una población tipo finita puesto que se conoce con certeza el número de elementos que van a ser objeto de estudio

3.5.1. Muestra

La muestra es una parte del universo total de una población, recordemos que la población comprende todo el conglomerado a estudiarse, y que si se estudia todo este universo se necesita

invertir gran tiempo y suele convertirse en un contexto amplio y costoso por ello es necesario poder identificar los miembros que componen una muestra y poder hablar en forma general de toda la población, entonces bajo la premisas establecidas por diferentes autores podemos comprender que la muestra es la toma de una pequeña parte de la población la cual permitirá dar a conocer datos específicos de la misma

Con lo antes mencionado se procederá con la determinación del número de elementos con que se trabajará, se ha utilizado la fórmula del cálculo de la muestra para poblaciones finitas, de la siguiente manera.

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z = Margen de confiabilidad, 95% constante 1,96;

p = Probabilidad de que el evento ocurra

q = Probabilidad de que el evento no ocurra

E = Error de estimación o error muestra 1% al 3% y del 5% al 6%

N = Población o universo de estudio

N-1 = Factor de corrección.

28058 PYMES

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(28058)}{(0,05)^2(28058 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

n = 388,68

N=389,00

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1. Encuesta

La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información

proporcionada por una muestra puede ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población.

En el presente trabajo de investigación se realizará la encuesta a los Representantes Legales de las Pymes, en un total de 389.

3.6.2. Cuestionario

Es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas, de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información necesaria.

El presente trabajo de investigación tendrá un cuestionario que será aplicado a las pymes de la ciudad de Ambato con preguntas abiertas o cerradas.

3.6.3. Observación

En primer campo de la técnica es la observación esta puede ser directa e indirecta; es directa cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que trata de investigar. Es indirecta cuando el investigador entra en conocimiento del hecho o fenómeno observando a través de las observaciones realizadas anteriormente por otra persona. Tal ocurre cuando nos valemos de libros, revistas, informes, grabaciones, fotografías, etc.

La observación va a ser directa en el presente trabajo de investigación con el fin de obtener información de las pymes ya que será personalmente y me pongo en contacto con el dueño o trabajador de la empresa.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA

Para el desarrollo de la encuesta del presente trabajo de investigación se realiza el siguiente análisis:

PREGUNTA 1. – ¿SU EMPRESA TIENE DEFINIDO SUS OBJETIVOS Y METAS?

Tabla 1-4: Definición de Objetivos y Metas de la empresa

Alternativa	frecuencia	Porcentaje
Si	325	84%
No	64	16%
Total	389	100%

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

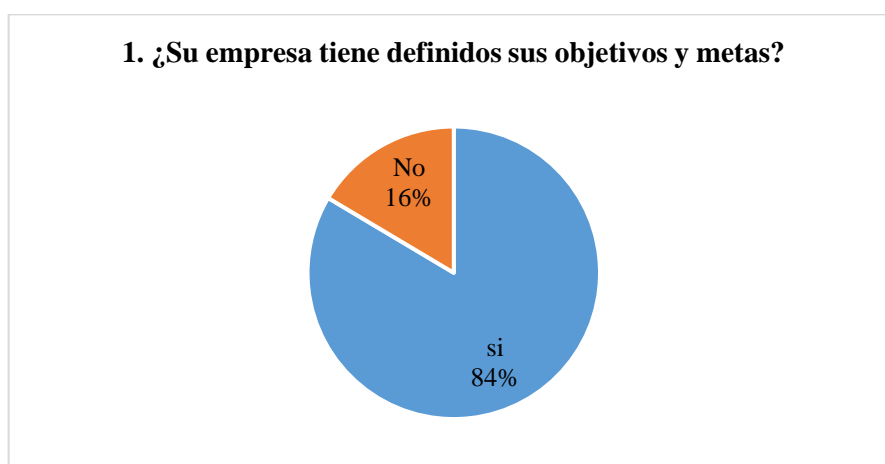


Gráfico 1-4: Definición y de objetivos y metas de la empresa

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo, al gráfico anterior se puede observar que el 84% de las empresas encuestadas han definido su objetivo y metas, sin embargo, el 16% indica que no las ha definido o alcanzado a cumplir por diversas razones.

Los objetivos y metas describen el logro de un propósito particular de una organización, el éxito de las empresas se basa en el establecimiento de metas y objetivos, por lo que es imprescindible que toda organización cuente con las mismas.

PREGUNTA 2. – ¿HAN SIDO ALCANZADOS LOS OBJETIVOS Y METAS PROPUESTAS EN SU EMPRESA?

Tabla 2-4: Logros de los objetivos y metas propuestas en su empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
Alternativas		
Si	135	29%
No	254	71%
Total	389	100%

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

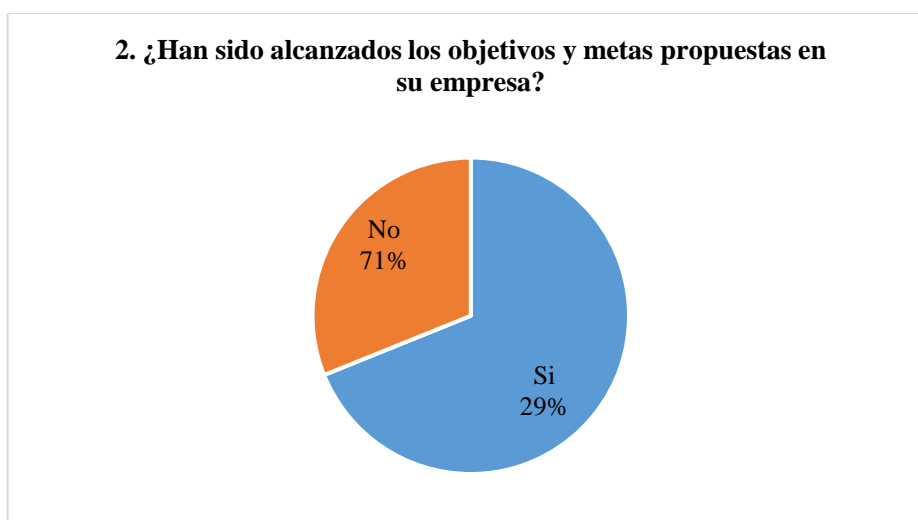


Gráfico 2-4: Logros de los objetivos y metas propuestas en su empresa.

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede observar en el gráfico el 29% de las empresas cumplen con sus objetivos y metas, mientras que el 71% no logran hacerlo.

Se debe considerar que es de vital importancia que las empresas cumplan con sus objetivos y metas, puesto que responde al cumplimiento de los objetivos empresariales.

PREGUNTA 3. – ¿CUÁLES SON LAS CAUSAS POR LAS QUE NO, SE ALCANZAN LAS METAS Y OBJETIVOS PROPUESTOS?

Tabla 3-4: Causas por las que no se alcanzan las metas y objetivos propuestos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Falta de Planificación	98	25%
Falta de recursos	107	28%
Mala administración	157	40%
Desconocimiento	27	7%
Total	389	100%

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

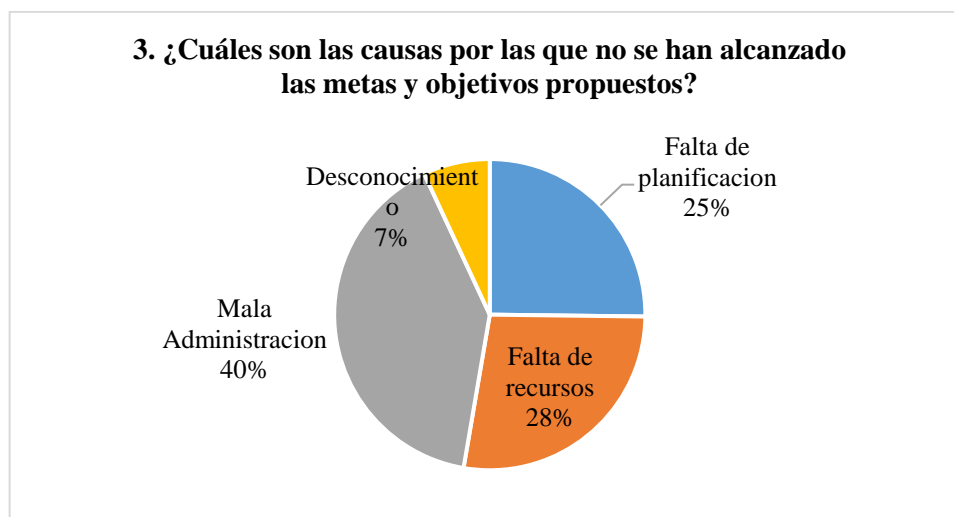


Gráfico 3-4: Causas por las que no se alcanzan las metas y objetivos propuestos.

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede observar en el gráfico anterior, el 40% de los encuestados coinciden en que, la mala administración de los negocios es una de las causas que incide en lograr los objetivos y metas planteadas, mientras que el 28% señala que se debe a la falta de recursos, el 25% es la falta de planificación y solo el 7% al desconocimiento.

Es muy importante que la empresa cumpla con sus objetivos y metas planteadas, y esto se logra con la planificación que deben realizar las empresas considerándolo, como una hoja de ruta sobre la que se escribe el futuro de los negocios, permitiendo minimizar el riesgo y maximizar el éxito empresarial.

PREGUNTA 4. – ¿SU EMPRESA TIENE UN CONTROL CONTABLE, FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO?

Tabla 4-4: Control contable y administrativo de la empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	138	15%
No	251	85%
Total	389	100%

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

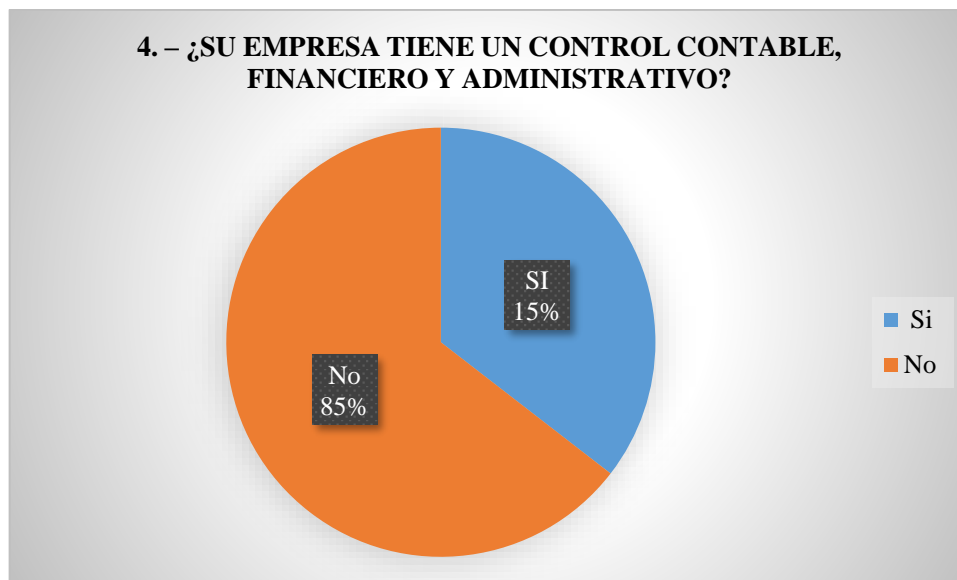


Gráfico 4-4: Control contable y administrativo de la empresa

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede observar en el gráfico anterior 85% de los encuestados dicen que no tienen un control contable, financiero y administrativo, el 15% en cambio dice que Sí.

Estas derivaciones nos ayudan a finalizar que la totalidad de la muestra lleva un control contable, es decir que es un aspecto significativo para el debido manejo de sus empresas.

PREGUNTA 5. – ¿QUIÉN LLEVA EL CONTROL CONTABLE, FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO EN SU EMPRESA?

Tabla 5-4: A quién le delegan el cargo para controlar la empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Propietario	290	74%
Empleados	84	22%
Otros	15	4%
Total	389	100%

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

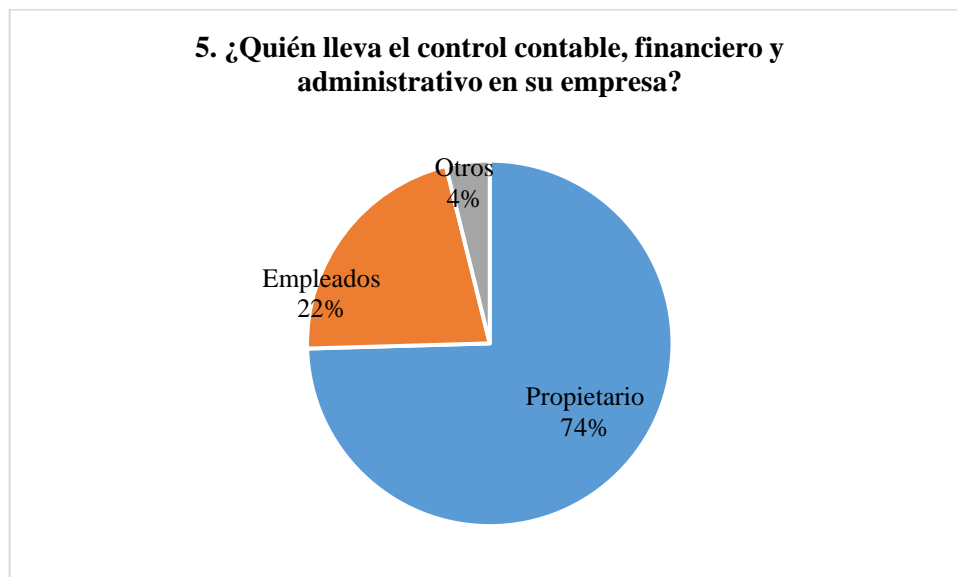


Gráfico 5-4: A quien le delegan el cargo de controlar a la empresa

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede observar en el gráfico anterior 74% menciona que el que lleva el control contable, financiero y administrativo en su empresa es el propietario, 22% empleados y otros 4%.

Es de vital importancia conocer si las empresas llevan un control, así sea mínimo, de sus procesos administrativos, ejecutivos, financieros y conocer quién o quienes lo ejecutan, propietarios, empleados, otros.

PREGUNTA 6. – ¿SU EMPRESA ESTARÍA DISPUESTA A CONTRATAR NUESTROS SERVICIOS DE ASESORÍA FINANCIERA Y ADMINISTRATIVA?

Tabla 6-4: Servicio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	368	95%
No	21	5%
Total	389	100%

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

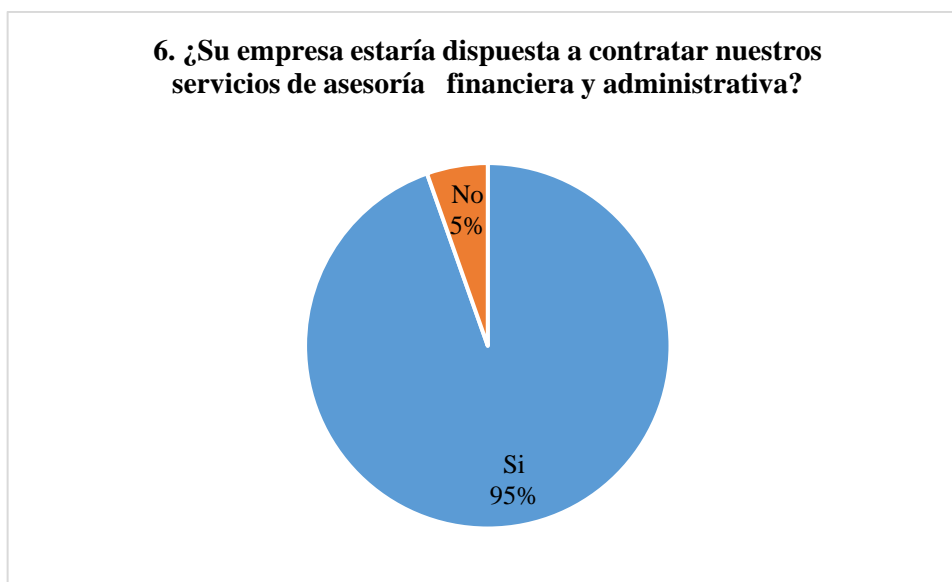


Gráfico 6-4: Servicio.

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede observar en el gráfico anterior 95% de los encuestados dicen que estaría dispuesta a contratar nuestros servicios de asesoría financiera y administrativa, 5% en cambio dice que No.

Se puede observar que la Pymes necesitan de una empresa que le ayuden en el asesoramiento y están dispuestos a contratar nuestros servicios.

PREGUNTA 7. – ¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA USTED EL RESULTADO ECONÓMICO OBTENIDO POR SU EMPRESA?

Tabla 7-4: Importancia del resultado económico de la empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	239	62%
Importante	133	34%
Poco importante	17	4%
Total	389	100%

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

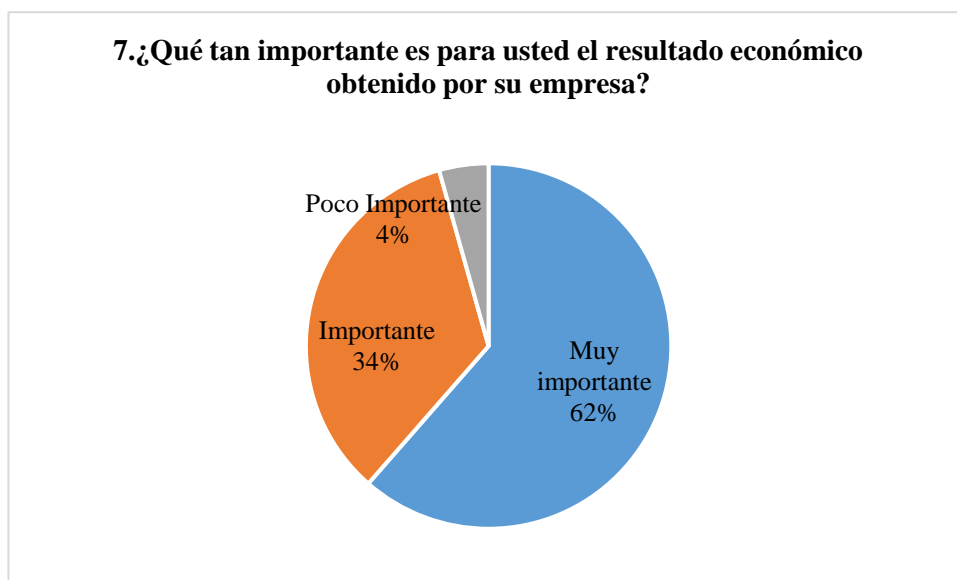


Gráfico 7-4: Importancia del resultado económico de la empresa

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Hoy en día la confianza de la empresa que se obtiene a nivel económico es primordial, es por este motivo que más del 62% se inclinó por muy importante, un 34% importante y un 4% poco importante.

PREGUNTA 8. – ¿DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS CUÁL SERÍA EL QUE REQUIERE ATENCIÓN PRIMORDIAL EN SU EMPRESA?

Tabla 8-4: Servicios para la empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Actualización de registro contable y tributario	60	15%
Análisis Financiero	34	9%
Análisis de Costos	106	27%
Diseño de Modelos de Gestión Financieras	137	35%
Diseño de Plan de negocios	33	8%
Diseño de Planificación Estratégica	19	6%
Total	389	100%

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

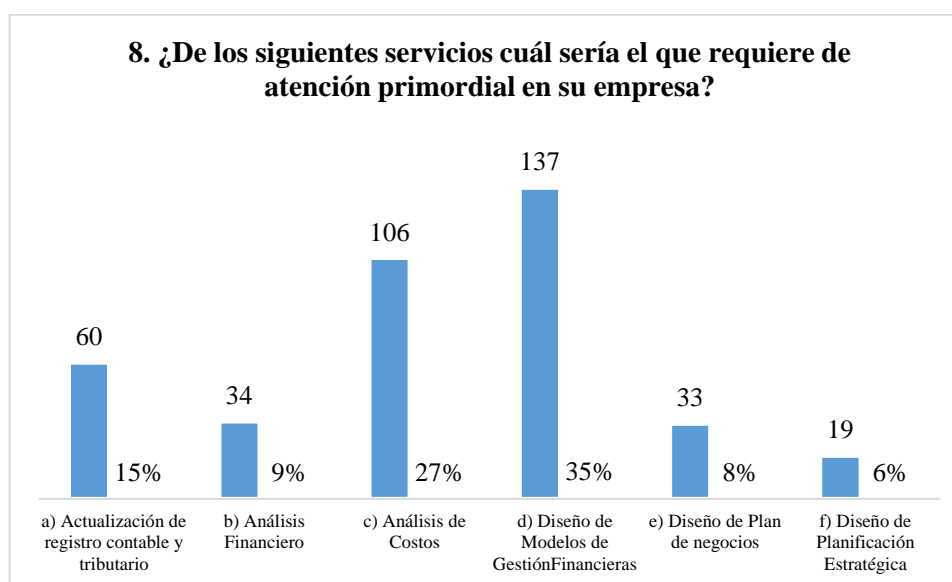


Gráfico 8-4: Servicio

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los servicios que va a presentar la consultora toman las empresas como primordiales, Diseño de Modelos de Gestión Financieras en un 35%, Análisis de Costos en un 27% ya que algunas empresas no pueden hacerlo adecuadamente por falta de conocimiento , Actualización de registro contable y tributario en un 15% , Análisis Financiero en un 9%, Diseño de Plan de negocios en un 8%, y Diseño de Planificación Estratégica en un 5% todo los servicios son muy importantes que las empresas sepan para desenvolverse y tengan más prestigio, con el fin de tener rentabilidad y que sea mejor reconocida.

PREGUNTA 9. – ¿EN QUÉ SECTOR DE LA CIUDAD LE GUSTARÍA QUE SE ENCUENTRE UBICADA NUESTRA EMPRESA DE ASESORAMIENTO FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO?

Tabla 9-4: Lugar de ubicación de la empresa de Asesoramiento Financiero y Administrativo

9. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría que se encuentre ubicada nuestra empresa de asesoramiento financiero y administrativo?	Frecuencia	Porcentaje
Al norte de la ciudad	40	10%
Al sur de la ciudad	59	15%
Al Este de la ciudad	290	75%
Total	389	100%

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

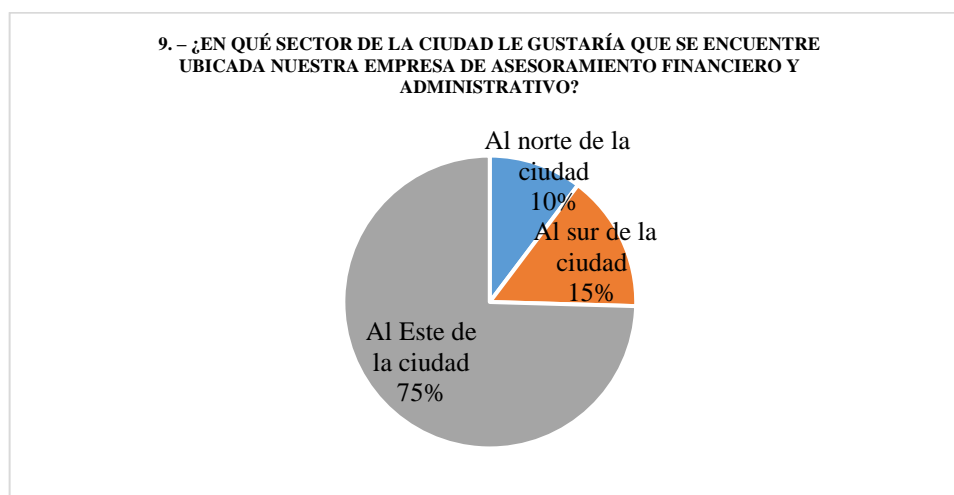


Gráfico 9-4: Lugar donde va hacer ubicado

Fuente: Encuesta a las empresas de Ambato, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede observar en el gráfico anterior el 75% menciona que le gustaría que se encuentre ubicada la empresa de Asesoramiento Financiero y Administrativo en la zona Este de la ciudad, un 15% menciona que le gustaría que se ubique al Sur de la ciudad y el 10% al norte de la ciudad.

Se puede observar que al ser al Este de la ciudad es el mejor lugar para crear la consultora financiera ya que por distintos factores pueden ayudar a la empresa a ser muy prestigiada por los demás, haciendo accesibilidad para los servicios básicos y entre otros que se pueden ejecutar mediante el proyecto.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

Tema

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CONSULTORA FINANCIERA EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

5.1. Estructura de la propuesta

La propuesta tiene una estructura de ejecución en función del autor (Ruiz, 2020) :



Gráfico 1-5: Estructura de un estudio de factibilidad

Fuente: (Ruiz, 2020).

5.2. Estudio de mercado

Según (Kotler, 2019), un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

- Análisis de la demanda
- Análisis de la oferta
- Demanda insatisfecha
- Comercialización

5.2.1. Análisis de la demanda

5.2.1.1. Definir mi mercado

El mercado actual será las Pymes de la ciudad de Ambato, para el análisis de la demanda se aplica el método denominado encuestas de mercado, a la misma vamos a llegar con el servicio.

Las PYMES están dispuestas a la utilización de un medio alternativo como es un servicio de asesoría para sus necesidades de información y solución de problemas, ya que el 29% de estas

indican que no han cumplido con sus metas y objetivos por falta de planificación, mostrando una aceptación para contratar los servicios de nuestra organización

El 95% de la muestra encuestada de PYMES están dispuestas a la utilización de un servicio de asesoría, ya que existe la intención de contratar por parte de las PYMES del cantón Ambato los servicios para el mejoramiento de su organización.

5.2.1.2. *Demanda actual*

La demanda actual viene hacer las pymes de la ciudad de Ambato que conforman las microempresas y pequeñas empresas.

Tabla 1-5: Demanda actual

EMPRESAS DE AMBATO		
CATEGORIAS	MICROEMPRESAS	P.EMPRESAS
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1003	53
Explotación minas y canteras	9	3
Industrias manufactureras	3569	225
Suministro electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	9	2
Distribución agua; alcantarillado, desechos y saneamiento	36	5
Construcción	598	87
Comercio, reparación automotores y motocicletas	9828	711
Transporte y almacenamiento	2522	50
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	1655	41
Información y comunicación	215	17
Actividades financieras y de seguros	77	40
Actividades inmobiliarias	809	24
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1817	82
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	399	33
Administración pública y defensa, seguridad social	11	14
Enseñanza	339	95
Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	613	34
Artes, entretenimiento y recreación	153	3
Otras actividades de servicios	2848	29
	26510	1548
TOTAL	28058	

Fuente: INEC 2020.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

En el cantón Ambato, existen 28058 establecimientos económicos que generan ventas.

5.2.1.3. Recopilación de la información relativa de la demanda

En la ciudad de Ambato cuenta con 28058 empresas, que son efecto de estudio de la demanda relativa.

Tabla 2-5: Empresas por categorías – Cantón Ambato

EMPRESAS DE AMBATO		
CATEGORIAS	empresas	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1056	3,76%
Explotación minas y canteras	12	0,04%
Industrias manufactureras	3794	13,52%
Suministro electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	11	0,04%
Distribución agua; alcantarillado, desechos y saneamiento	41	0,15%
Construcción	685	2,44%
Comercio, reparación automotores y motocicletas	10539	37,56%
Transporte y almacenamiento	2572	9,17%
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	1696	6,04%
Información y comunicación	232	0,83%
Actividades financieras y de seguros	117	0,42%
Actividades inmobiliarias	833	2,97%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1899	6,77%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	432	1,54%
Administración pública y defensa, seguridad social	25	0,09%
Enseñanza	434	1,555%
Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	647	2,31%
Artes, entretenimiento y recreación	156	0,56%
Otras actividades de servicios	2877	10,25%
TOTAL	28058	100%

Fuente: INEC 2020.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.2.1.4. Oferta de servicios de la competencia

La oferta de los servicios empresariales en la Ciudad de Ambato, Cevallos Consultores, S&S Consultores Financieros, TAXADVICE ASESORIA EMPRESARIAL, Alianza Estratégica Empresarial, CobraYa Ambato son la principal competencia que brindan servicios de costos, declaraciones, proyectos y tributación.

Se ha identificado 5 empresas casi similares cuyos servicios ofertados son:

Tabla 3-5: Oferta de servicios de la competencia

Competencia	servicios
Cevallos Consultores	<ul style="list-style-type: none"> • Control contable • Costos • Declaración tributaria • Proyectos
S&S Consultores Financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Tributación • costos
TAXADVICE ASESORIA EMPRESARIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Costos • Proyectos
Alianza Estratégica Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Declaraciones • Costos
CobraYa Ambato	<ul style="list-style-type: none"> • Balances • Análisis de mercado

Fuente: Superintendencia de compañías y bancos, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.2.1.5. Demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se ha establecido el universo total de 28054 emprendimientos que existen en el cantón Ambato, de la encuesta aplicada a 390 se ha establecido que el 95% están interesados en contratar nuestro servicio, con estos datos se puede establecer que existen alrededor de 26655 emprendimientos que usarían nuestros servicios. El siguiente cuadro nos muestra una aproximación del número de emprendimientos a los cuales podríamos llegar con nuestros servicios.

Tabla 4-5: Demanda insatisfecha

CATEGORIAS	Empresas	Aceptación del 95%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1056	1003
Explotación minas y canteras	12	11
Industrias manufactureras	3794	3604
Suministro electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	11	10
Distribución agua; alcantarillado, desechos y saneamiento	41	39
Construcción	685	651
Comercio, reparación automotores y motocicletas	10539	10012
Transporte y almacenamiento	2572	2443
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	1696	1611
Información y comunicación	232	220
Actividades financieras y de seguros	117	111
Actividades inmobiliarias	833	791
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1899	1804
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	432	410
Administración pública y defensa, seguridad social	25	24
Enseñanza	434	412
Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	647	615
Artes, entretenimiento y recreación	156	148
Otras actividades de servicios	2877	2733
TOTAL	28058	26655

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.2.2. Comercialización

La cadena de comercialización estará dada por la empresa productora así el consumidor final que viene a ser el cliente



Gráfico 2-5: Comercializando

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.2.3. Análisis del marketing

5.2.3.1. Marketing: las 4C

También llamado mezcla de mercadotecnia, el marketing mix designa al conjunto de herramientas y variables que debe poseer el responsable de marketing en una organización para contribuir con la fidelización del producto o servicio que comercializa, y así cumplir con los objetivos de la entidad.

Clientes

Nuestro objetivo primordial es poder satisfacer al cliente con el servicio que se le va a brindar por eso es de vital importancia tener la disposición como empresa, poder complacerlo en todos los ámbitos requeridos. Lo primero que se debe definirse es quienes son nuestros clientes potenciales y que buscan del servicio que ofrecemos.

Comodidad

Se refiere a que se debe contar con un buen servicio, este es uno de los primeros pasos en el cual se va a atender las expectativas del consumidor. Para un buen servicio que se va a brindar a las PYMES, se tiene pensado en hacer un centro de atención al cliente agradable, ofrecer servicios personalizados, entre otros.

Comunicación

Para promover nuestro servicio brindado a una PYMES lo más importante es analizar donde se encuentre nuestro target y cuáles son los medios idóneos para alcanzarlos como radio, internet, revistas, etc.

Es por esta razón que debemos realizar un seguimiento a nuestra estrategia de comunicación y que ésta acorde con el posicionamiento que queremos lograr en nuestros clientes.

Costo

El precio de los servicios de consultoría y asesoramiento dependen del grado de complejidad y el presupuesto que el cliente dispone para su contratación, la estrategia a implementarse es la de precios de penetración, que busca reducir en primera instancia el margen de utilidad con el objetivo de obtener una cuota de mercado amplia en el corto tiempo.

5.3. Estudio administrativo

5.3.1. Misión

Nuestra misión es brindar un servicio de calidad y accesibilidad para las pymes, mediante una consultoría financiera de asesoramiento, que desea formar parte de las organizaciones en la provincia de Tungurahua ciudad Ambato, ofreciendo servicios que mejoren su rentabilidad y manejo de una organización.

5.3.2. Visión

Convertirnos en una empresa reconocida en la provincia en asesoramiento financiero, brindando el mejor servicio de calidad cumpliendo las expectativas de nuestros clientes con la empatía pensamiento analítico y la capacidad de negociación.

5.3.3. Valores

Nuestra política de calidad en el servicio está fundamentada en los siguientes valores

- Honestidad
- Confianza

- Puntualidad
- Atención
- Comodidad
- Seguridad
- Bondad

5.3.4. Organigrama

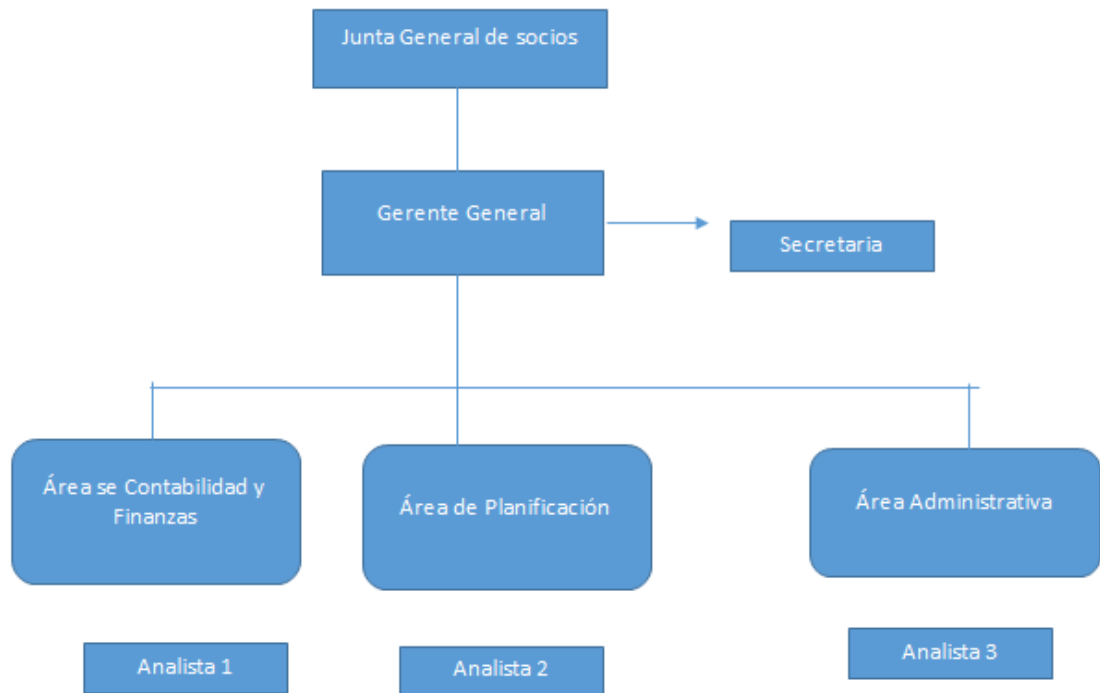


Gráfico 3-5: Estructura organizacional

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.3.5. Responsabilidades de los niveles jerárquicos

a) Junta General de Socios

- Establecer la normativa interna para personal.
- Aprobar los estatutos, reformas de la empresa, planes de trabajo.
- Se encarga de seleccionar al gerente.
- Regular las decisiones en cuanto a los cambios en los planes.
- Conocer, aprobar y sugerir con respecto a las actividades informadas por el gerente.
- Las demás que señalen la Ley de Compañías, estatutos, reglamentos de la compañía.

b) Gerente

- Formula y ejecuta los diferentes planes de trabajo
- Planificar la ejecución de los gastos en la empresa.
- Controlar y vigilar el proceso de entrega de servicios.
- Capacitar a los empleados en cuanto a mejorar en forma eficiente los recursos.
- Recabar datos de campo sobre nuevos mercados y la búsqueda de nuevos clientes.
- Buscar información sobre nuestra competencia.
- Establecerá la frecuencia de contacto con los clientes, de acuerdo a su potencial y dará de baja a aquellos no convenientes.
- Mantener actualizada la base de datos.
- Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

c) Secretaria

- Elabora y realiza los registros contables de la empresa.
- Realiza los pagos a proveedores.
- Organiza el registro contable de ingresos y gastos, declaraciones mensuales.
- Asesora a los analistas en los casos de actualización de contabilidad de ser el caso ayuda en la solución de problemas de los clientes.

d) Analistas

- Son los encargados de la entrega de los servicios conforme las áreas en las que hayan sido ubicados.

5.4. Estudio técnico

5.4.1. Macro localización

Este estudio determina la zona, región, provincia o área geográfica en la que se ubicará la consultora financiera, uno de los factores de decisión consiste en el acceso que tengan a esta. En la decisión del entorno macro se analiza aspectos como la disponibilidad, las características y las particularidades del transporte.

Otros factores que son de importancia constituye la mano de obra, terrenos disponibles, clima, transporte, mercados de distribución y servicios generales, costumbres, estos son analizados desde la perspectiva de factibilidad de implementar esta empresa en un lugar determinado.

PAÍS: Ecuador

REGIÓN: Sierra

PROVINCIA: Tungurahua

CANTÓN: Ambato

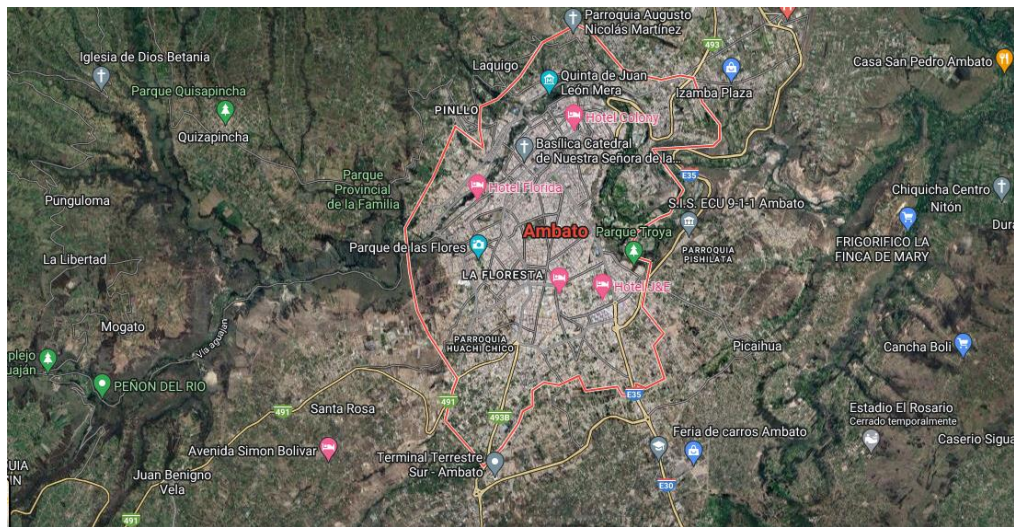


Figura 1-5: Macro localización de Ambato

Fuente: Google Maps, 2022.

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.4.2. *Micro localización*

La micro localización determina el mejor lugar dentro del cantón Ambato. Para el efecto se utilizó el método cualitativo de calificación de lugares los cuales han sido sometidos a una escala valorativa, que se muestra a continuación:

Tabla 5-5: Ponderación de factores

Sitios	Servicios Básicos	Vías Transitables	Cerca de la Ciudad	Facil Localizacion	Total
Al norte de la ciudad	1	2	2	3	8
Al sur de la ciudad	3	4	3	3	13
Al Este de la ciudad	5	4	4	5	18

Realizado por: Sailema, A, 2022.

ESCALA DE VALORACIÓN

- 1: Muy mala
- 2: Mala
- 3: Regular
- 4: Buena
- 5: Muy buena

La valoración cuantitativa determina que el mejor lugar es en la Ciudad de Ambato ya que reúne todas las características necesarias para la implementación de este emprendimiento.

Los criterios para valorar que han sido considerados son:

- **Servicios básicos:** Existencia de todos los servicios básicos es decir agua, luz y teléfono (incluido internet).
- **Vías transitables:** Se ha evaluado el acceso a las vías, en este caso las vías de primeros órdenes asfaltados y bien señalizados, vías de segundo orden, caminos lastrados, etc.
- **Cerca de la ciudad.** - Se considera la cercanía a la capital de provincia ya que aquí se encuentran la mayoría de negocios.
- **Fácil localización:** Se estima la capacidad que tenga la gente para poder ubicar el lugar en donde se encuentre la consultora.

5.5. Estudio legal

5.5.1. Formación legal de la empresa

La constitución de la empresa para la nueva apertura estará comprendida de la siguiente manera

Tabla 6-5: Formación legal de la empresa

Forma Legal	Marcar
Compañía en nombre colectivo.	
Compañía en comandita simple y dividida por acciones	
Compañía de responsabilidad limitada Cía. Ltda.	X
Sociedad anónima S.A.	
Compañía de economía mixta	

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.5.2. Requisitos

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirarla; y,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

Mi compañía será de responsabilidad limitada cia Ltd.

5.5.3. Nombre de la empresa

Consultora Financiera SICA CIA LTDA

Sica nace de las iniciales de mis nombres y apellidos

5.5.4. Logotipo



Figura 2-5: Logotipo

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.5.5. Eslogan

Añadiendo la alegría de las buenas ganancias

Este eslogan nace del contento de las empresas que ya disponen de una consultora para acceder a sus asesoramientos y como no así mejorar su prestigio y también su utilidad de su empresa.

5.5.6. Capacidad de servicio

Se establece como demanda insatisfecha de 26655 emprendimientos la misma que se espera cubrir el 5% para el primer año con un aumento de 2%.

Tabla 7-5: Requerimientos

CATEGORIAS	Aceptación	Año 1 5 %	Año 2 7%	Año 3 9%	Año 4 11%	Año 5 13%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1003	5	10	12	10	16
Explotación minas y canteras	11	0	0	0	0	0
Industrias manufactureras	3604	8	10	12	14	15
Suministro electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	10	2	1	1	1	8
Distribución agua; alcantarillado, desechos y saneamiento	39	9	3	4	7	8
Construcción	651	4	5	8	10	12
Comercio, reparación automotores y motocicletas	10012	50	70	90	100	120
Transporte y almacenamiento	2443	5	10	8	11	10
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	1611	3	8	9	10	12
Información y comunicación	220	1	5	4	6	7

Actividades financieras y de seguros	111	9	8	9	10	11
Actividades inmobiliarias	791	5	6	7	9	9
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1804	4	5	6	7	9
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	410	2	4	5	7	3
Administración pública y defensa, seguridad social	24	1	2	2	5	3
Enseñanza	412	1	2	2	4	2
Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	615	2	4	5	8	9
Artes, entretenimiento y recreación	148	0	0	0	0	0
Otras actividades de servicios	2736	0	0	0	0	0
TOTAL	26655	11	153	184	219	254

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.6. Estudio económico financiero

En el estudio económico y financieros logramos establecer el grado de inversión para la apertura de la nueva consultoría financiera en de Ambato con el levantamiento de información primaria desde la maquinaria, los sueldos y los permisos de funcionamiento en las entidades públicas.

5.6.1. Activos

ACTIVOS FIJOS

Requerimiento de equipos

En base a la capacidad de brindar servicios a la colectividad se ha estimado los siguientes requerimientos tanto en la parte administrativa como operativa.

Tabla 8-5: Muebles y enseres

Muebles y Enseres	
Denominacion	Unidades
Escritorio tipo L	4
Archivador 4	5
Silla giratoria	4
Silla Ejecutiva	4
Escritorio tipo Gerente	1

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Tabla 9-5: Equipo de computo

Equipos de Computo	
Denominacion	Unidades
Equipo de Computo	4
Equipo de telefonia	1
1 Equipo de proyección	1
Computara portatil	1

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Inversión fija

Se entiende por inversión fija, la adquisición de activos que permitirán el cumplimiento de las actividades administrativas y promoción del servicio.

Tabla 10-5: Terreno

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Total
Extensión m2 10x70	70	\$ 100,00	\$ 7.000,00
		Total	\$ 7.000,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Tabla 11-5: Edificios

Denominacion	Cantidad	Valor unitario	Total
Construcción	70	\$ 120,00	\$ 8.400,00
Corredores	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Baños	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Bodega	1	\$ 400,00	\$ 400,00
		Total	\$ 9.700,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Inversión en muebles y equipos

El presente proyecto después de indicar los requerimientos en el estudio de ingeniería nos muestra el siguiente cuadro de las inversiones en muebles y equipos:

Tabla 12-5: Muebles y enseres

Denominacion	Unidades	Valor unitario	Total
Escritorio tipo L	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00
Archivador	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Silla giratoria	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00
Silla ejecutiva	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Escritorio tipo gerente	1	\$ 350,00	\$ 350,00
		Total	\$ 3.150,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Tabla 13-5: Equipo de Computo

Denominacion	Unidades	Valor Unitario	Total
Equipo de computo	4	\$ 700,00	\$ 2.800,00
Equipo de fax y teléfono	1	\$ 200,00	\$ 200,00
1 Equipo de proyección	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Computadora portatil	2	\$ 990,00	\$ 1.980,00
		Total	\$ 5.880,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.6.2. Activos diferidos

Inversión en activos diferidos

Son los gastos que se va a realizar en el presente proyecto. Que a continuación se detallara

Gastos de constitución

Por concepto de gastos de constitución asciende a \$2000.00 que cubre el valor por aprobación de la sociedad.

Gastos de instalación

Estos gastos corresponden a la instalación de los equipos, adecuaciones del local su monto asciende a \$ 2000.00.

Gastos de capacitación y puesta en marcha

Corresponden a los que se realizarán al iniciar el funcionamiento de las instalaciones, tanto en pruebas preliminares como en el inicio de la operación hasta alcanzar un funcionamiento adecuado.

Así como también los gastos de capacitación tendientes a la instrucción, adiestramiento y preparación del personal para el desarrollo de las habilidades y conocimientos que deben adquirir con anticipación a la puesta en marcha. Este monto asciende a \$ 1000.00.

Tabla 14-5: Inversión en activos diferidos

Denominación	Total
Gasto de constitución	\$ 2.000,00
Gasto de Instalación	\$ 3.000,00
Gasto de capacitación y puesta en marcha	\$ 2.000,00
Total	\$ 7.000,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.6.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo es el dinero que se necesita para ejecutar las actividades y dar inicio a las operaciones en la empresa para la implementación del presente proyecto.

Tabla 15-5: Gastos administrativos

Detalle	Mensual
Servicios Básicos	\$ 80,00
Viáticos y Movilización	\$ 75,00
Sueldos y beneficios legales	\$ 2.850,00
Suministros	\$ 50,00
Total	\$ 3.055,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Tabla 16-5: Gastos de ventas

Detalle	Mensual
Relaciones publicas	\$ 30,00
Viáticos y movilización	\$ 75,00
Total	\$ 105,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Gasto operativo \$ 3160,00

El capital de operación para el funcionamiento de la empresa asciende a \$ 3160,00 durante un mes de trabajo para efectos de liquidez se considera el valor estimado trimestral para el funcionamiento.

Capital de operación

Calculo del capital de operaciones para los 3 primeros meses de funcionamiento.

Tabla 17-5: Gasto administrativo

Detalle	Mensual	Trimestral	Anual
Servicios Básicos	\$ 80,00	\$ 240,00	\$ 960,00
Viáticos y Movilización	\$ 75,00	\$ 225,00	\$ 900,00
Sueldos y beneficios legales	\$ 2.850,00	\$ 8.550,00	\$ 34.200,00
Suministros	\$ 50,00	\$ 150,00	\$ 600,00
Total	\$ 3.055,00	\$ 9.165,00	\$ 36.660,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Tabla 18-5: Gastos de Ventas

Detalle	Mensual	Trimestral	Anual
Relaciones publicas	\$ 30,00	\$ 90,00	\$ 360,00
Viáticos y movilización	\$ 75,00	\$ 225,00	\$ 900,00
Total	\$ 105,00	\$ 315,00	\$ 1.260,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

GASTO DE OPERACIÓN DEL PRIMER TRIMESTRE \$ 9480,00

5.6.4. *Inversiones totales*

Se muestra el valor de la inversión total, la que permitirá el funcionamiento de la empresa.

Tabla 19-5: Inversión total

INVERSION TOTAL		
Terreno	\$ 7.000,00	
Edificios	\$ 9.700,00	
Muebles y enseres	\$ 3.200,00	
Equipos de computo	\$ 5.880,00	
Gastos diferidos	\$ 7.000,00	
Inversión total	\$ 32.780,00	
Inversión total real		\$ 32.780,00
Capital operacional del primer semestre		\$ 9.480,00
inversión + Capital de operaciones		\$ 42.260,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Se considera como inversión total del proyecto todos los rubros para un año, además se incluye el capital de operación para un trimestre, ya que el no incluirla puede crear la falta de recursos y desfase en los pagos en los primeros meses de ejecución. El valor que se requiere para la implementación de la consultora financiera es de \$ 42210,00

5.6.5. *Financiamiento del proyecto*

Se estima conseguir fuentes de financiamiento propio, es decir se buscará cinco socios, los mismos que conformarán el nivel directivo.

Para la ejecución del presente proyecto se requiere una inversión total de \$ 42260,00 se incluye el capital de trabajo para el primer trimestre que es de \$ 8452,00 mismos que pueden ser cubiertos de la siguiente manera

Tabla 20-5: Aportaciones de los socios

SOCIO	APORTE	% DEL CAPITAL
Socio 1	\$ 8.452,00	20,00
Socio 2	\$ 8.452,00	20,00
Socio 3	\$ 8.452,00	20,00
Socio 4	\$ 8.452,00	20,00
Socio 5	\$ 8.452,00	20,00
Total	\$ 42.260,00	100,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.6.6. Presupuesto de ingresos

Se considera como ingreso ordinario los servicios que ofertan, que es la razón de ser del emprendimiento.

Para el primer año se estima cubrir con el 5% de la demanda insatisfecha se muestra a continuación la proyección para cada año con un incremento del 2% para cada año de vida del proyecto durante la vida estimada del proyecto.

5.6.7. Ingresos

Para el primer año se estima cubrir el 5% de la demanda insatisfecha se muestra a continuación la proyección para cada año con un incremento del 2% para cada año de vida del proyecto.

Tabla 21-5: Servicios

Servicios a Ofertar	Preferencia pregunta N°8	año 1 5%	año2 7%	año3 9%	año4 11%	año5 13%
Actualización de registro contable y tributario	15	16	35	53	71	89
Análisis Financiero	9	9	17	25	33	41
Análisis de Costos	27	27	35	43	52	61
Diseño de Modelos de Gestión Financieras	35	35	38	42	45	49
Diseño de Plan de negocios	8	9	15	22	30	38
Diseño de Planificación Estratégica	6	7	12	17	20	26
	100	103	152	202	251	304

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Tabla 22-5: Ventas proyectadas de servicios

Línea de productos	año 1	año2	año3	año4	año5
Actualización de registro contable y tributario	16	35	53	71	89
precio	\$400,00	\$428,00	\$466,52	\$517,83	\$585,15
Total	\$6.400,00	\$14.980,00	\$24.725,56	\$36.765,93	\$52.078,35
Análisis Financiero	9	17	25	33	41
precio	\$450,00	\$374,50	\$408,20	\$453,10	\$512,00
Total	\$4.050,00	\$6.366,50	\$10.205,00	\$14.952,30	\$20.992,00
Análisis de Costos	27	35	43	52	61
precio	\$400,00	\$214,00	\$233,26	\$258,92	\$292,58
Total	\$10.800,00	\$7.490,00	\$10.030,18	\$13.463,84	\$17.847,38
Diseño de Modelos de Gestión Financieras	35	38	42	45	49
precio	\$450,00	\$321,00	\$349,89	\$388,38	\$438,87
Total	\$15.750,00	\$12.198,00	\$14.695,38	\$17.477,10	\$21.504,63
Diseño de Plan de negocios	9	15	22	30	38
precio	\$400,00	\$321,00	\$349,89	\$388,38	\$438,87
Total	\$3.600,00	\$4.815,00	\$7.697,58	\$11.651,40	\$16.677,06
Diseño de Planificación Estratégica	7	12	17	20	26
precio	\$450,00	\$428,00	\$466,52	\$517,83	\$585,15
Total	\$3.150,00	\$5.136,00	\$7.930,84	\$10.356,60	\$15.213,90
INGRESOS POR VENTAS	\$43.750,00	\$50.985,50	\$75.284,54	\$104.667,17	\$144.313,32

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.6.8. Gastos proyectados

Los gastos están proyectados en base a futuras actividades que puede realizar la consultora para cumplir con las expectativas de cubrir el servicio.

Tabla 23-5: Gastos proyectados

AÑO	1	2	3	4	5
Depreciación y amortización	\$ 2.778,00	\$ 2.778,00	\$ 2.778,00	\$ 2.778,00	\$ 2.778,00
Servicios básicos	\$ 960,00	\$ 979,20	\$ 998,78	\$ 1.018,76	\$ 1.039,13
Relaciones publicas	\$ 360,00	\$ 367,20	\$ 374,54	\$ 382,03	\$ 389,68
Viáticos y movilización	\$ 900,00	\$ 918,00	\$ 936,36	\$ 955,09	\$ 974,19
Suministros	\$ 400,00	\$ 408,00	\$ 416,16	\$ 424,48	\$ 432,97
Sueldos y beneficios legales	\$ 34.200,00	\$ 34.884,00	\$ 35.581,68	\$ 36.293,31	\$ 37.019,18
Total	\$ 39.598,00	\$ 40.334,40	\$ 41.085,52	\$ 41.851,67	\$ 42.633,15

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.6.9. Estado de resultados

El cuadro nos muestra las utilidades proyectadas que se pueden generar con la implementación de la consultora financiera siendo el resultado de los ingresos menos los gastos que se pueden generar durante los 5 años de vida estimada del proyecto.

Tabla 24-5: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	año 2	año 3	Año 4	Año 5
Ingreso de servicios	\$43.750,00	\$ 50.985,50	\$ 75.284,54	\$104.667,17	\$144.313,32
Costo de operación	\$ 39.598,00	\$ 40.334,40	\$ 41.085,52	\$ 41.851,67	\$ 42.633,15
Utilidad antes de impuesto	\$ 4.152,00	\$ 10.651,10	\$ 34.199,02	\$ 62.815,50	\$ 101.680,07
15% trabajadores	\$ 622,80	\$ 1.597,67	\$ 5.129,85	\$ 9.422,33	\$ 15.252,03
Utilidad neta	\$ 3529,20	\$ 9.053,44	\$ 29.069,17	\$ 53.393,18	\$ 86.428,04

Realizado por: Sailema, A, 2022.

5.6.10. Evaluación financiera

La evaluación financiera del proyecto se fundamenta en la verificación y análisis de la información contenida en el estudio financiera, tiene como fin definir la mejor opción de inversión, a través de aplicación de criterios de evaluación.

5.6.10.1. Flujo de efectivo – FE

Es el ingreso neto periódico que se estima utilidad neta. Para el cálculo de los flujos de efectivo utilizamos la siguiente formula

$$FE = Utilidad Neta + Depreciación + Amortización$$

Tabla 25-5: Flujo de efectivo

Años	Utilidad neta	Depreciaciones	Amortizaciones	Flujo de efectivo
0		-	-	-
1	\$ 3.529,20	1878	900	\$ 6.307,20
2	\$ 9.053,44	1878	900	\$ 11.831,44
3	\$ 29.069,17	1878	900	\$ 31.847,17
4	\$ 53.393,18	1878	900	\$ 56.171,18
5	\$ 86.428,04	1878	900	\$ 89.206,04

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Para determinar la validez del proyecto se necesita que los FE sean positivos, en el cuadro anterior notamos en cada año el signo es positivo lo que indica que cumple con esta condición y permite seguir con el estudio de este emprendimiento.

5.6.10.2. VAN valor actual neto

Valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originado por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual es decir actualizar mediante una tasa todos los flujos de caja proyectados. A este valor se le resta la inversión inicial de tal modo el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

En el presente proyecto el VAN se lo ha estimado en base al porcentaje de inflación acumulada de acuerdo al Banco Central del Ecuador, el siguiente cuadro nos demuestra el cálculo del VAN:

Tabla 26-5: VAN

VAN 1,94%

Año	Flujo de efectivo	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo actualizado	Flujo de Efectivo acumulado
0	\$-42.260,00	1	\$-42.260,00	\$-42.260,00
1	\$6.306,20	0,980969198	\$6.186,19	\$-36.073,81
2	\$11.831,44	0,962300567	\$11.385,40	\$-24.688,41
3	\$31.847,17	0,943987215	\$30.063,32	\$5.374,91
4	\$56.171,18	0,92602238	\$52.015,77	\$57.390,68
5	\$89.206,04	0,908399431	\$81.034,72	\$138.425,40
		VAN		\$98.168,76

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Actualizando los flujos del proyecto estos son positivos durante los años de la inversión, condición que es básica para comprobar la rentabilidad del proyecto, es decir que los mismos en el flujo de efectivo acumulado, se recuperan hasta el año 5.

5.6.10.3. *Período de recuperación de la inversión (PRI)*

El PRI es un indicador que establece el tiempo en que los inversionistas recuperan su inversión y esta les genera utilidades.

Se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$PRI = \text{AÑO ANTERIOR} + \frac{\text{FLUJO DE EFECTIVO AÑO}}{\text{INVERSION}}$$

$$PRI = 2 + \frac{30063,32}{42.260,00}$$

$$PRI = 2,711389494$$

La información se toma de los datos que arroja la tabla del VAN la misma que se actualizado al 1,94% inflación acumulada en el año 2021 de acuerdo con datos del Banco Central del Ecuador.

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

Tabla 27-5: Periodo de recuperación de la inversión

Año	Flujo de efectivo	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo actualizado	Flujo de Efectivo acumulado
0	\$-42.260,00	1	\$-42.260,00	\$-42.260,00
1	\$6.306,20	0,980969198	\$6.186,19	\$-36.073,81
2	\$11.831,44	0,962300567	\$11.385,40	\$-24.688,41
3	\$31.847,17	0,943987215	\$30.063,32	\$5.374,91
4	\$56.171,18	0,92602238	\$52.015,77	\$57.390,68
5	\$89.206,04	0,908399431	\$81.034,72	\$138.425,40
		VAN		\$98.168,76

Realizado por: Sailema, A, 2022.

La inversión se recupera hasta el 2do año y 242 días, situación que es aceptable ya que está dentro de la vida estimada del proyecto

5.6.10.4. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto expresada por la TIR supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

CÁLCULO DE LA TIR

$$TIR = r_2 + (r_2 - r_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

DONDE:

$$r_1 = 0.0194$$

$$r_2 = 0.062$$

$$VAN_1 = \$ 98.168,76$$

$$VAN_2 = \$ 52.209,46$$

Tabla 28-5: Tasa interna de retorno

Año	Van 1 1,94%				VAN 2 6,2%		
	Flujo de efectivo	Factor de actualización	Flujo de Efectivo actualizado	Flujo de Efectivo acumulado	Factor de actualización	Flujo de efectivo actualizado	Flujo de efectivo acumulado
0	\$42.260,00	1	\$-42.260,00	\$-42.260,00		\$-42.260,00	\$-42.260,00
1	\$6.306,20	0,980969198	\$6.186,19	\$-36.073,81	0,941619586	\$5.938,04	\$-36.321,96
2	\$11.831,44	0,962300567	\$11.385,40	\$-24.688,41	0,886647444	\$10.490,32	\$-25.831,64
3	\$31.847,17	0,943987215	\$30.063,32	\$5.374,91	0,834884599	\$26.588,71	\$757,07
4	\$56.171,18	0,92602238	\$52.015,77	\$57.390,68	0,78614369	\$44.158,62	\$44.915,69
5	\$89.206,04	0,908399431	\$81.034,72	\$138.425,40	0,740248296	\$66.034,62	\$110.950,31
VAN				\$98.168,76			\$52.209,46

Realizado por: Sailema, A, 2022.

$$TIR = r2 + (r2 - r1) \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2}$$

$$TIR = 0,062 + (0,062 - 0,0194) \frac{98.168,76}{98.168,76 - 52.209,46}$$

$$TIR = 0,22$$

$$TIR = 22\%$$

El criterio para el cálculo ha sido en términos pesimistas para comprobar la rentabilidad del proyecto. La tasa interna de retorno anual del proyecto es del 22% la cual es mayor a los costos de oportunidad que ofrece el mercado, lo que significa que el proyecto es rentable y resulta atractivo para la inversión

5.6.10.5. Relación beneficio – costo (RBC)

Para el cálculo de la relación beneficio - costo hemos actualizado tanto los ingresos como los egresos a una tasa del 4,2% anual (VAN 2), como se presenta en el siguiente cuadro

Tabla 29-5: Relación Beneficio Costo

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0			1	0	0
1	\$43.750,00	39.598,00	0,941619586	\$41.195,86	\$37.286,25
2	\$50.985,50	40.334,40	0,886647444	\$45.206,16	\$35.762,39
3	\$75.284,54	41.085,52	0,834884599	\$62.853,90	\$34.301,67
4	\$104.667,17	41.851,67	0,78614369	\$82.283,44	\$32.901,43
5	\$144.313,32	42.633,15	0,740248296	\$106.827,69	\$31.559,12
	TOTAL			\$338.367,05	\$171.810,86

Realizado por: Sailema, A, 2022.

$$BC = \frac{INGRESOS ACTUALIZADOS}{EGRESOS ACTUALIZADOS}$$

$$BC = \frac{338.367,05}{171.810,86}$$

$$BC = 1,97$$

La relación beneficio costo es de \$ 1,97 es decir por cada dólar invertido genera una utilidad de \$ 0,97 centavos., el mismo que es un parámetro que puede permitir la acogida del proyecto por parte de inversionistas.

5.6.10.6. Punto de equilibrio

Tabla 30-5: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	1	2	3	4	5
VENTAS	\$43.850,00	\$50.985,50	\$75.284,54	\$104.667,17	\$144.313,32
COSTOS FIJOS					
Depreciación	\$1.878,00	\$1.878,00	\$1.878,00	\$1.878,00	\$1.878,00
Amortización	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00
Sueldos	\$34.200,00	\$34.884,00	\$35.581,68	\$36.293,31	\$37.019,18
TOTAL CF	\$36.978,00	\$37.662,00	\$38.359,68	\$39.071,31	\$39.797,18
COSTOS VARIABLES					
Servicios Básicos	\$960,00	\$979,20	\$998,78	\$1.018,76	\$1.039,13
Relaciones publicas	\$360,00	\$367,20	\$374,54	\$382,03	\$389,68
Viáticos y movilización	\$900,00	\$918,00	\$936,36	\$955,09	\$974,19
Suministros	\$600,00	\$612,00	\$624,24	\$636,72	\$649,46
TOTAL CV	\$2.820,00	\$2.876,40	\$2.933,93	\$2.992,61	\$3.052,46
PUNTO DE EQUILIB	\$39.519,51	\$39.913,78	\$39.915,22	\$40.221,30	\$40.657,14

Realizado por: Sailema, A, 2022.

Fórmula

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS TOTALES}}$$

El cuadro demuestra los ingresos que debe generar la empresa durante los cinco años de funcionamiento, con los cuales la empresa no perdería, pero tampoco obtendría utilidades, es decir estaría generando recursos para cubrir los egresos de la misma.

5.6.10.7. Estados financieros proyectados

Con todos los cálculos elaborados anteriormente se ha elaborado los estados financieros proyectados los mismos que se muestran a continuación

Tabla 31-5: Estado de situación inicial

ACTIVOS		
CORRIENTE		
Caja - Bancos	\$ 9.430,00	\$ 9.430,00
Inventarios	\$ -	
FIJOS		
Terrenos	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Depreciables		
Edificios	\$ 9.700,00	\$ 18.780,00
Muebles y Enseres	\$ 3.200,00	
Equipo de Oficina	\$ 5.880,00	
DIFERIDOS		
Gastos de constitución	\$ 2.000,00	\$ 7.000,00
Gastos de instalación	\$ 3.000,00	
Gastos de capacitación y puesta en marcha	\$ 2.000,00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 42.210,00
PASIVOS		
CORRIENTES		
Préstamos bancarios		
PATRIMONIO		
Capital Social	\$ 42.210,00	
Aporte accionistas		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 42.210,00

Realizado por: Sailema, A, 2022.

CONCLUSIONES

- En base al estudio realizado de mercado, se pudo determinar que la consultoría en el área financiera y administrativa es factible, esto se establece ya que existe el precedente de que en la zona de estudio no existe una institución que brinde varias opciones de servicios tanto administrativos como financieros con un mercado potencial en la zona d 28058 emprendimientos actuales.
- La cantidad de empresas existentes en la ciudad de Ambato, presentan una tendencia de crecimiento considerable por año, de acuerdo con la base de datos del instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, por lo que se determina que existe una demanda potencial con una aceptación del 95% porcentaje estimado de acuerdo con las encuestas realizadas.
- La determinación del tamaño adecuado del proyecto permitirá establecer la cantidad efectiva de servicios que la consultoría SICA CIA LTDA ofrecerá durante los cinco años de proyección, reduciendo de esta forma los gastos e incremento los ingresos atribuibles al proyecto, para iniciar el tamaño cubrirá el 5% de la demanda insatisfecha, a partir del segundo año el incremento será del 2% para cada año de vida del proyecto.
- El análisis ponderado de los factores de localización, han permitido establecer el sitio estratégico donde se ubicará la compañía en este caso será la ciudad de Ambato al este de la ciudad siendo un lugar accesible y seguro para los clientes que acudirán a la compañía a solicitar los servicios.
- Realizando la evaluación financiera se ha determinado que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero ya que el van es positivo\$ 98.168,76 USD, la tasa interna de retorno TIR de 22% y el PRI es de 2 años y 242 días.

RECOMENDACIONES

Luego de haber realizado el estudio de factibilidad para la creación de la CONSULTORA FINANCIERA SICA CIA LTDA se realiza las siguientes recomendaciones:

- Al determinar la factibilidad técnica, económica y financiera del proyecto se recomienda ponerlo en marcha ya que es una buena oportunidad de inversión de esta manera crear actividades productivas que fomente el crecimiento económico.
- Ofrecer un servicio personalizado, a precios razonables y al ser una entidad que se considera en la ciudad de Ambato, brindara una asistencia técnica rápida, oportuna y permanente acorde a la realidad de la zona, con facilidades para contratar y pagar el servicio, de manera que los clientes estén satisfechos con los cambios generados, con la atención y la calidad en los servicios que reciban por parte de los miembros de la compañía.
- Aplicar la estructura organizacional propuesta, en la cual se establece un marco que completa las responsabilidades funciones y requisitos que deben cumplir los candidatos para los cargos, quienes apoyaran al cumplimiento de los objetivos de la compañía.

GLOSARIO

Actividad Económica: Conjunto de actos realizados por las personas para satisfacer necesidades

Activo: Comprende todos los bienes y servicios y los derechos de una entidad

Capital Social: Cuenta del patrimonio que comprende los valores de los certificados de aportación suscritos

Compañía: Persona jurídica integrada por dos o más personas

Consultor: Es una persona que está en condiciones de ejercer cierta influencia sobre un individuo.

Inversionistas: Persona natural o jurídica que decide en base a su capital y préstamo colocarlos en actividades productivas

Proyecto: Dese el punto de vista económico, propone la producción de algún bien o la prestación de algún servicio.

Punto De Equilibrio: Es la igualdad entre los ingresos por ventas y costos de producción es la compresión dentro ingresos y costos

Target: Termino que se utiliza habitualmente en publicidad para designar al destinatario ideal de un determinada campaña, producto o servicio

Valor Actual Neto: Es el valor puesto al día de todos los flujos de caja esperados de un proyecto de inversión

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, R. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de asesoría tributaria y contable en la ciudad de Ibarra*. (Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana). Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/3600>
- Angeles, C. (2018). *Diseño de infraestructura*. Recuperado de: <http://si628mariacruzcamacho123.blogspot.com/2015/03/importancia-de-la-infraestructura-para.html>
- Arguello, A. (2020). *Administración de Empresas*. Bolívar-Guayas: Primera .
- Arias, A. (s.f.). *Liquidez*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/liquidez.html>
- Arquímedes, L. (2017). *Estudio de factibilidad de creación empresa de consultorías en NIIF*. Bogotá: Color.
- Babbie. (2018). *Investigación*. Recuperado de: http://www.dre-learning.com/download/cursos/mdli/parte_4.htm
- Barojas, A. (2019). *Población - Muestra*. México: Poter.
- Bedoya, D. C. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios para el hogar “Instalaciones y Acabados EU” en el municipio de Palmira*. (Tesis de pregrado, Universidad del Valle). Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/19026/0602484.pdf?sequence=1>
- Chavarro, T. (2019). *Los estados financieros*. Ecuador: Nueva.
- Còrdoba, M. (2019). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá. Ecoe ediciones.
- Estela, M. (2019). *Organigrama*. Recuperado de: <https://concepto.de/organigrama/>
- Estupiñan, R. (2020). *Análisis Financiero y de Gestión*. Bogotá: Tercera.
- Franco. (2019). *Marco Metodológico*. Moterey: Color.
- Galán, J. (2018). *Asesoría*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/asesoria.html>
- Gavilos. (2019). *Patrimonio*. Recuperado de: https://www.gavilos.com/cursos/curso_de_contabilidad/1_que_es_el_patrimonio.html
- Gitman, L. (2019). *Fundamentos de inversión. En Fundamentos de inversión*. México: Pablo Miguel Guerrero Rosas.
- Graus, A. (2016). *Activo y pasivo*. Recuperado de: <https://www.significados.com/activo-y-pasivo/#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20Activo%20y%20pasivo,lo%20que%20la%20empresa%20debe>.
- Guerra, C. (2018). *Análisis de la factibilidad*. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6346/1/T2692-MBA-Guerra-Analisis.pdf>
- Hechen, J. (2017). *Estadístico matemático*. Bogotá: Blanco.

- Hernández. (2008). *Población* . México: Trillas.
- Iguazú, A. (2018). *Importancia de la consultoría*. Recuperado de: <http://fenorconsultora.com/editorial002.html#:~:text=El%20proceso%20de%20consultor%C3%ADa%20en,internos%20como%20en%20los%20m%C3%A1s>
- INEC. (2020). *Visualizador de estadísticas empresariales 2020*. Recuperado de: <https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadsticasEmpresariales2020/Dportada>
- Inmaculada, I. (2018). *Proyectos* . Recuperado de: <https://www.webcolegios.com/file/91ed52.pdf>
- Kotler, B. y. (23 de Abril de 2019). *Estudio del Mercado* . Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Kvale, S. (2019). *Entrevista* . Colombia : Blanco y negro .
- Lara, B. (2019). *Como elaborar proyectos de inversión pasó a pasó*. Quito: Oseas Espín.
- Luna, R. (2001). *Guía para Elaborar Estudios de Factibilidad*. Guatemala: Pearson Educación.
- Mejía, E. (2018). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Sangolquí: David Andrade Aguirre.
- Mendez, T. (2017). *Consultoría*. Recuperado de: <https://www.pwc.com/ia/es/carreras/consultoria.html#:~:text=La%20consultor%C3%ADa%20es%20un%20servicio,conocimiento%2C%20las%20habilidades%20de%20los>
- Mokate, R. (2018). *Evaluación Económica* . Colombia: Trillas.
- Montealegre, M. (2018). *Servicio nacional de aprendizaje centro de servicios administrativos*. Recuperado de: <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/DEFINICI%C3%93N-DE-PROYECTO/1608088.html>
- Paul, M. (2001). *Finanzas*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/finanzas.html>
- Pérez, J. (2010). *Proyección*. Recuperado de: <https://definicion.de/proyeccion/>
- Piergiorgo, C. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. México: McGraw-Hill.
- Pimentel, E. (2018). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Recuperado de: [doi:https://docplayer.es/6823595-Formulacion-y-evaluacion-de-proyecto-de-inversion-aspectos-teoricos-y-practicos-edmundo-pimentel.html](https://docplayer.es/6823595-Formulacion-y-evaluacion-de-proyecto-de-inversion-aspectos-teoricos-y-practicos-edmundo-pimentel.html)
- Quiroa, M. (2018). *Mercado*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Raffino, M. (2010). *Servicio*. Recuperado de: <https://concepto.de/servicio/>.
- Rodriguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* . Mexico: Pearson Educación.
- Ruiz, A. (2020). *Estudio de mercado*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/irenepringle7/estructura-de-una-propuesta-de-investigacin>
- Santos, M. (2017). *Investigación de mercados*. España: Diaz de Santos.

- Váquiro, J. (2019). *Periodo de Recuperación de la Inversión*. Recuperado de:
<https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- Vargas. (2018). *Poblacion y muestra*. Venezulea: Luminia.
- Vásquez, L. (2018). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: Diaz de Santos.
- Vicente, G. (2019). *Consultor*. Recuperado de:
<https://fca.uta.edu.ec/v3.2/servicios/observatorio/revistas/revista2.pdf>
- Viñan, J., Puente, M., Avalos, J., & Cordova, J. (2018). *Proyectos de Inversión en un enfoque práctico*. Recuperado de: <http://cimogsys.esepoch.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoque%20pra%CC%81ctico.pdf>
- Zorrilla, W. (Enero de 2019). *Investigación descriptiva*. Recuperado de:
<https://sites.google.com/site/misitioweboswaldotomala2016/tipos-de-investigacion?tmpl=/system/app/templates/print/&showPrintDialog=1#:~:text=El%20estudio%20exploratorio%20se%20centra,caso%20es%20sin%C3%B3nimo%20de%20medir.>



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS



Objetivo: DETERMINAR LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE ASESORÍA FINANCIERA EN EL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

Lea detenidamente cada ítem. Es muy fácil de responder, en la mayoría de las preguntas se le pide que elija entre varias posibilidades, entonces sólo tendrá que poner una “X” dentro de los cuadrados de las respuestas que haya elegido.

1. ¿Su empresa tiene definidos sus objetivos y metas?

a) Si	
b) No	

2. ¿Han sido alcanzados los objetivos y metas propuestas en su empresa?

a) Si	
b) No	

3. ¿Cuáles son las causas por las que no se han alcanzado las metas y objetivos propuestos?

a) Falta de Planificación	
b) Falta de recursos	
c) Mala administración	
d) Desconocimiento	

4. ¿Su empresa tiene un control contable, financiero y administrativo?

a) Si	
b) No	

5. ¿Quién lleva el control contable, financiero y administrativo en su empresa?

a.- Propietario	
b.- Empleados	
c.- Otros	

6. ¿Su empresa estaría dispuesta a contratar nuestros servicios de asesoría financiera y administrativa?

a) Si	
b) No	

7. ¿Qué tan importante es para usted el resultado económico obtenido por su empresa?

a) Muy importante	
b) Importante	
c) Poco importante	

8. ¿De los siguientes servicios cuál sería el que requiere de atención primordial en su empresa?

a) Actualización de registro contable y tributario	
b) Análisis Financiero	
c) Análisis de Costos	
d) Diseño de Modelos de Gestión Financieras	
e) Diseño de Plan de negocios	
f) Diseño de Planificación Estratégica	

9. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría que se encuentre ubicada nuestra empresa de asesoramiento financiero y administrativo?

a) Al norte de la ciudad	
b) Al sur de la ciudad	
c) Al este de la ciudad	

Gracias por su atención...

ANEXO B: SUELDOS Y SALARIOS

PROYECCION DE SUELDOS Y SALARIO

Realizado por: Sailema, A, 2022.

N°	Cargo	Nombre	sueldo básico	Total	IESS 9,35%	Decimo III	Decimo IV	TOTAL
Departamento Administrativo								
1	Gerente	Marlon Ruiz	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 84,15	\$ 75,00	\$ 37,50	\$ 1.096,65
1	Secretaria	Maribel Díaz	\$ 450,00	\$ 500,00	\$ 42,08	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 604,58
			\$ 1.350,00	\$ 1.400,00	\$ 126,23			\$ 1.701,23
Departamento de Servicio								
1	Analista 1	Alex Criollo	\$ 500,00	\$ 600,00	\$ 46,75	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 721,75
1	Analista 2	Alejandro Bravo	\$ 500,00	\$ 600,00	\$ 46,75	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 721,75
1	Analista 3	Eliseo Aldaz	\$ 500,00	\$ 600,00	\$ 46,75	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 721,75
			\$ 1.500,00	\$ 1.800,00	\$ 140,25			\$ 2.165,25
	TOTAL	MENSUAL	\$ 2.850,00		\$ 266,48			\$ 3.866,48
		ANUAL	\$ 34.200,00					



epoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 13 / 02 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: ALEX ISRAEL SAILEMA CRIOLLO
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADO EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



0348-DBRA-UPT-2023