



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE ASESORÍA PARA EL ESTABLECIMIENTO DE NUEVAS
PYMES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2020**

Autora

Dyana Carolina Estévez Alarcón

Tutor/a

Ing. Marcelo Ríos

QUITO – ECUADOR

2021

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Dyana Carolina Estévez Alarcón declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA QUE OFREZCA SERVICIOS DE ASESORÍA EN LA CREACIÓN DE PYMES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2020”, como requisito para optar al grado de “Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, 2020, firmo conforme:

Autor: Dyana Carolina Estévez Alarcón

Firma: 

Número de Cédula: 1726369711

Dirección: Pichincha, Quito, Calderón.

Correo Electrónico: estevezcarolina1998@hotmail.com

Teléfono: 0987129996

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA QUE OFREZCA SERVICIOS DE ASESORÍA EN LA CREACIÓN DE PYMES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2020” presentado por Dyana Carolina Estévez Alarcón, para optar por el Título de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 07 de Junio del 2021



.....
Ing. Marcelo Ríos.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 07 Junio 2021



Dyana Carolina Estévez Alarcón
1726369711

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA QUE OFREZCA SERVICIOS DE ASESORÍA EN LA CREACIÓN DE PYMES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2020, previo a la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 07 Junio 2021

Para constancia firman:



Msc. María Fernanda Becerra
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Eco. Mercedes Galárraga C.
VOCAL



Andrés Palacio F, MBA
VOCAL

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico a mis padres Luis Estévez e Irene Alarcón por brindarme su apoyo incondicional, la paciencia necesaria, conocimientos y experiencias más importantes de mi vida, por enseñarme con su ejemplo que la perseverancia es uno de los aspectos que debe tener una persona para cumplir todos sus propósitos, por su ayuda para construir mi camino y plantearme las metas correctas. A mis hermanos, Sofía e Israel quiénes más que hermanos han sido mis mejores amigos, por ofrecerme sus consejos y conocimientos profesionales, siendo una pieza clave para el desarrollo del presente proyecto, a mis mascotas Pelusa, Trixi y Mixi las cuales me han sabido brindar tranquilidad y felicidad, por último, a mis profesores quienes han demostrado tener una verdadera vocación al momento de enseñar.

Carolina Estévez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de vivir junto a mis padres, quienes han sabido guiarme de forma correcta, a mis hermanos por ayudarme en todo momento, a mis perritas por su fidelidad y a mi tutor quien me ha entregado tiempo para concluir este proyecto.

Carolina Estévez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
INDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN.....	17
Objetivos del trabajo de titulación.....	19
Objetivo General.....	19
Objetivos Específicos	19
CAPITULO I.....	20
1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	20
1.1 Objetivo del estudio del mercado.	20
1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio.....	20
1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.	20
1.2.2. Tabla de características del producto o servicio	22
1.3 Mercado	23
1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio.....	23
1.3.2. Demanda Potencial	44
1.4. Análisis del Macro y Microambiente.....	47
1.4.1. Análisis del micro ambiente.	47
1.4.2. Análisis del macro ambiente.....	48

1.4.3. Proyección de la oferta.	49
1.5. Demanda Potencial Insatisfecha.	51
1.6. Diseño de la marca(Branding)	51
1.7. Estrategias de Marketing.	53
1.8. Publicidad a realizar.....	54
1.9. Canales de Distribución	54
1.10. Seguimiento de Clientes	54
1.11. Especificar mercados alternativos	55
CAPÍTULO II.....	56
2 Operaciones	56
2.1 Objetivos del Capítulo.	56
2.2 Descripción del proceso.....	56
2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.	56
2.1.1 Descripción de instalaciones, equipos y personas.	63
2.1.1 Tecnología a aplicar.....	67
2.3 Capacidad de Producción.....	68
2.3.1 Capacidad de Producción Futura.	68
2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción.	68
2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....	68
2.5 Calidad.	69
2.5.1 Método de Control de Calidad.....	69
2.6 Normativas y Permisos que afectan a la Instalación del negocio.	71
2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.	71
CAPITULO III	72
3 Organización y Gestión	72
3.1 Objetivo del capítulo.....	72
3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos.	72
3.2.1. Visión de la Empresa.	72

3.2.2 Misión de la Empresa.	72
3.2.3 Objetivos y Estrategias	73
3.2.3 Objetivos y Estrategias.	77
3.3 Organización Funcional de la Empresa.	78
3.3.1 Organización Interna.....	78
3.3.2 Descripción de puestos.	79
3.4 Control de Gestión.	84
3.4.1 Indicadores de Gestión.....	84
3.5 Necesidades del personal	85
CAPITULO IV	86
4 Jurídico Legal	86
4.1 Objetivos del capítulo.	86
4.2 Determinación de la forma jurídica.	86
4.3 Registros de marcas.	89
4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.	89
CAPITULO V	91
5 Evaluación Financiera	91
5.1 Objetivos del capítulo.	91
5.2 Plan de inversiones.	91
5.3 Cálculo de Costos y Gastos.	92
5.3.1 Mano de Obra	92
5.3.2 Depreciación.	95
5.3.3 Proyección de la depreciación.	95
5.3.4 Detalle de Costos.	96
5.3.5 Proyección de Costos.....	97
5.3.6 Detalle de Gastos.	99
5.3.7 Proyección de Gastos.....	100
5.4 Plan de Financiamiento.....	102

5.4.1 Forma de financiamiento.	102
5.5 Cálculo de Ingresos.....	102
5.5.1 Proyección de Ingresos	103
5.6 Punto de equilibrio.....	105
.....	107
5.7 Estado de Resultados Proyectado.	107
5.8 Flujo de Caja.....	109
5.9 Evaluación financiera.	116
5.9.1 Indicadores.....	116
ANEXOS.....	119
Anexo 1 Evidencia de resultados de encuesta.	119
Anexo 2: Cuadro de amortización del préstamo de 3°	120
REFERENCIAS.....	121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descripción del Servicio Completo	21
Tabla 2 Características del Servicio.....	22
Tabla 3 Categorización de Sujetos.....	23
Tabla 4 Dimensión Conductual.	24
Tabla 5 Dimensión Geográfica.	24
Tabla 6 Dimensión Demográfica.	25
Tabla 7 Método de Recolección de información.	26
Tabla 8 Método de Recolección de información.	27
Tabla 9 ¿Cuál es el rango de su edad?	31
Tabla 10 ¿Estaría usted interesado/ada en crear su propio negocio?.....	32
Tabla 11 En caso de ser Si, la respuesta anterior, ¿A qué tipo de sector le gustaría dirigirse?	33
Tabla 12 ¿Ha solicitado la ayuda de una Empresa Asesora para crear un negocio? 34	
Tabla 13 ¿Qué medio le parece más accesible, para adquirir el capital inicial que requiere su negocio?	35
Tabla 14 De los siguientes departamentos que componen a una empresa, ¿Cuáles cree que son más relevantes para el funcionamiento óptimo del negocio?.....	37
Tabla 15 ¿Cuál es el rango que está dispuesto a pagar por una asesoría mensualmente, para iniciar su negocio?	38
Tabla 16 ¿En qué sector del Distrito Metropolitano de Quito, le gustaría que se encuentren las oficinas de la consultora "Business Begin"?	39
Tabla 17 ¿Por qué medio le gustaría conocer sobre los servicios que ofrece la consultora "Business Begin"?	41
Tabla 18 En el caso de ingresar al mercado una Empresa Consultora, que brinde asesoría sobre los procesos correctos y óptimos para iniciar y mantener su negocio. ¿Usted ocuparía sus servicios?	42
Tabla 19 En el caso de que la pregunta anterior haya respondido Sí. ¿Cuántas veces estaría dispuesta/o a ocupar nuestro servicio de asesoría?	43
Tabla 20 Proyección de la demanda.	45
Tabla 21 Índice TEA.....	46
Tabla 22 Matriz MPC.	49
Tabla 23 Valoración Asimétrica MPC.....	47

Tabla 24 Proyección de la Oferta.	50
Tabla 25 Proyección de la oferta	51
Tabla 26 Demanda Potencial Insatisfecha	51
Tabla 27 Diseño de publicidad.	53
Tabla 28 Relato de Procesos operativos.	58
Tabla 29 Diagrama SIPOC de Gestión Comercial.	59
Tabla 30 Diagrama SIPOC Gestión de Investigación.	61
Tabla 31 Descripción de equipo.	64
Tabla 32 Descripción de personas.	65
Tabla 33 Número de trabajadores.	66
Tabla 34 Capacidad de Producción Futura	68
Tabla 35 Recursos necesarios para el servicio.....	69
Tabla 36 Análisis FODA	73
Tabla 37 Matriz EFE.....	74
Tabla 38 Matriz EFI.....	76
Tabla 39 Descripción del puesto de Gerente General.....	79
Tabla 40 Descripción del puesto de Secretaria.....	80
Tabla 41 Descripción del puesto de Asistente Administrativa	81
Tabla 42 Descripción del puesto de Vendedor.	82
Tabla 43 Descripción del puesto de Investigador.	83
Tabla 44 Indicadores de Gestión.	84
Tabla 45 Necesidades del personal.	85
Tabla 46 Requisitos para la obtención de Patente.	89
Tabla 47 Plan de Inversiones.	91
Tabla 48 Capital de trabajo	92
Tabla 49 Rol de pagos.	93
Tabla 50 Rol de provisiones.	94
Tabla 51 Cálculo de depreciaciones.	95
Tabla 52 Proyección de la depreciación.	96
Tabla 53 Detalle de Costos -Servicios	96
Tabla 54 Proyección de costos.....	98
Tabla 55 Detalle de Gastos.	99
Tabla 56 Proyección de Gastos.....	100
Tabla 57 Plan de Financiamiento.....	102

Tabla 58 Determinación del precio de venta unitario.....	102
Tabla 59 Cálculo de ingreso anual.....	103
Tabla 60 Proyección de Ingresos.....	104
Tabla 61 Valores para establecer punto de equilibrio.....	105
Tabla 62 Estado de Resultados.....	108
Tabla 63 Flujo de Caja.....	109
Tabla 64 Cálculo de TMAR.....	116
Tabla 65 Cálculo de VAN.....	116
Tabla 66 Cálculo de la tasa interna de retorno.....	117
Tabla 67 Costo- Beneficio.....	117
Tabla 68 Periodo de recuperación.....	118
Tabla 69 Devolución de préstamo 3° personas.....	120

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Cuál es el rango de su edad?	31
Gráfico 2 ¿Estaría usted interesado/a en crear su propio negocio?	32
Gráfico 3 En caso de ser SI, la respuesta anterior. ¿A qué tipo de sector le gustaría dirigirse?	33
Gráfico 4 ¿Ha solicitado la ayuda de una Empresa Asesora para crear un negocio?	35
Gráfico 5 ¿Qué medio le parece más accesible, para adquirir el capital inicial que requiere su negocio?	36
Gráfico 6 De los siguientes departamentos que componen a una empresa, ¿Cuáles cree que son más relevantes para el funcionamiento óptimo del negocio?	37
Gráfico 7 ¿Cuál es el rango que está dispuesto a pagar por una asesoría mensualmente, para iniciar su negocio?	38
Gráfico 8 ¿En qué sector del Distrito Metropolitano de Quito, le gustaría que se encuentren las oficinas de la consultora "Business Begin"?	40
Gráfico 9 ¿Por qué medio le gustaría conocer sobre los servicios que ofrece la consultora "Business Begin"?	41
Gráfico 10 En el caso de ingresar al mercado una Empresa Consultora, que brinde asesoría sobre los procesos correctos y óptimos para iniciar y mantener su negocio. ¿Usted ocuparía sus servicios?	42
Gráfico 11 En el caso de que la pregunta anterior haya respondido Sí. ¿Cuántas veces estaría dispuesta/o a ocupar nuestro servicio de asesoría?	43
Gráfico 12 Proyección de la demanda.	47
Gráfico 13 Mapa de Procesos.	57
Gráfico 14 Flujograma de Comercialización.	60
Gráfico 15 Flujo de Investigación.	62
Gráfico 16 Objetivos Estratégicos.	77
Gráfico 17 Organigrama Estructural Business Begin.	78
Gráfico 18 Organigrama Funcional Business Begin.	79
Gráfico 19 Punto de Equilibrio- Servicio Inicial	106

ÍNDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1 Logotipo.....	52
Ilustración 2 Canal de Distribución directo.	54
Ilustración 3 Instalaciones Business Begin.....	63
Ilustración 4 Requisitos para Constituir una S.A.S.	87
Ilustración 5 Pasos para la Constitución de una S.A.S.	88
Ilustración 6 Pasos para solicitar la LUAE.....	90
Ilustración 7 Evidencia de resultados.	119

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA QUE OFREZCA SERVICIOS DE ASESORÍA EN LA CREACIÓN DE PYMES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2020

AUTORA: Dyana Carolina Estévez Alarcón

TUTOR: Ing. Marcelo Ríos

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio busca implementar una empresa que ofrezca servicios de asesoría en la creación de PYMES, para lo cual se desarrollaron cinco capítulos, cada uno enfocado en un área fundamental de la empresa. El negocio surge con la finalidad de establecer estrategias de mercado, determinando la aceptación del público objetivo, el cual pretende definir procesos óptimos para cada área con ayuda de herramientas administrativas, asignando tareas a cada colaborador de trabajo para evitar desperdicios en el tiempo del personal, con ayuda del desarrollo de los primeros capítulos se puede determinar la rentabilidad del negocio con indicadores financieros como lo son el VAN, TIR, el periodo de recuperación y el costo beneficio, cabe recalcar que el precio de venta es competente en el mercado, dando como prioridad la calidad en el servicio de asesoría, estableciendo un proyecto viable con un tiempo de recuperación a largo plazo.

DESCRIPTORES: calidad, procesos, pymes, servicio.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

THEME: BUSINESS PLAN FOR THE IMPLEMENTATION OF A COMPANY THAT OFFERS ADVISORY SERVICES IN THE CREATION OF SMES IN THE METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO YEAR 2020

AUTHOR: Dyana Carolina Estévez Alarcón

TUTOR: Ing. Marcelo Ríos

ABSTRACT

This business plan seeks to implement a company that offers advisory services in the creation of PYMES, for which it was developed five chapters, each chapter is focused on every fundamental area the company. This business plan born with the purpose of establishing market strategies, determining market acceptance of the target audience, applying surveys and analyzing the results of the market behavior, using administrative tools, assigning tasks to each work collaborator to avoid wasted staff time, with the help of the development of the first chapters, the profitability of the business can be determined with financial indicators such as VAN, TIR, the recovery period and the profit-cost, the sale price is also established which is competent in the market, giving as a priority the quality of the advisory service, establishing that the project is viable with a long-term recovery time.

KEYWORDS: quality, process, pymes, service.

INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES), son un factor fundamental en el sector empresarial en América Latina, afectando directamente a dimensiones como el desarrollo personal y económico de cada país. En estos países se observa una distribución de las empresas según su tamaño, la existencia de un porcentaje elevado de microempresas, seguido de pequeñas y medianas empresas, terminando con un número reducido de grandes empresas. En estos países la conformación de PYMES, es constante debido a la alta tasa de desempleo, sin embargo estos emprendimientos no sobrepasan los seis meses, por diversos factores (Dini & Stumpo, 2020).

La creación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), es un tema de gran interés en el mercado, ya que, como se mencionó anteriormente son actores fundamentales en el desarrollo y transformación de la matriz productiva en el país. La creación de estas engloba diversos procesos que en su mayoría son desconocidos por las personas sin instrucción previa, complicando así su correcta conformación y es que no solo basta con tener una idea innovadora o un recurso financiero inicial, se trata de plasmar la idea de negocio a la realidad, siendo este rentable en el mercado.

Ecuador es uno de los países en América Latina, donde la mayor parte de su población es reconocida por el esfuerzo que realiza para generar fuentes de trabajo y mantener el nivel de sus ingresos. En el último año, tras la crisis económica la tasa de desempleo ha incrementado de 3,8% en diciembre de 2019 al 13,3% entre mayo y junio del 2020 según INEC, causando la disminución del nivel de ingresos en varias familias, viéndose afectado el nivel socioeconómico de la mayoría de ecuatorianos. Por esta razón varias personas, buscan ideas de negocio partiendo de necesidades básicas, las cuales sin previo estudio de la aceptación del mercado son llevadas a cabo, obteniendo como resultado el fracaso de las mismas en cortos periodos de tiempo, perdiendo así la inversión del dinero y tiempo de la persona.

Las PYMES, han contribuido a la generación de empleo, a la capacitación constante de la mano de obra y a la transformación tecnológica. Muchas de las grandes empresas

se apoyan en las pequeñas y medianas empresas para reforzar su producción, optimizar el tiempo de ejecución y aumentar sus ingresos, generando así fuentes de empleo para el 75% de la población (eltelegrafo, 2015).

Es fundamental la asesoría a las PYMES, trabajando desde su conformación como nuevo emprendimiento, hasta alcanzar sus metas y objetivos a largo y corto plazo. Por ello la presente investigación tiene como objetivo determinar la rentabilidad, tiempo de recuperación de la inversión inicial y la viabilidad para la implementación de una empresa de servicios de asesoría para el establecimiento de nuevas pymes.

Esta investigación consta de 5 capítulos, que permiten desarrollar la idea de una propuesta sólida y rentable, a continuación, se detalla el contenido de los mismos.

Capítulo 1, Mercado y Comercialización; en el área de marketing este capítulo permite analizar la importancia de la implementación de servicios en asesoría para la creación de PYMES, obteniendo porcentajes reales de la aceptación en el mercado.

Capítulo 2, Operaciones; en el área de producción se detallan los procesos que se llevan a cabo para la implementación de la empresa asesora “BUSINESS BEGIN”, los parámetros y funciones a seguir en cada área y departamento.

Capítulo 3, Organización y Gestión; en el área de organización y gestión este capítulo, define los procesos administrativos, visión, misión, organigramas, manual de funciones y procesos del personal que conforma la empresa asesora “BUSINESS BEGIN”.

Capítulo 4, Jurídico Legal; en el área jurídica y legal, se consideran los trámites administrativos a nivel de gobierno central y autónomos descentralizados., se expone también la normativa de la administración financiera, de funcionamiento y comercial

Capítulo 5, Evaluación Financiera; en el área financiera este capítulo permite detallar la viabilidad y rentabilidad de la propuesta, evaluando cada uno de los indicadores de desarrollo óptimo de la misma.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

- Determinar la rentabilidad, tiempo de recuperación de la inversión inicial y la viabilidad de la implementación de una empresa de servicios de asesoría para el establecimiento de nuevas pymes en el Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos Específicos

- Determinar el público objetivo que muestre la necesidad de acudir a una consultora, con el objetivo de desarrollar su idea de negocio.
- Definir procesos correspondientes para cada área, con la ayuda de herramientas administrativas como lo son, mapa de procesos, flujogramas y establecer la ubicación de las instalaciones y como es su distribución.
- Analizar y plantear la estructura de la organización, fundamentado en organigramas y descripción de puestos, a su vez emitir herramientas de control basadas en indicadores para la correcta gestión de los puestos de trabajo.
- Establecer la forma jurídica para la creación de la empresa, con el objetivo de enlazar y coordinar metas, de acuerdo al modelo de negocio que se elija.
- Establecer la rentabilidad del plan de negocios Business Begin, a través de indicadores y fórmulas financiera.

CAPITULO I

1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

1.1 Objetivo del estudio del mercado.

Determinar el público objetivo que muestre la necesidad de acudir a una empresa de servicios de asesoría para el establecimiento de nuevas pymes que requieran desarrollar su idea de negocio.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio.

1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.

Castro (2016), explica que las ideas de negocios tienen como finalidad resolver problemáticas en varios ámbitos como en la educación, salud, entretenimiento, deportes entre otras necesidades que puedan ser solucionadas. Tras la crisis económica, la tasa de desempleo ha aumentado a un nivel significativo para la mayoría de la población, incrementando el número de necesidades en la población, es por esta razón que varios emprendimientos se han establecido con el riesgo de no sobrevivir al mercado.

La falta de conocimiento sobre administración, ha desencadenado un sinnúmero de negocios que no han logrado permanecer en el mercado por un tiempo significativo, causando el desperdicio de capital y tiempo de la persona.

Es por ello que la propuesta de la presente investigación es impulsar nuevas ideas de negocios, mediante procesos correctos, sencillos, innovadores y óptimos, acompañado de

seguimientos constantes una vez ejecutada la idea de emprendimiento. Entre los servicios que oferta Business Begin se encuentran 2 tipos: Servicio Inicial y Servicio Completo.

El servicio Inicial consta de una asesoría rápida para el cliente, la cual varía en el precio, siendo este más accesible, en este tipo de servicio se especializa en el área operativa, administrativa y financiera. El segundo servicio consta de la especialización de cada área de la empresa, como son: Talento Humano, Administración y Contabilidad, Finanzas, Marketing, Legal, Sistemas y Administración.

Tabla 1 Descripción del Servicio Completo

Departamentos	Actividades Principales
Administración y Contabilidad:	<p>Capacitar sobre la implementación de procesos óptimos y eficientes para la coordinación de las áreas en la empresa.</p> <p>Guiar en la creación de la misión, visión, políticas y cultura organizacional.</p> <p>Analizar el micro entorno y macro entorno.</p> <p>Conocer la situación inicial de la empresa.</p> <p>Brindar asesoría al cliente en temas importantes como :</p> <p>Constitución de la empresa.</p> <p>Declaración de impuestos.</p> <p>Actualización en plataformas de entes de control.</p> <p>Organización del recurso financiero de la empresa.</p> <p>Estudio de proveedores</p>
Talento Humano:	<p>Brindar asesoría en funciones del área de talento humano como:</p> <p>Perfiles del personal de cada área que compone la empresa.</p> <p>Capacitaciones necesarias dirigidas al personal para comenzar el negocio.</p> <p>Manejo de plataformas de entes de control como: Ministerio de trabajo, IESS.</p> <p>Elaboración de reglamentos internos y políticas empresariales.</p> <p>Procesos control para el cumplimiento de actividades en el personal.</p>
Marketing :	<p>Brindar a los clientes conocimientos técnicos sobre:</p> <p>Público objetivo.</p> <p>Estudio de la competencia.</p>

	<p>Canales de distribución, manejo óptimo de redes sociales y desarrollador de Google.</p> <p>Capacitación y desarrollo de página web.</p> <p>Sugerencia para la creación del logo y slogan.</p> <p>Obtener características únicas del producto o servicio, con el objetivo de innovar y crear un plus.</p>
Sistemas:	<p>Brindar soporte sobre el sistema de facturación.</p> <p>Dar mantenimiento al recurso tecnológico.</p>
Legal:	<p>Brindar asesorías en posibles problemas legales, con la finalidad de que el cliente adquiera conocimientos previos y se encuentre preparado para futuros panoramas que pueden afectar a la empresa.</p> <p>Actualización de leyes y normativas gubernamentales.</p>
Fuente: Investigación propia	
Elaborado por: La autora	

1.2.2. Tabla de características del producto o servicio

Tabla 2 Características del Servicio.

Características	Beneficio
Servicio Personalizado	El servicio personalizado se acopla con las necesidades de cada uno de los usuarios, modificando los servicios estandarizados que tiene la empresa.
Asesoría virtual o presencial	El cliente puede elegir tener la asesoría de manera presencial o virtual, maximizando la comodidad y beneficio de trabajar con nuestra empresa.
Análisis inicial del emprendimiento	Plasmar y filtrar la idea inicial del cliente es de suma importancia, brindando un panorama real del negocio.
Creación de usuarios en página web	Contar con una página web, en donde el cliente pueda visualizar el progreso que tiene su proyecto.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

“Business Begin” cuenta con planes estandarizados de asesoría, los cuales pueden ser modificados según la apreciación y comodidad de nuestros clientes para desarrollar de una manera eficiente y rentable la idea de su negocio.

1.3 Mercado

1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio.

El presente servicio esta direccionado a personas con la necesidad de implementar su idea de negocio, actualmente esta población desarrolla su emprendimiento mediante procesos empíricos. Cabe recalcar que para el uso de este servicio es irrelevante el género del cliente, por otra parte, se considera un rango de edad entre 18 a 50 años, ya que este grupo se caracteriza por ingresos estables, fondos de ahorro y la facilidad de ser sujetos de préstamo, sin existir problemas al momento de establecer el negocio.

El cliente puede apreciar varias características del negocio, las más importantes son la calidad, control e implementación de los procesos óptimos para la empresa. El desarrollo de la idea de negocio de nuestros clientes es la prioridad de “Business Begin” cuyo objetivo es mejorar el estilo de vida de los usuarios, maximizando la utilidad con procesos rentables y eficientes.

1.3.1.1 Categorización de sujetos.

Tabla 3 Categorización de Sujetos.

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Hombres y Mujeres entre 18-50 años
¿Quién usa?	Hombres y Mujeres entre 18-50 años
¿Quién decide?	Hombres y Mujeres entre 18-50 años
¿Qué influye?	Necesidad de establecer un negocio rentable

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora.

1.3.1.2 Estudio de Segmentación.

El presente estudio de segmentación tiene como finalidad hacer un enfoque y priorizar el público objetivo de Business Begin.

Tabla 4 Dimensión Conductual.

Variable	Descripción
Tipo de necesidad:	Autorrealización, reconocimiento
Tipo de compra:	Comparación
Relación con la marca:	Si
Actitud frente al producto:	Positiva

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 5 Dimensión Geográfica.

Variable	Descripción	No. Habitantes
País	Ecuador	17'510.652
Región	Sierra	7'847.136
Ciudad urbana y rural	Quito	2'781.641

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2020

Elaborado por: La autora

Tabla 6 Dimensión Demográfica.

Variable	Descripción	No. Habitantes.
Edad	18-50 años	1'908.303
Sexo	Masculino y Femenino	1'908.303
Nivel Educativo	Secundaria y Superior	1'312.912
Estratificación Social	Media-Alta	471.335

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Cencos (INEC)

Elaborado por: La autora

1.3.1.3 Plan de muestreo

En el siguiente plan de muestreo se toma en cuenta 471.335 personas, que son la totalidad del grupo de interés para el desarrollo de este proyecto. A continuación, se utiliza la fórmula de la muestra con una población finita y se obtiene lo siguiente:

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

n = Tamaño de la muestra

Z=1,96 (Nivel de confianza 95%)

p =0,5 (Probabilidad de ocurrencia)

q =0,5 (Probabilidad de no ocurrencia)

N =471.335 (Tamaño de la población o universo)

e = 0,05 (Error de la muestra)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 471335}{0,05^2 * (471335 - 1) + 1,96 * 0,5 * 0,5}$$

n = 384

El total de la muestra es de 384 personas, se procede a aplicar las encuestas a este número con todos los criterios necesarios para la obtención de información válida.

1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información.

Para el desarrollo de Bussines Begin, se realiza un análisis de información secundaria, enlazando los objetivos planteados y asegurando la confiabilidad de los datos ingresados.

Tabla 7 Método de Recolección de información.

Objetivo Específico: Investigar el entorno del negocio

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Obtención de información en el macro entorno.	Secundaria	Páginas web	Computador, internet
Obtención de información en el micro entorno.	Secundaria	Páginas web Libros Artículos	Computador, internet
Innovación de servicios en consultoras.	Secundaria	Páginas web Artículos Redes sociales	Computador, internet
Mantenimientos de páginas web.	Secundaria	Páginas web Redes sociales	Guías software, internet

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 8 Método de Recolección de información.

Objetivo Estratégico: Impacto del servicio en la comunidad.

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial.	Secundaria	INEC	Base de datos
Características del sector.	Secundaria	Páginas web	Computador, internet
Necesidades de los consumidores.	Primaria	Público objetivo	Encuesta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

1.3.1.5 Diseño y recolección de información.

Desarrollo de instrumentos.

Información de fuentes secundarias.

- Necesidad 1

Obtención de información en el macro entorno:

El estudio del macro entorno permite conocer y realizar análisis sobre factores externos que tienen impacto sobre el desarrollo del negocio.

- Necesidad 2

Obtención de información en el micro entorno:

El estudio del micro entorno permite conocer y realizar análisis sobre factores cercanos que tienen impacto directo sobre el desarrollo del negocio.

- Necesidad 3

Innovación de servicios en consultoras:

Esta necesidad recolecta información sobre innovaciones que emplean las consultoras actuales, creando una ventaja competitiva sobre el negocio.

- Necesidad 4

Mantenimientos de páginas web:

Al pasar el tiempo la tecnología ha ido evolucionando, tomando gran importancia en el mundo de los negocios dando como resultado el auge de las compras por internet, las cuales incrementan el desarrollo de las PYMES abriendo un nuevo canal de distribución (Martínez R. , 2019).

- Necesidad 5

Determinar el mercado potencial:

La investigación del mercado potencial brinda la posibilidad de aproximaciones a la realidad, la persona a cargo del emprendimiento puede tener una idea empírica sobre la información en la toma de decisiones. Con la presente investigación se evita plantear información errónea (Betancourt Tejada & Marte, 2019).

- Necesidad 6

Características del sector:

Conocer el sector en donde se desarrolla el negocio es fundamental, para obtener mejores resultados, apreciando las características principales del mismo.

- Necesidad 7

Necesidades de los consumidores:

Obtener información de las necesidades de varios segmentos de clientes en el mercado, permite ofrecer un servicio capaz de sobrepasar las expectativas esperadas, el cual pueda satisfacer las necesidades presentadas, donde los clientes puedan visualizar un servicio de calidad (Arenal Laza, 2017).

INFORMACIÓN PRIMARIA

Encuesta Web:

Este método ayuda a evadir varios obstáculos de entrada, debido a la escasa o nula inversión en herramientas como materiales físicos y tiempo del personal para recolectar información fundamental sobre la investigación (Díaz de Rada, 2019).

Diseño de la encuesta.

Objetivo: Recolectar información sobre las necesidades de los consumidores y las principales características del mercado.

ENCUESTA BUSINESS BEGIN

Seleccione, según corresponda.

1. ¿Cuál es el rango de su edad?
 - 18 años a 25 años
 - 25 años a 33 años
 - 33 años a 41 años
 - 41 años en adelante

2. ¿Estaría usted interesado/ada en crear su propio negocio?
 - Si
 - No

3. En caso de ser SI, la respuesta anterior, ¿A qué tipo de sector le gustaría dirigirse?
 - Sector de Servicios.
 - Sector de Industria o manufacturera.
 - Sector de Comercio.
 - Sector de Construcción.
 - Sector de Agricultura, Ganadería, Silvicultura o Pesca.

4. ¿Ha solicitado la ayuda de una Empresa Asesora para crear un negocio?
- Si
 - No
5. ¿Qué medio le parece más accesible, para adquirir el capital inicial que requiere su negocio?
- Préstamos Bancarios o Cooperativas.
 - Ahorros propios.
 - Préstamo de familiares o conocidos.
 - Venta de algún activo propio.
6. De los siguientes departamentos que componen una empresa. ¿Cuáles cree que son más relevantes para el funcionamiento óptimo de una empresa?
- Gerencia General
 - Dpto. Contable y Financiera
 - Dpto. de Talento Humano
 - Dpto. de Marketing
 - Dpto. de Comercialización
 - Dpto. de Almacenamiento
 - Dpto. de Logística
 - Todas
7. ¿Cuál es el rango que está dispuesto a pagar por una asesoría mensualmente, para iniciar su negocio?
- \$350-\$475
 - \$475-\$550
 - \$550-\$675
 - \$675-750
8. ¿En qué sector del Distrito Metropolitano de Quito, le gustaría que se encuentren las oficinas de la consultora "Business Begin"?
- Norte de Quito
 - Centro de Quito
 - Sur de Quito

9. ¿Por qué medio le gustaría conocer sobre los servicios que ofrece la consultora “Business Begin”?

- Redes sociales y Página web
- Llamadas
- Volantes y Vallas publicitarias
- Radio y Televisión

10. En el caso de ingresar al mercado una Empresa Consultora, que brinde asesoría sobre los procesos correctos y óptimos para iniciar y mantener su negocio. ¿Usted ocuparía sus servicios?

- Si
- No

1.3.1.6 Análisis es Interpretación

Pregunta 1

Tabla 9 ¿Cuál es el rango de su edad?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	239	62%
25 a 33 años	114	30%
33 a 41 años	31	8%
41 años en adelante	0	0,00%
Total	384	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

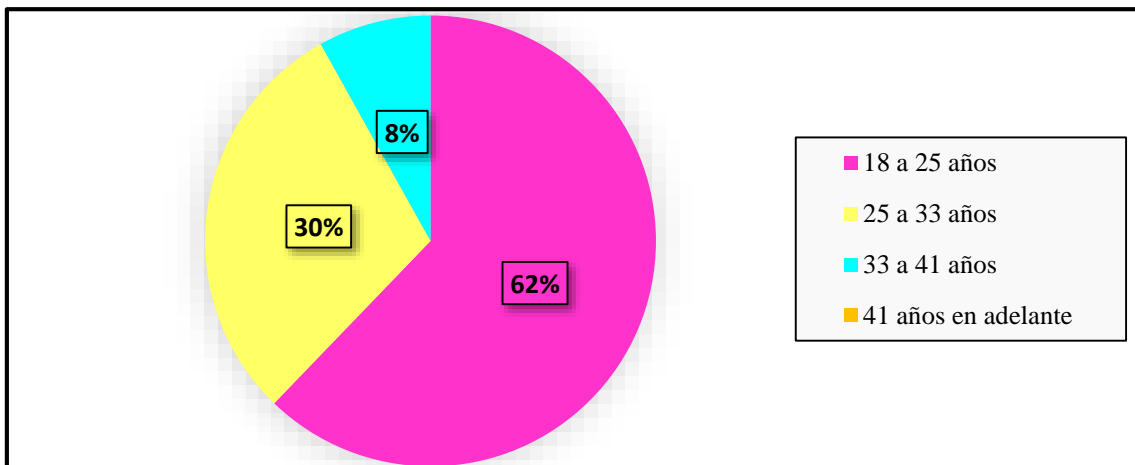


Gráfico 1 ¿Cuál es el rango de su edad?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Conocer el porcentaje de edad que tiene la población encuestada, para determinar sus preferencias e ideales.

Análisis: El 62,20% de la población encuestada se encuentra entre 18 y 25 años de edad y el menor número de población encuestada pertenece al grupo de 41 años en adelante.

Interpretación: En la gráfica anterior se indica un mayor porcentaje de gente con edad joven ente los 18 y 25 años, contemplando la posibilidad de crear nuevos negocios o implementar procesos innovadores a negocios existentes.

Pregunta 2

Tabla 10 ¿Estaría usted interesado/ada en crear su propio negocio?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	365	95%
No	19	5%
Total	384	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

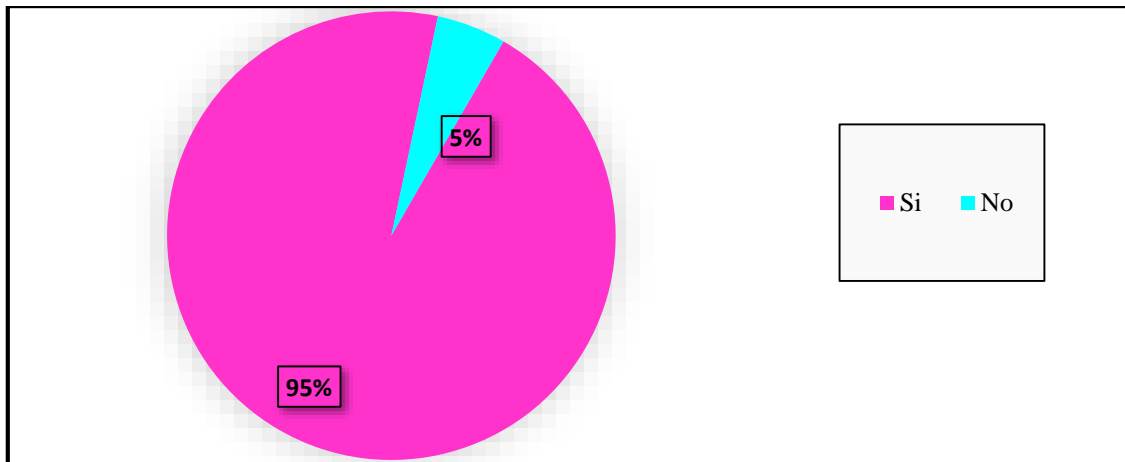


Gráfico 2 ¿Estaría usted interesado/a en crear su propio negocio?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Conocer el número de la población que se encuentra interesado/ada en desarrollar su propio negocio.

Análisis: El 95% de la población que participó está dispuesto a crear su propio negocio, mientras un 5% no tiene interés en desarrollarlo.

Interpretación: En la pregunta #2 se evidencia un 95% de personas interesadas en crear su propio negocio, tomando en consideración que en el año 2020 la tasa de desempleo tuvo un incremento significativo, por lo tanto, las personas comienzan a optar por desarrollar su idea de negocio, mientras que el otro 5% de la población no está interesada en crear su negocio propio, asumiendo que tienen un puesto de trabajo fijo y no se ven amenazados por despidos.

Pregunta 3

Tabla 11 En caso de ser Si, la respuesta anterior, ¿A qué tipo de sector le gustaría dirigirse?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sector de Servicios	177	49%
Sector de Industrias o manufactureras	49	14%
Sector de Comercio	108	30%
Sector de Construcción	30	8%
Sector de Agricultura, Ganadería, Silvicultura o pescadería	0	0%
Total	364	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

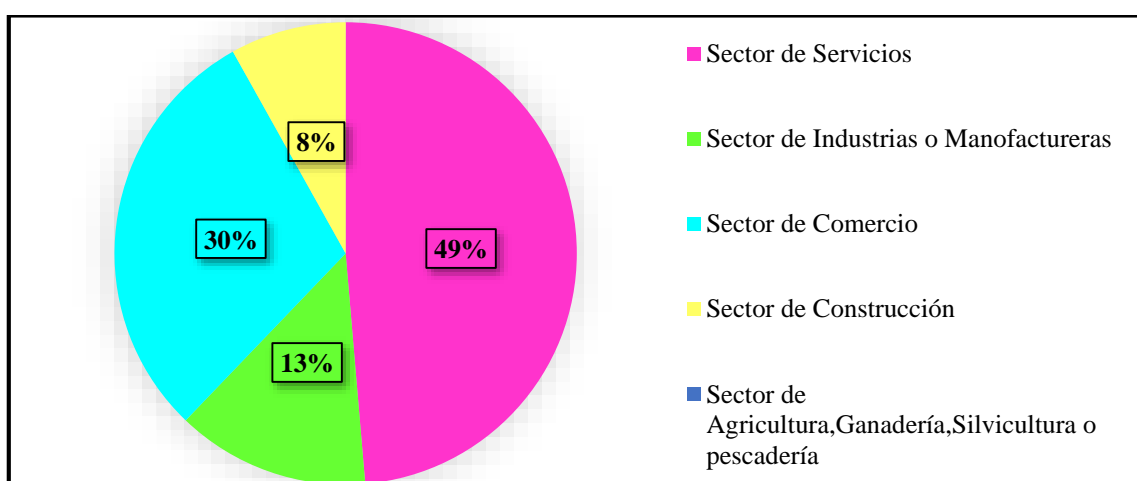


Gráfico 3 En caso de ser SI, la respuesta anterior. ¿A qué tipo de sector le gustaría dirigirse?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Conocer los sectores de prioridad para desarrollar un negocio.

Análisis: La mayoría de personas encuestadas manifestaron que escogerían el sector de servicios con 49%, seguido por el sector de comercio con una aceptación de 30%, como tercera opción se encuentra el sector de industria o manufactureras con el 13%, como última opción está el sector de construcciones con el 8%, y el sector de agricultura, ganadería, silvicultura o piscadería no se contempla para empezar el desarrollo de algún negocio.

Interpretación: Para determinar la preferencia de sectores se toma como base el 95% de personas encuestadas a quienes les interesa crear su propio negocio. El sector con mayor aceptación para empezar un negocio fue el de servicio, el cual no necesariamente debe tener materia prima y bienes inmuebles, abaratando la inversión inicial, como segunda opción el grupo de interés toma en cuenta el sector del comercio, el cual abarca varios segmentos, así como varias posibilidades de encontrar productos que no están saturados en el mercado. Como tercera opción se encuentra el sector de la industria, con un alto nivel de inversión por realizar para tener éxito, además el control en la mano de obra es más exigente. Se encuentra como cuarta opción el sector de la construcción, debido a la paralización de sus operaciones, por motivos ajenos como es el caso de la pandemia, marchas y manifestaciones, demostrando vulnerabilidad ante factores inconscientes.

Pregunta 4

Tabla 12 ¿Ha solicitado la ayuda de una Empresa Asesora para crear un negocio?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	47	13%
No	317	87%
Total	364	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

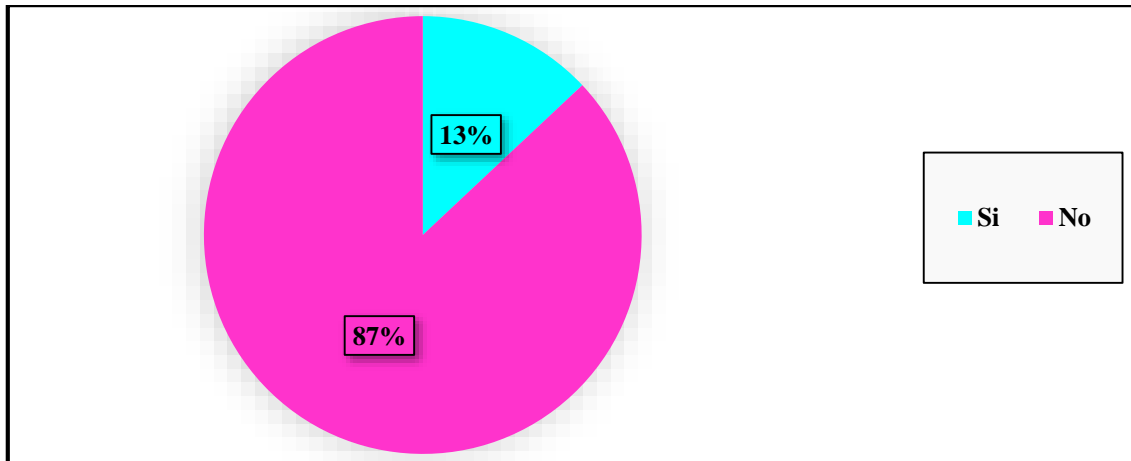


Gráfico 4 ¿Ha solicitado la ayuda de una Empresa Asesora para crear un negocio?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Conocer si las personas que componen el grupo de interés han solicitado empresas consultoras para la creación de un negocio.

Análisis: El 87% de las personas encuestadas no han solicitado ayuda o asesoría de una empresa para el desarrollo de su negocio, mientras que solo el 1% de las personas si lo han solicitado.

Interpretación: En la gráfica anterior se observa que el mayor porcentaje del grupo de interés no han solicitado asesoría de una empresa. Esto probablemente se da por las fallas que tienen las empresas de asesoría actualmente, las cuales pueden no estar enfocados al público, no superan las expectativas de sus posibles clientes y no tienen conocimiento de los sectores que tienen más probabilidad de ser explorados.

Pregunta 5

Tabla 13 ¿Qué medio le parece más accesible, para adquirir el capital inicial que requiere su negocio?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Préstamos Bancarios o Cooperativas	182	50%
Ahorros propios	116	32%
Préstamos de familiares o conocidos	47	13%
Venta de algún activo propio	18	5%
Total	364	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

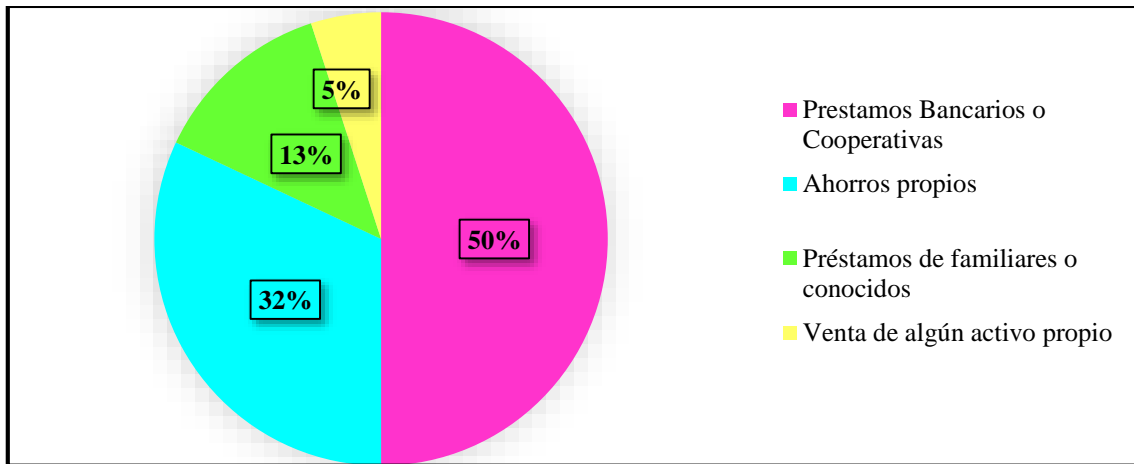


Gráfico 5 ¿Qué medio le parece más accesible, para adquirir el capital inicial que requiere su negocio?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Verificar las opciones más accesibles para adquirir el capital inicial necesario para el emprendimiento.

Análisis: El 50% de las personas encuestadas opta por sacar un préstamo mediante un banco o una cooperativa, como segunda opción se consideran los ahorros propios con un 32% de aceptación, a continuación, está el préstamo a familiares o a conocidos con un 13%, y como última opción se considera la venta de algún activo propio para la obtención de la inversión inicial.

Interpretación: La anterior pregunta indica la importancia de tener una fuente de dinero en donde las personas emprendedoras cuenten con el valor de inversión inicial requerido. Para las personas encuestadas los préstamos bancarios, son la opción más viable, sin importar las tasas de intereses que suelen cobrar los bancos o cooperativas, una de las razones del porque esta opción es la más rentable es debido a la falta de liquidez que tienen la mayoría de personas, como segunda opción se encuentran los ahorros propios en donde solo el 32% de las personas puede acceder a este tipo de opción.

Pregunta 6

Tabla 14 De los siguientes departamentos que componen a una empresa, ¿Cuáles cree que son más relevantes para el funcionamiento óptimo del negocio?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Gerencia General	7	2%
Dpto.Contable y Financiero	58	16%
Dpto.Talento Humano	18	5%
Dpto. Marketing	29	8%
Dpto.de comercialización	11	3%
Dpto. Almacenamiento	0	0%
Dpto. Logística	0	0%
Todas	240	66%
Total	364	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

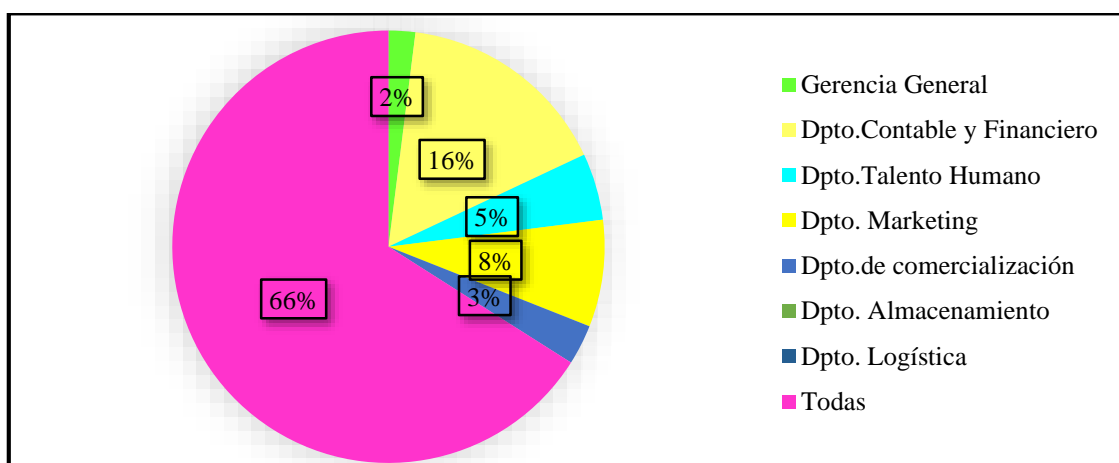


Gráfico 6 De los siguientes departamentos que componen a una empresa, ¿Cuáles cree que son más relevantes para el funcionamiento óptimo del negocio?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Conocer los departamentos que componen una empresa, considerados los más importantes por las personas encuestadas.

Análisis: La grafica anterior indica que todos los departamentos descritos son considerados importantes para que el negocio funcione de una manera óptima, abarcando el 66% de aceptación, seguido por el departamento contable y financiero con 16%, en tercer lugar, se encuentra el departamento de marketing con 8% de prioridad, seguido por

el departamento de talento humano solamente con el 5%, como últimas opciones se encuentra el departamento de comercialización y la gerencia general.

Interpretación: Se indica el nivel de importancia que tiene cada área, según la perspectiva de las personas encuestada, los resultados indican que para la mayoría de personas todas las áreas son importantes, por lo tanto, en Business Begin, se toma en cuenta que, para el óptimo funcionamiento de la empresa, se debe analizar, controlar e implementar procesos de mejora en todos los departamentos.

Pregunta 7

Tabla 15 ¿Cuál es el rango que está dispuesto a pagar por una asesoría mensualmente, para iniciar su negocio?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$550-\$689	44	12%
\$689-\$750	313	86%
\$750-\$890	4	1%
\$990-\$1050	4	1%
Total	364	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

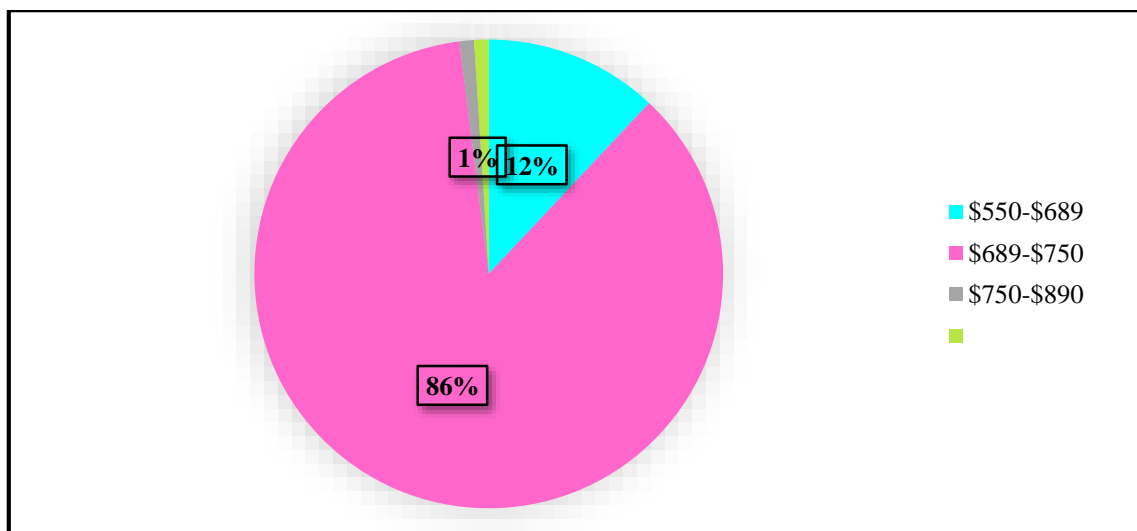


Gráfico 7 ¿Cuál es el rango que está dispuesto a pagar por una asesoría mensualmente, para iniciar su negocio?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Conocer la aceptabilidad de las personas encuestadas sobre el precio de servicio ofertado.

Análisis: Se indican 4 opciones de precios. El precio más accesible se encuentra entre los \$550 hasta \$689 con una aceptación del 12%, como segunda opción el precio va desde los \$689 a \$750 con el 86% de aceptación, como tercera opción con el 1% se obtiene un rango de \$750 a \$890.

Interpretación: Según los resultados obtenidos, se considera al momento de ofertar los servicios de Business Begin, un rango entre \$689 a \$750 mensuales, con la finalidad de poner un precio justo y acordado por la mayoría de clientes, como segunda opción se encuentra un rango entre \$550 hasta \$689, el cual se puede acoplar en servicios extras que el cliente desee adquirir.

Pregunta 8

Tabla 16 ¿En qué sector del Distrito Metropolitano de Quito, le gustaría que se encuentren las oficinas de la consultora "Business Begin"?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Norte de Quito	298	82%
Centro de Quito	58	16%
Sur de Quito	7	2%
Total	364	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

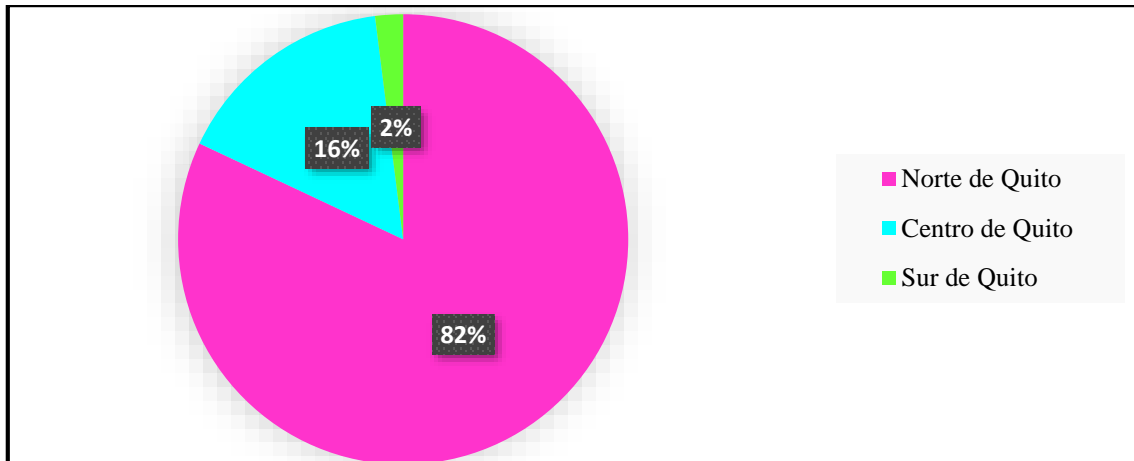


Gráfico 8 ¿En qué sector del Distrito Metropolitano de Quito, le gustaría que se encuentren las oficinas de la consultora "Business Begin"?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Conocer la ubicación con más aceptación y facilidad para los posibles clientes dentro de la ciudad de Quito.

Análisis: El Norte de Quito tiene una aceptación del 82% para la implementación de la consultora, mientras que el 16% de personas encuestadas quisieran que nuestras oficinas se encuentren en el Centro de Quito, y solo el 2% de la población recomienda el Sur de Quito.

Interpretación: En la pregunta# 8 se observa que la población encuestada demuestra preferencia por la ubicación de Business Begin en el sector Norte de Quito, mostrando el 82% de aceptación esto quiere decir que la empresa contempla como principal opción ubicarse al Norte de la ciudad.

Pregunta 9

Tabla 17 ¿Por qué medio le gustaría conocer sobre los servicios que ofrece la consultora "Business Begin"?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales y página web	339	93%
Llamadas	11	3%
Volantes y vallas publicitarias	11	3%
Radio y televisión	4	1%
Total	364	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

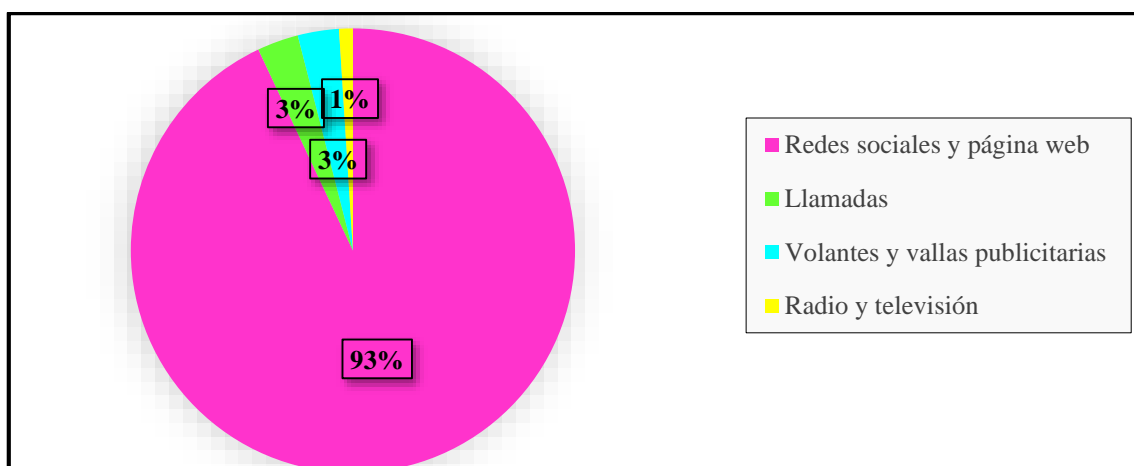


Gráfico 9 ¿Por qué medio le gustaría conocer sobre los servicios que ofrece la consultora "Business Begin"?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Conocer los posibles canales publicitarios que prefieren las personas encuestadas para dar a conocer Business Begin.

Análisis: Las redes sociales y página web ocupan el 93% de la aceptación, seguido por llamadas telefónicas, volantes y vallas publicitarias con el 3%, como última opción se encuentra la radio y televisión con el 1% de aceptación.

Interpretación: En la pregunta #10 indica que las redes sociales y la página web son ideales para publicitar a Business Begin, debido a la preferencia de las personas que

componen el grupo de interés, el presente negocio debe sacar el mayor provecho en la presente era digital.

Pregunta 10

Tabla 18 En el caso de ingresar al mercado una Empresa Consultora, que brinde asesoría sobre los procesos correctos y óptimos para iniciar y mantener su negocio. ¿Usted ocuparía sus servicios?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	353	97%
No	11	3%
Total	364	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

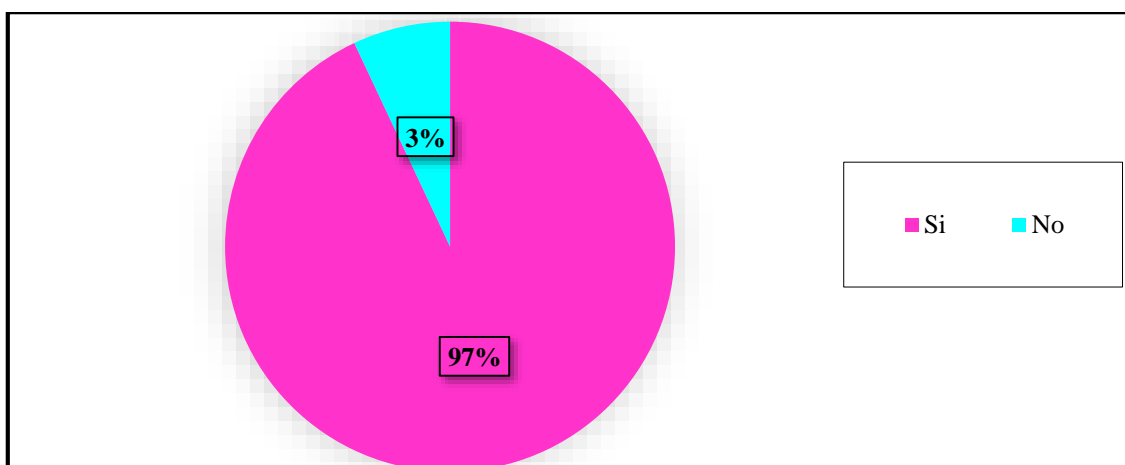


Gráfico 10 En el caso de ingresar al mercado una Empresa Consultora, que brinde asesoría sobre los procesos correctos y óptimos para iniciar y mantener su negocio. ¿Usted ocuparía sus servicios?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Conocer el porcentaje de personas que están dispuestas a ocupar los servicios que oferta Business Begin.

Análisis: De las personas encuestadas el 97% de la población acepta ocupar los servicios ofertados, mientras que el 3% no se encuentra interesado en ocupar este servicio.

Interpretación: El 97% de la aceptación muestra que el servicio ofertado tiende a ser utilizado por la mayor parte de la población perteneciente al grupo de interés, con esta pregunta Business Begin demuestra su rentabilidad en el mercado.

Pregunta 11

Tabla 19 En el caso de que la pregunta anterior haya respondido Sí. ¿Cuántas veces estaría dispuesta/o a ocupar nuestro servicio de asesoría?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
3 meses al año	88	25%
6 meses al año	166	47%
9 meses al año	46	13%
12 meses al año	53	8%
Total	353	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

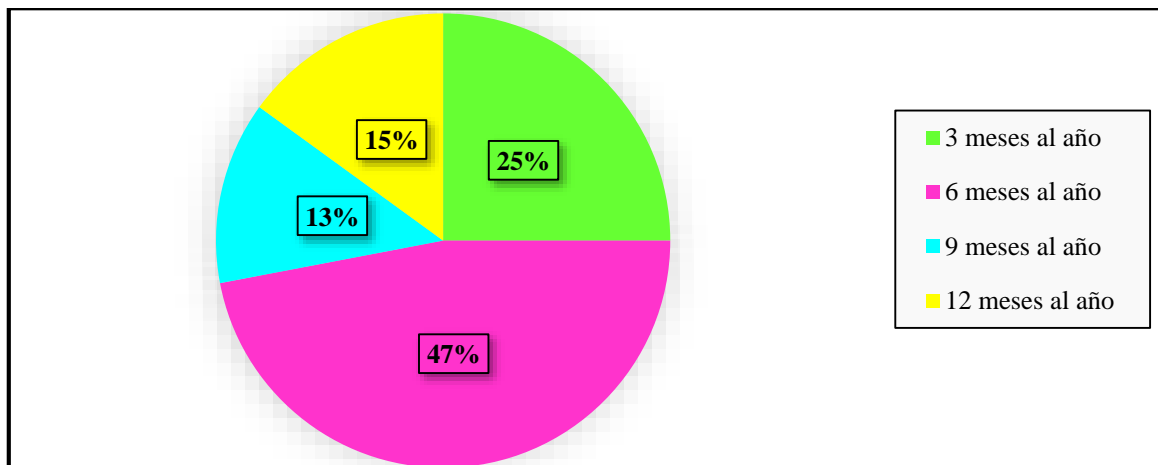


Gráfico 11 En el caso de que la pregunta anterior haya respondido Sí. ¿Cuántas veces estaría dispuesta/o a ocupar nuestro servicio de asesoría?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivo: Conocer con qué frecuencia las personas están dispuestas a ocupar los servicios de Business Begin.

Análisis: El 47% de la población opta por ocupar los servicios de Business Begin 6 meses al año, mientras que el 25% de la población optan por ocupar los servicios 3 meses

al año, seguido del 13% que prefiere 9 meses al año y como último se obtiene que el 15% desea ocupar los servicios 12 meses al año.

Interpretación: Para obtener resultados coherentes se considera en cuenta el 93% de la población que aceptan ocupar nuestros servicios en la anterior pregunta. El 47% de las personas están dispuestas a ocupar los servicios de asesoría 6 meses al año, indicando que en este semestre la empresa debe mostrar tendencias de crecimiento con procesos estandarizados y seguros, mientras el 25% ocuparían 3 meses al año, este tiempo es mínimo debido a que se basa en el tiempo que se calcula el dinero para el capital de trabajo, siguiendo con el 13% de la población la cual prefiere seguir ocupando los servicios de asesoría 9 meses y como último se obtiene que el 15% de la población requiere los servicios 12 meses al año.

1.3.2. Demanda Potencial

Para obtener la demanda potencial se utiliza 3 preguntas claves de la encuesta, las cuales logran medir la aceptación del servicio ofrecido, el precio que el consumidor está dispuesto a pagar y la frecuencia por año.

La pregunta #7 la cual estudia el rango de los precios que la población está dispuesta a pagar por los servicios prestados, indica que existe un 70% de aceptación sobre el rango de \$550 a \$689, con un promedio de este rango de \$619,5.

La pregunta# 10 indica el porcentaje de aceptación por parte de la población hacia los servicios de Business Begin, con un 97%.

La pregunta# 11 muestra la frecuencia con la que la población está dispuesta a utilizar los servicios de asesoría en su emprendimiento, con un 47% que prefiere utilizar 6 meses al año dichos servicios, el 25% opta por 3 meses, el 13% utilizaría el servicio por 9 meses y el 15% de la población 12 meses al año.

Tabla 20 Proyección de la demanda.

BASE DE TABLA						
Población total	Porcentaje de aceptación (97%)	Precio Promedio	Población según aceptación de uso en el servicio(frecuencia)	Frecuencia de uso anual	Total anual (precio* población* frecuencia)	
471335	457195	\$ 719,50	114299	3	\$ 246.713.824,89	
			214882	6	\$ 927.643.981,60	
			59435	9	\$ 384.873.566,83	
			68579	12	\$ 592.113.179,75	
Total Anual					\$	2.151.344.553,07

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

El índice de actividad emprendedora a temprana edad (TEA) realiza una medición sobre la dinámica emprendedora cada año que se encuentra en un país, la cual tiene un papel fundamental para el desarrollo nacional sobre los temas de creación en negocios, empleos e innovación (Velasquez & Ventimilla, 2017).

A continuación, se detalla el índice de actividad emprendedora a temprana edad anual en Ecuador, se toma como inicio el año 2009 hasta el año 2019, en la tercera columna se encuentra el porcentaje de crecimiento que se obtiene cada año, luego se realizar el cálculo del promedio en el porcentaje de crecimiento, el cual indica ser 12%.

Tabla 21 Índice TEA.

Años	TEA	Porcentaje de crecimiento	Promedio de porcentaje de crecimiento
2009	15,80%	0	
2010	21,30%	34,8%	
2011	26,50%	24,4%	
2012	26,60%	0,4%	
2013	36,00%	35,3%	
2014	32,60%	-9,4%	12%
2015	46,60%	42,9%	
2016	31,80%	-31,8%	
2017	29,60%	-6,9%	
2019	36,20%	22,3%	

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor

Elaborado por: La autora

Se estima la proyección de la demanda para los cinco años futuros con el 12% de incremento, partiendo del valor total anual encontrado en la tabla# 20.

Tabla 22 Proyección de la demanda

Años	Demanda
2020	\$ 2.151.344.553,07
2021	\$ 2.409.505.899,44
2022	\$ 2.698.646.607,38
2023	\$ 3.022.484.200,26
2024	\$ 3.385.182.304,29
2025	\$ 3.791.404.180,81

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

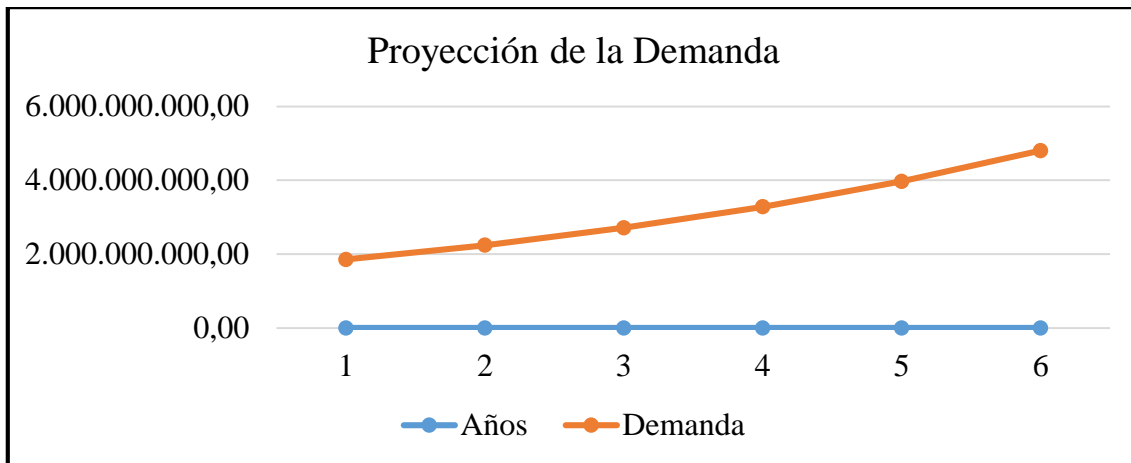


Gráfico 12 Proyección de la demanda.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.4. Análisis del Macro y Microambiente.

1.4.1. Análisis del micro ambiente.

De acuerdo con López, Mata, & Becerra, (2018) para la determinación del análisis interno de la empresa, este debe estar encaminado a evaluaciones sobre cantidad y calidad de recursos, capacidades que tiene la empresa con la finalidad de enfrentarse al entorno donde esté involucrado el negocio. El sector en donde se desarrolla la empresa es el ambiente más cercano del entorno, es por esta razón plantear los factores que son sustanciales al momento de realizar el análisis.

A continuación, se nombran estos factores conjuntos a las características propias del negocio, también conocidos como las 5 fuerzas de Michael Porter.

- Amenaza de nuevos competidores.

Business Begin oferta servicios de asesoría de una forma segura, siendo sensibles a la aparición de nuevos competidores con el mismo objetivo, es por esta razón que se implementan procesos innovadores y de alta calidad, ayudando a nuestros clientes a encontrarse con mejoras continuas. Por lo tanto, el presente negocio está enlazada a avances tecnológicos.

- Amenaza de productos o servicios sustitutos.

En el Distrito Metropolitano de Quito existen varias consultoras que ofertan servicios de asesorías en diferentes áreas de la empresa, es por esta razón que Business Begin oferta paquetes de servicios que abarcan áreas fundamentales de la empresa a un precio justo y cómodo para la creación de PYMES, implementando el objetivo principal del negocio, el cual es desarrollar procesos de calidad e innovadores.

- Poder de negociación de los proveedores.

El proveedor tiene un nivel bajo de negociación, debido a la alta oferta en profesionales que existe en la actualidad, por lo tanto, existen varias opciones para la selección de asesores.

- Poder de negociación de los clientes.

Business Begin tiene un bajo poder de negociación frente a los clientes, debido a la existencia de consultoras que se encuentran en este mercado, por ello, se debe resaltar todos los beneficios que puede acceder el cliente en el caso de trabajar con nosotros.

- Rivalidad entre competidores.

El nivel de competencia en este sector es alto, ya que la información puede ser encontrada en internet, trayendo como resultado el incremento de competidores. Cabe recalcar que estas fuentes no son 100% confiables en su veracidad y muchas veces traen consigo problemas al momento de implementarlos.

1.4.2. Análisis del macro ambiente.

La innovación constante de servicios y productos es importante, para seguir en el mercado, al igual que conocer la cobertura, conocer las características principales de la competencia es de suma importancia en el desarrollo del negocio (García, 2020).

- Matriz de Perfil Competitivo

A continuación, se desarrolla la Matriz de Perfil Competitivo en la cual se observa la comparación de Business Begin con 2 consultoras que se encuentran funcionando en el Ecuador.

Tabla 22 Matriz MPC.

Factor Clave de Éxito	Business Begin				JMB consultores		DIGADEIN	
	Importancia	Importancia Ponderada	Valor Asimétrica	Ponderación	Valor Asimétrica	Ponderación	Valor Asimétrica	Ponderación
<i>Especialización de las principales áreas que conforman la empresa.</i>	10	0,084	7	0,5882	3	0,252	3	0,252
<i>Buscar puntos de mejoras en los procesos de nuestros clientes.</i>	10	0,084	7	0,5882	7	0,588	7	0,588
<i>Implementación de seguimiento post-venta para cada cliente.</i>	10	0,084	7	0,5882	7	0,588	7	0,588
<i>Tener un área dedicada a la investigación de nuevas necesidades, leyes.</i>	10	0,084	7	0,5882	3	0,252	3	0,252
<i>Capacitación constante al personal de la empresa</i>	10	0,084	7	0,5882	7	0,588	7	0,588
<i>Publicidad y marketing.</i>	10	0,084	3	0,2521	7	0,588	7	0,588
<i>Imagen positiva, seguridad y confianza en los servicios que se distribuye.</i>	10	0,084	7	0,5882	7	0,588	7	0,588
<i>Opciones de varias modalidades para reunirse con el cliente</i>	9	0,076	7	0,5294	3	0,227	3	0,227
<i>Contar con página web, donde el cliente revise el avance de su proyecto.</i>	9	0,076	7	0,5294	3	0,227	3	0,227
<i>Realización de campañas con marketing social.</i>	8	0,067	3	0,2017	3	0,202	1	0,067
<i>Contar con infraestructura amplia y cómoda.</i>	8	0,067	7	0,4706	7	0,471	7	0,471
<i>Prestigio de marca.</i>	8	0,067	7	0,4706	7	0,471	7	0,471
<i>Difusión de material impreso promocional.</i>	7	0,059	3	0,1765	3	0,176	3	0,176
	119	1,000		6,1597		5,218		5,084

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 23 Valoración Asimétrica MPC.

1.- No cumple con la característica
3.- Cumple parcialmente
7.- Cumple totalmente

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

En la tabla anterior se encuentra la especificación de la valoración asimétrica para la calificación de los factores en cada empresa. En la tabla 22 se desarrolla la matriz de perfil competitivo, en el cual se enumeran los factores claves de éxito para las empresas consultoras. Se toma 2 empresas de la competencia en desarrollo, como resultado se obtienen tres cifras, dentro de estas la mayor cifra es 6,15 valorada para Business Begin, indicando que este negocio es competente en el mercado.

- Análisis PESTEL

El presente análisis PESTEL, nos ayuda a obtener un estudio del ambiente externo de la empresa a desarrollarse, es importante plasmar los factores que nos puede afectar directamente.

- Factor Político:

Tras el triunfo de Guillermo Lasso el 12 de abril del 2021, el riesgo país tuvo una disminución de 345 puntos, el cual indica la medición sobre la percepción del riesgo que visualizan los mercados internacionales acerca de pagos en obligaciones internacionales (UNIVERSO, 2021).

Esto quiere decir que incrementa la posibilidad del ingreso al país de inversión extranjera, creando plazas de trabajo y dinamizando la economía del país.

Impacto: Positivo

- Factor Económico:

En el Ecuador la tasa de desempleo tuvo algunas variaciones en el transcurso del año 2020, repercutiendo al presente año el cual en los meses de enero 2021 hasta abril 2021 existe un promedio de 5,6% incrementado en el mes de abril (ENEMDU, 2021).

La tasa de desempleo muestra un impacto positivo sobre la marca Business Begin, debido a que en la actualidad este elemento ha sido uno de los principales factores para que la mayoría de personas busquen una necesidad existente en el mercado y lo transformen en una oportunidad de iniciar su propio negocio.

Impacto: Positivo

- Factor Social:

Tras la crisis mundial en el año 2019, varias personas se vieron obligadas a priorizar sus gastos, sacando a la educación de las principales necesidades del hogar, por lo tanto, se visualiza niveles bajos en la educación del país.

Esta variable se enlaza con la necesidad de crear emprendimientos, pero sigue existiendo la desconfianza del emprendedor al momento de poner en práctica su idea, debido a que varios de estos emprendimientos se basan en conocimientos empíricos.

Impacto: Positivo

- Factor Tecnológico:

La tecnología ha ido tomando importancia en la mayor parte de la población del Ecuador, haciendo que más personas se capaciten y puedan operar de una manera fácil y sencilla las actualizaciones diarias que ofrece la tecnología.

Es decir, Business Begin debe estar actualizado en la tecnología, con el fin de brindar mejores servicios y oportunidades al cliente.

Impacto: Positivo

- Factor Ecológico:

En la actualidad ha incrementado el número de personas que apoyan el cuidado del ambiente, llegando a crear empresas las cuales tienen como objetivo preservar el medio ambiente, es por este motivo que nuestra empresa, se direcciona a que todos los negocios que estén siendo apoyados por nuestra marca implementen normas para el cuidado del medio ambiente y sus recursos.

Impacto: positivo

- Factor Legal:

El objetivo de la ley orgánica de emprendimientos e innovación es establecer un marco normativo el cual trate de incentivar el emprendimiento y las innovaciones conjunto al desarrollo tecnológico, con la finalidad de implementar nuevas modalidades de empresas, sociedades y de financiamiento (Ecuador, 2020).

Esto indica que la ley en el Ecuador está sacando nuevas normativas para potenciar el desarrollo de negocios y emprendimientos.

Impacto: Positivo

1.4.3. Proyección de la oferta.

La información basada en estadísticas acerca del comportamiento en el crecimiento de las empresas, partiendo de documentos legales y de origen administrativo, con el fin de brindar información válida sobre unidades económicas para un periodo fiscal que registra movimiento económico (empresas, 2019).

Tabla 24 Proyección de la Oferta.

Año	Ventas Nacionales	Porcentaje de participación del sector económico servicios (25,14%)	Porcentaje de participación de la actividad económica de servicios administrativos y de apoyo. (1,74%)	Porcentaje de participación por provincia de Pichincha (43,70%)	Participación de número de empresas en sección económica en Quito(Segunda versión DII)(47%)
2009	\$ 72.395.583.731	\$ 18.200.249.750	\$316.684.346	\$138.391.059	\$ 65.043.797,75
2010	\$75.773.753.331	\$ 19.049.521.587	\$331.461.676	\$144.848.752	\$ 68.078.913,56
2011	\$85.368.191.567	\$ 21.461.563.360	\$373.431.202	\$163.189.435	\$ 76.699.034,67
2012	\$90.950.889.552	\$ 22.865.053.633	\$397.851.933	\$173.861.295	\$ 81.714.808,56
2013	\$97.352.443.251	\$ 24.474.404.233	\$425.854.634	\$186.098.475	\$ 87.466.283,21
2014	\$102.294.691.458	\$ 25.716.885.433	\$447.473.807	\$195.546.053	\$ 91.906.645,12
2015	\$101.038.108.284	\$ 25.400.980.423	\$441.977.059	\$193.143.975	\$ 90.777.668,22
2016	\$91.763.104.876	\$ 23.069.244.566	\$401.404.855	\$175.413.922	\$ 82.444.543,26
2017	\$96.105.181.374	\$ 24.160.842.597	\$420.398.661	\$183.714.215	\$ 86.345.681,02
2018	\$99.940.331.311	\$ 25.124.999.292	\$437.174.988	\$191.045.470	\$ 89.791.370,72
2019	\$98.652.284.343	\$ 24.801.184.284	\$431.540.607	\$188.583.245	\$ 88.634.125,18

Fuente: INEC-Directorio de Empresas y Establecimientos (2010) (2019)

Elaborado por: La autora

En la tabla #24 se encuentra el crecimiento de oferta en valores de dinero, desde el año 2009 hasta el año 2019, donde se cuenta el total de ventas nacionales, para cada año se multiplica 24.14% el cual indica el porcentaje de participación del sector económico de servicios.

También se desglosa el porcentaje de participación en la actividad económica de servicios administrativos, a continuación, se multiplican el 43.70% el cual indica la participación en la provincia de Pichincha, y por último se obtiene el 47% de participación de empresas económicas en la ciudad de Quito.

Tabla 25 Proyección de la oferta

Proyección de Oferta	
Método Estadístico -Mínimo	
Cuadrados	
Año	Valores proyectados
2020	\$ 1.070.612.670,29
2021	\$ 1.168.418.256,90
2022	\$ 1.268.392.136,78
2023	\$ 1.370.534.309,92
2024	\$ 1.474.844.776,33
2025	\$ 1.581.323.536,00
a	= 69617774,16
b	= 2168293,266

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La autora**1.5. Demanda Potencial Insatisfecha.****Tabla 26** Demanda Potencial Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	DPI/año	DPI/días
2020	\$2.151.344.553,07	\$1.070.612.670,29	\$ 1.080.731.882,79	\$ 3.002.033,01
2021	\$2.409.505.899,44	\$1.070.612.670,29	\$ 1.338.893.229,15	\$ 3.719.147,86
2022	\$2.698.646.607,38	\$1.070.612.670,29	\$ 1.628.033.937,09	\$ 4.522.316,49
2023	\$3.022.484.200,26	\$1.070.612.670,29	\$ 1.951.871.529,97	\$ 5.421.865,36
2024	\$3.385.182.304,29	\$1.070.612.670,29	\$ 2.314.569.634,00	\$ 6.429.360,09
2025	\$3.791.404.180,81	\$1.070.612.670,29	\$ 2.720.791.510,52	\$ 7.557.754,20

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La autora

En la tabla # 26 se visualiza que la demanda potencial insatisfecha proyectada para los cinco años futuros da como resultado valores positivos, el cual indica la presencia de un mercado que no ha sido tratado al 100%, brindando una oportunidad para que Business Begin acoja a este número de clientes para desarrollar sus futuros proyectos.

1.6. Diseño de la marca(Branding)

- Nombre de la marca

La marca de un negocio representa el nombre, sonido, diseño y símbolo, siendo la mezcla de estos elementos la herramienta utilizada para identificar bienes y servicios que se encuentran siendo ofertados en el mercado, marcando diferencia entre sus competidores (Delgado, 2020).

Para el desarrollo del presente proyecto es fundamental identificar una marca, que muestre por si sola la razón de ser del negocio. El nombre que se ha elegido es "Business Begin", el cual indica a primera vista el objetivo del negocio, causando interés por parte del cliente.

- Logotipo

El logotipo es conocido como un elemento verbal, el cual se ha representado de una manera escrita, permitiendo asumir un aspecto físico único y singular de la marca (Ortegón Costazar, 2014).



Ilustración 1 Logotipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

- Eslogan

Este elemento trae consigo el valor con el que el cliente asocia el producto o servicio ofertado, generando emociones al receptor que dan como resultado un mensaje publicitario plasmado en el mercado selecto (Martínez A. , 2021).

Tras el concepto y la importancia del desarrollo del eslogan, se ha estudiado las principales variables, como resultado se obtiene: "Tu negocio empieza hoy".

- Percepción y Posicionamiento

La percepción de las personas trata sobre las normas, metas, expectativas que tienen los individuos sobre temas específicos, es decir de la manera en como lo visualizan en su mente. Tomando en cuenta lo anterior, Business Begin hace énfasis en brindar ayuda a sus clientes con procesos óptimos, a un precio justo, en donde el cliente se sienta cómodo y seguro (Rivera, 2018).

Por otra parte, el posicionamiento de la marca es de suma importancia, por lo cual se determina el público objetivo segmentado por edades, estratificación social, ubicación y nivel de ingresos, obteniendo como resultado a 471.335 personas. Para captar la atención de este número de personas Business Begin tiene varias estrategias de marketing, enfocadas en la excelencia y mejora continua del servicio.

- Diferenciación

Añadir valor a una marca puede permitir llegar a la empresa a márgenes altos, esto quiere decir que al momento de buscar un punto de diferenciación la empresa debe ser económicamente eficiente (Casanoves, 2017).

Business Begin se diferencia del resto de consultoras, complementando todos sus servicios con un seguimiento de calidad, que se acopla a cada negocio por desarrollar, además se toma en cuenta que, al ofrecer apoyo para todas las áreas de una misma empresa se logra fidelizar y crear un vínculo de confianza entre el cliente y la empresa.

1.7. Estrategias de Marketing.

El éxito de un negocio depende del proceso en el desarrollo de las estrategias, las cuales encaminan al mercado. La mayoría de veces las estrategias suelen ser de forma orgánica y se desarrolla con el tiempo, sistemas de distribución, canales y competencia, implementando grandes cambios y nuevos diseños en las mismas estrategias (Krentzel, 2018).

Business Begin es nuevo en el mercado, por este motivo pretende intensificar las campañas publicitarias mediante páginas web, redes sociales, dando a conocer todos sus beneficios. Para enlistar las principales estrategias, se basa el presente en la información obtenida de la matriz de perfil competitivo, en donde se resaltan las estrategias más importantes a implementar.

- Realizar publicidad impactante, en donde se encuentren los principales beneficios de ocupar nuestros servicios.
- Realizar campañas de marketing social.
- Obtener puntos estratégicos para la entrega de material publicitario físico.
- Mantener capacitaciones y compartir los avances sobre el conocimiento de nuestro personal en redes sociales, con la finalidad de llegar a más clientes.
- Contar con infraestructura física como respaldo para el cliente.

1.8. Publicidad a realizar.

Tabla 27 Diseño de publicidad.

Objetivo	Estrategia	Proyectos Estratégicos	Medio Publicitario	Presupuesto Mensual	Presupuesto Anual	Responsable	Nombre de Indicador
Asignar presupuesto y presupuesto de comercialización.	Medir las ventas realizadas en redes sociales.	*Realizar campañas publicitarias en redes sociales. *Segmentación de público Objetivo.	Redes sociales: *Facebook. *Instagram.	\$200	\$2.400	Gerente de Marketing.	Peso del canal en función de ventas.
Obtener el número de pedidos rechazados por los clientes.	Obtener registro de los estados actuales en pedidos.	*Tener base de datos de clientes. *Contacto con los clientes en tiempo oportuno.	*Llamadas telefónicas. *Mensajes.	\$100	\$1.200	Gerente de ventas.	Pedidos rechazados.
Creación de página web.	Creación de sitio web llamativo para el cliente.	*Obtener ideas preliminares para el diseño de una página web.	*Internet.	\$75	\$900	Gerente de Marketing.	Diseño y control de página web.
Total				\$375	\$4.500		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora.

1.9. Canales de Distribución

El canal pretende fortalecer la relación del destinatario y emisor, a través de la cooperación de ambas partes, es decir se ve reflejado en la confianza a mediano y largo plazo (Sarmiento, 2017).

Tomando en cuenta lo dicho anteriormente, Business Begin presta sus servicios de forma directa, eliminando intermediarios y especulaciones, dando como beneficio la confianza ante la perspectiva del cliente, es decir que el cliente va a desarrollar sus proyectos directamente con el personal capacitado de la empresa.

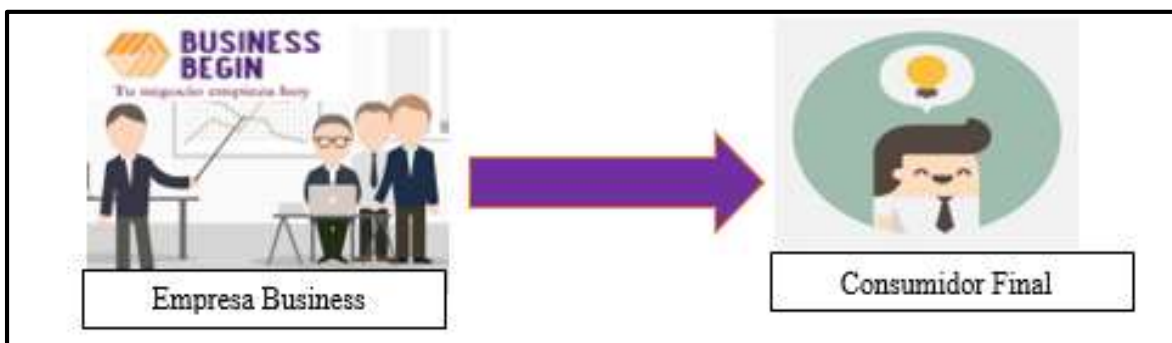


Ilustración 2 Canal de Distribución directo.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.10. Seguimiento de Clientes

El CRM es una estrategia que se ha implementado y perfeccionado con el pasar el tiempo, convirtiéndose en una necesidad, debido a la ayuda que otorga al momento de establecer una táctica en la relación empresa-cliente (Brunetta, 2016).

Es por este motivo que la implementación de un CRM es fundamental para el éxito de nuestra marca, al momento de establecer una estrategia que anticipe las necesidades de los clientes potenciales, logrando estar a un paso delante de la competencia existente en el mercado.

Se busca que el CRM, tenga pocas preguntas significativas para el negocio, así se puede obtener datos válidos y reales de la relación empresa a cliente. El CRM que se piensa implementar en el negocio es CRM online, el cual tiene como ventajas principales estar disponible las 24 horas del día y ser accesible en cualquier lugar, además el manejo del “login” implementa un nivel de seguridad.

1.11. Especificar mercados alternativos

Como se menciona al principio del capítulo, el objetivo de Business Begin es ayudar a las personas para que puedan desarrollar de una manera óptima y eficiente sus planes de negocios, creando así más pymes en el país. A su vez se ofrece a un mercado alternativo capacitaciones de calidad y eficiencia comprobada ofertando cursos de especializaciones online o presencial, con el objetivo de que el cliente obtenga más conocimiento sobre procesos que deben llevarse a cabo para que su negocio sea más rentable.

CAPÍTULO II

2 Operaciones

2.1 Objetivos del Capítulo.

Definir procesos correspondientes para cada área, con la ayuda de herramientas administrativas como lo son, mapa de procesos, flujogramas y establecer la ubicación de las instalaciones y como es su distribución

2.2 Descripción del proceso.

2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

Business Begin tiene como finalidad brindar servicios de asesoría para personas que estén dispuestas a desarrollar su propio negocio.

Un mapa de procesos es una representación gráfica en cómo se ejecutan los diversos procesos que tiene una empresa, estos se agrupan según su origen, en el cual se encuentran los proceso gobernantes o estratégicos, por otra parte se encuentran los procesos claves u operativos y por último están los procesos de soporte (Alarcón, Alarcón, P., & Guadalupe,S., 2019).

A continuación, se muestra el mapa de procesos, en el cual se establecen procesos estratégicos, operativos y de soporte. En el cual se resaltan los procesos operativos debido a que la organización depende de estas para su éxito en el mercado.

En los procesos operativos se establecen 2 subprocesos, la gestión comercial y gestión de investigación, las cuales se encuentran siendo dirigidos por la gestión estratégica de la empresa, la cual tiene como responsabilidad guiar y controlar a las áreas anteriormente mencionadas, como apoyo para las áreas de gestión comercial y de investigación se encuentran los procesos de apoyo y asesoría, destinados a ser un soporte para las áreas centrales de la organización.

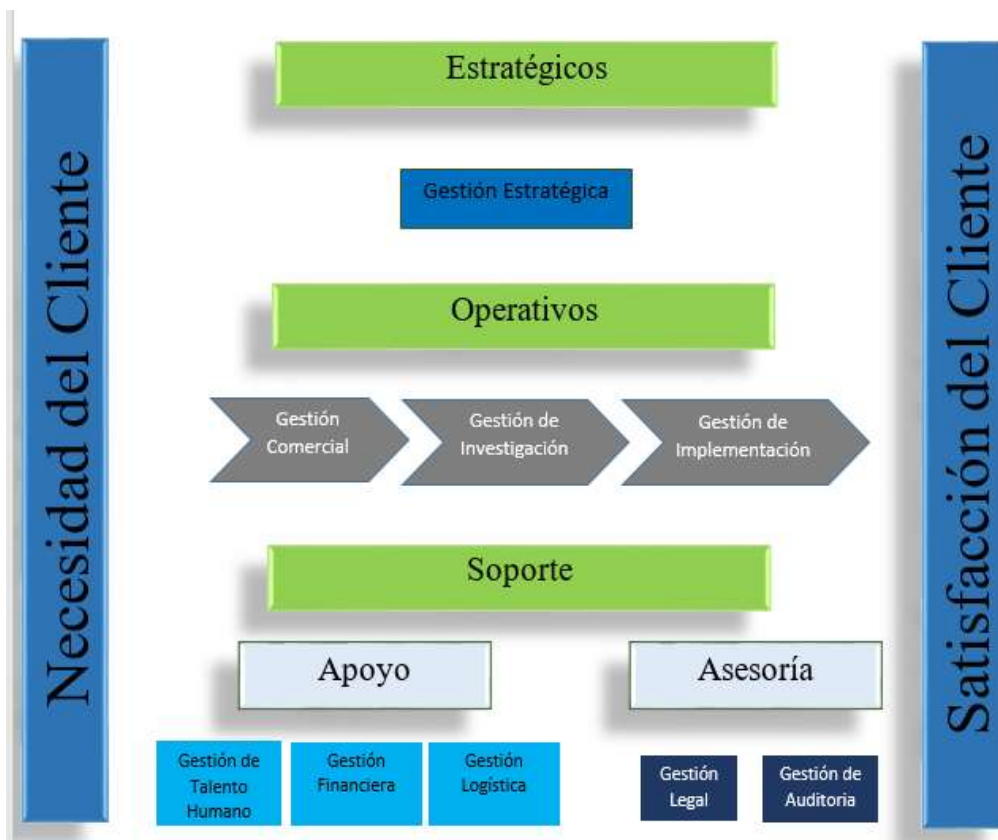


Gráfico 13 Mapa de Procesos.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 28 Relato de Procesos operativos.

1.- Elaborar encuestas para captar al público objetivo.

2.- Receptar respuestas de las encuestas.

3.- Comunicarse con los clientes que aceptan ocupar el servicio.

4.- Reunirse con los posibles clientes y detallar los paquetes de servicios estandarizados.

5.- Seleccionar un paquete de servicios que sea beneficioso para el cliente.

6.- Investigar sobre la idea de negocio, la cual tendrá de 2 a 3 días de espera.

7.-Comenzar a desarrollar el plan de negocio del cliente.

8.- Controlar los procesos a seguir para la implementación del nuevo negocio.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Una vez determinado los procesos operativos o sustanciales de la empresa, se procede a desarrollar el SIPOC de cada una de las áreas pertenecientes al proceso operativo, acompañado por un flujograma, el cual permite visualizar detalladamente el orden de los procesos a seguir.

Tabla 29 Diagrama SIPOC de Gestión Comercial.

S Proveedores	I Entradas	P Procesos	O Salidas	C Clientes internos o externos.
Netlife (internet)	Encuesta de necesidades de emprendimientos	Enviar encuestas a público objetivo Enviar publicidad a posibles clientes	Listado de contratos para el desarrollo de planes de negocios.	Gestión Investigación
Personal del área de investigación	Paquetes de servicio	Vender paquetes de servicio a los clientes Firmar contrato de proyecto.		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

La tabla#29 indica el Diagrama SIPOC de la gestión comercial, en el cual se visualiza como proveedores a Netlife (internet), el cual sirve para enviar las encuestas a la base de posibles clientes, como segundo proveedor se ubica el personal de área de investigación, debido a que son los encargados de realizar las encuestas y crear los paquetes de servicios. Como entradas se encuentran las encuestas de necesidades de emprendimientos y los paquetes de servicios, a continuación, están los procesos que se realizan con cada entrada. Como salida se obtiene un listado de contratos para el desarrollo de planes de negocio de los clientes, los cuales terminan en la gestión de investigación.

A continuación, se plantea un flujograma en donde se visualiza el proceso detallado de la gestión comercial.

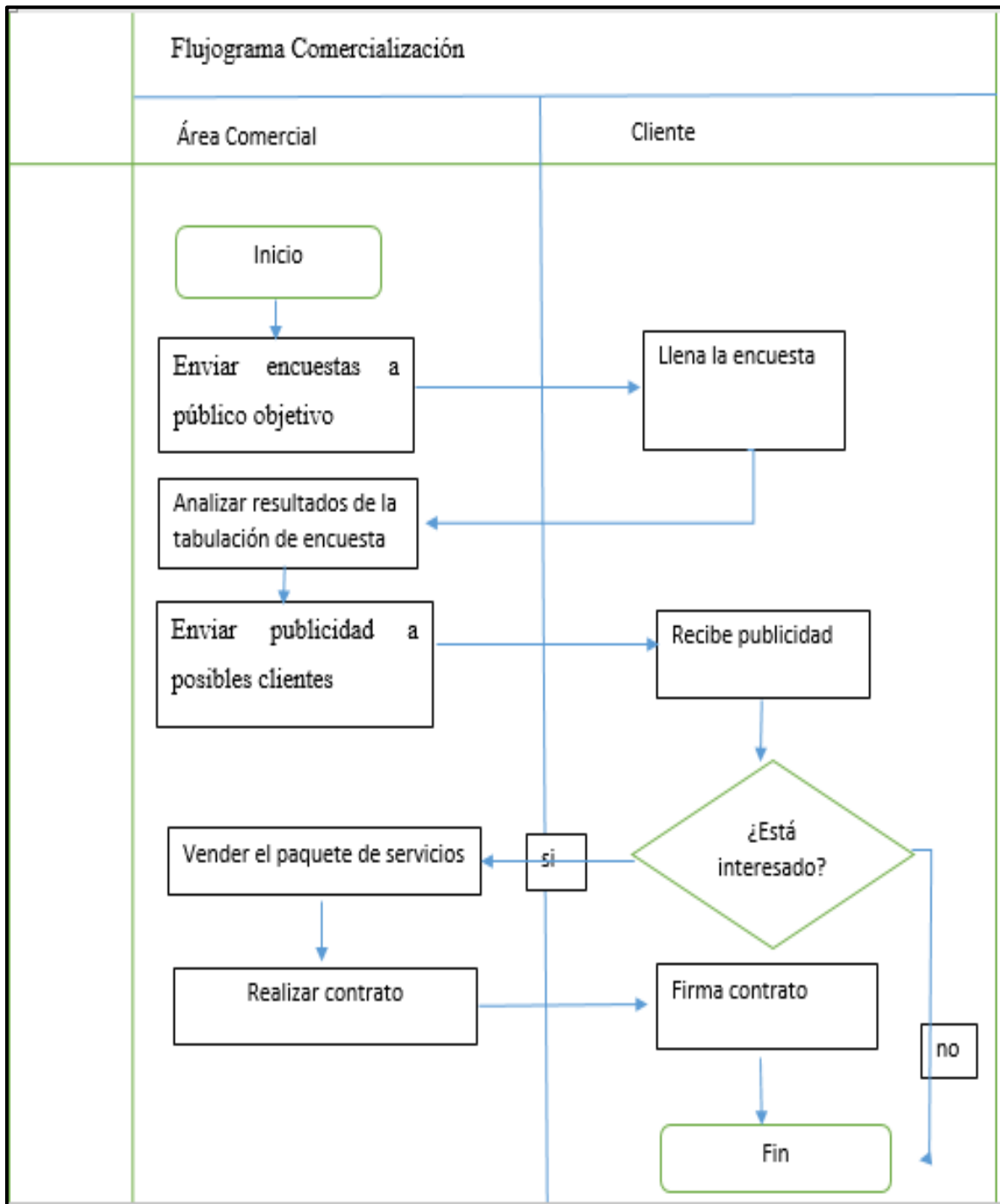


Gráfico 14 Flujograma de Comercialización.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 30 Diagrama SIPOC Gestión de Investigación.

S Proveedores	I Entradas	P Procesos	O Salidas	C Clientes internos o externos
Personal del área de comercialización	Contrato con los clientes dispuestos a desarrollar su idea de negocio.	Recibir contratos de clientes, dispuestos a poner en marcha su idea de negocio.	Plan de negocios según la necesidad del cliente.	Cliente externo
		Realizar situación inicial del nuevo proyecto.		
		Desarrollar puntos estratégicos del proyecto		
		Controlar y revisar los puntos estratégicos sean eficientes.		
		Entrega y explicación al cliente del plan de negocios		
	Implementar servicio post-venta.			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

En la tabla #30 se desarrolla el diagrama SIPOC, en el cual consta como proveedor el personal del área comercial, los cuales envían contratos de clientes al área de investigación para que empiecen con el desarrollo de la idea de negocio del cliente, este pasa por una serie de procesos, el cual se especifica en el gráfico#15.

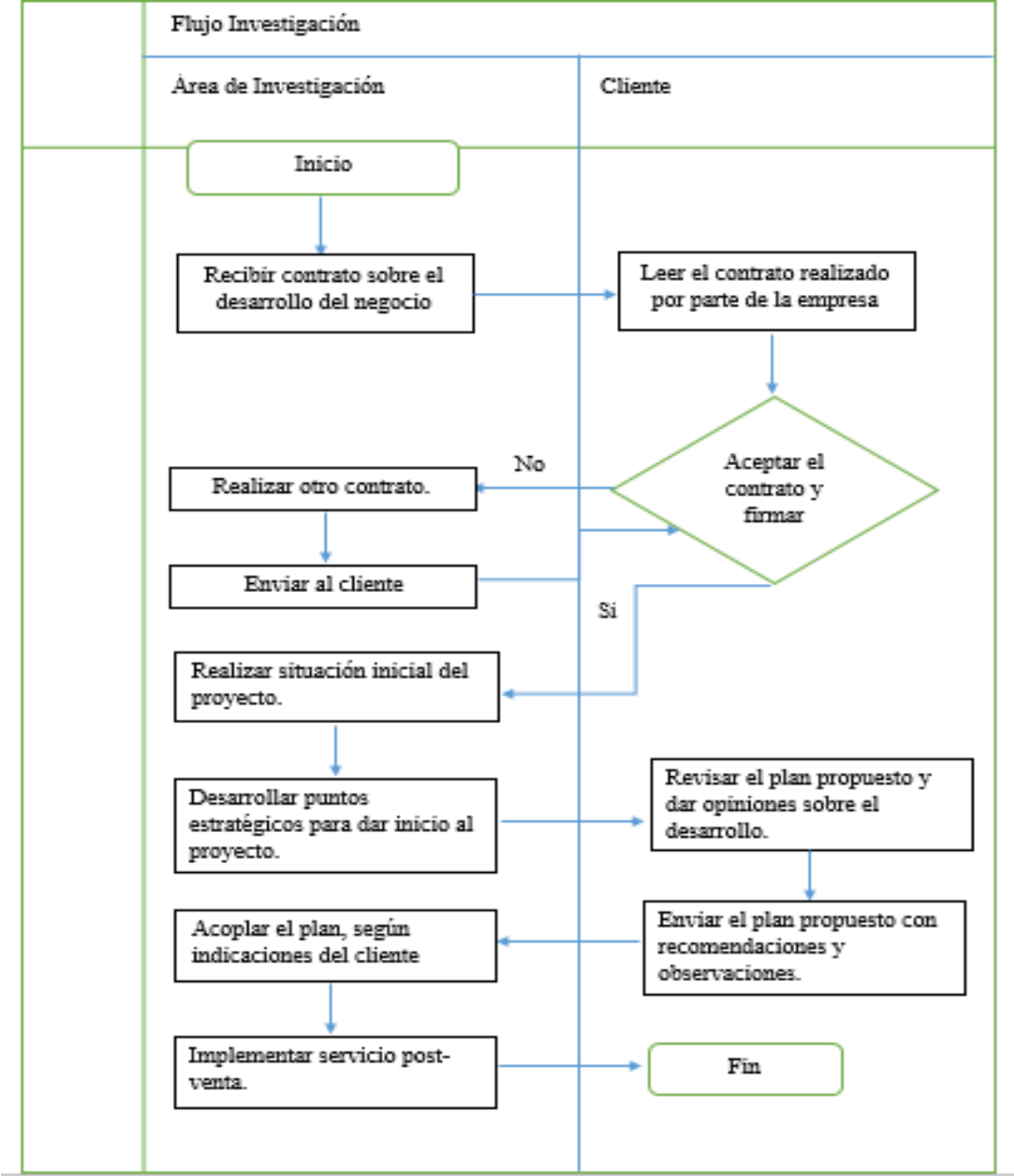


Gráfico 15 Flujo de Investigación.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

2.1.1 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Instalaciones

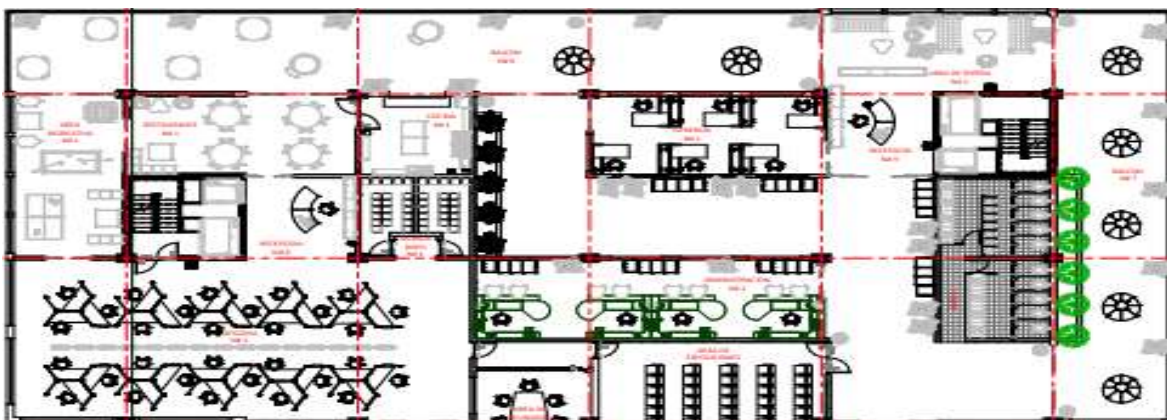


Ilustración 3 Instalaciones Business Begin.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

En el presente gráfico se detalla la ubicación de cada área que compone a la empresa Business Begin, la cual se caracteriza por ser de una planta, dividida en tres partes:

- Partes Interna:

Recepción, encargada de recibir a los clientes.

Área de espera

Área comercial

Área de Talento Humano

Área de Investigación

Área Financiera

Gerencia General

Sala de reuniones

- Parte Externa

Parqueaderos

- Parte de Higiene
Baños

Tabla 31 Descripción de equipo.

Actividad	Equipo	Características
Almacenar información estadística de los clientes, realizar pronósticos de ventas , buscar nuevos clientes. Procesar información de cada área	Computadora Hp 	Conexión alámbrica y tecnología inalámbrica Tarjeta de memoria 5 en 1 Cuatro puertos USB Puerto VGA Puerto HDMI 15,59 pulgadas de largo 11,22 pulgadas de profundidad 1,31 a 1,66 pulgadas de alto Tapa cerrada Procesador Mobile AMD Turion 64 X2
Imprimir documentos con validez tributaria, comprobantes de ingresos, proformas, presupuestos y documentos varios.	Impresora EPSON L355 	Multifuncional con tanque a inyección de tinta Copiadora Escáner Conexión Inalámbrica Contiene cable de alimentación Cable USB CD con drivers Software OCR

Fuente: Mercado Libre, 2021
Elaborado por: La autora

Descripción de personas.

La tabla #32 indica el total de actividades que se realiza en los procesos sustanciales de la empresa, identificando el tiempo en horas por actividades, así como el número de personas que se ven involucradas para el desarrollo de cada una, de la misma forma se detallan las horas semanales que se toma el personal.

Tabla 32 Descripción de personas.

Actividad	Tiempo (por actividad)(minutos)	No. Personas	Horas-hombre
Enviar encuestas a público objetivo	120	1	10
Analizar resultados de tabulacion	180	1	15
Enviar publicidad a posibles clientes	180	1	15
Vender paquetes de servicios	480	1	40
Realizar contrato a clientes interesados	120	2	20
Recibir contrato sobre el desarrollo de negocio	60	1	5
Realizar situación inicial del proyecto	120	3	30
Desarrollar puntos estratégicos para dar inicio al proyecto	60	4	20
Implementación de servicio post-venta	120	4	40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 33 Número de trabajadores.

Cargo	# Talento Humano	Funciones	Costo Fijo/ Variable
Gerente General	1	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar actividades de todas las áreas que compone la empresa • Analizar alternativas para mejorar procesos en los servicios • Planificar funciones y actividades con cada jefe de área • Definir metas y objetivos de la empresa • Crear nuevas estrategias para la captación de nuevos mercados. 	Fijo
Secretaria	1	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir mensajes y llamadas para la gerencia • Coordinar reuniones internas y externas • Recordar fechas de agendamiento del gerente general 	Fijo
Contador	1	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar declaraciones del SRI • Control y asesorar al gerente sobre procesos internos de la empresa 	Variable
Asistente Contable	1	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresar documentos con validez tributaria • Verificar cuentas por cobrar y por pagar • Archivar documentos de la empresa • Realizar roles de pagos • Controlar el cumplimiento de contratos de trabajo 	Fijo
Vendedor	1	<ul style="list-style-type: none"> • Enviar encuestas a público objetivo • Analizar resultados de tabulación • Enviar publicidad a posibles clientes • Vender paquetes de servicios • Cumplir metas de ventas establecidas por la gerencia. • Generar y crear contenido para publicidad • Realizar segmentación de mercado • Aportar con ideas nuevas a la empresa • Entrega de reportes trimestrales del crecimiento en la ocupación de cuota de mercado 	Fijo
Investigador de proyectos	4	<ul style="list-style-type: none"> Realizar contrato a clientes interesados Recibir contrato sobre el desarrollo de negocio Realizar situación inicial del proyecto 	Fijo

		Desarrollar puntos estratégicos para dar inicio al proyecto Implementación de servicio post-venta	
Investigador de proyectos	1	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar soporte al resultado de la situación inicial del proyecto • Desarrollar puntos estratégicos para dar inicio al proyecto • Implementación de servicio post-venta 	Variable
Total	10		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

2.1.1 Tecnología a aplicar

La aplicación de la tecnología consiste en obtener varias ventajas en un sector determinado, como la implementación de la rapidez sobre la disponibilidad, también sirve para disminuir el nivel del riesgo sobre una investigación (Valls & Escorsa, 2016).

Para la creación de los negocios de nuestros clientes se implementa la tecnología principalmente en:

Página web: En la presente página web, el usuario tendrá acceso a un perfil, en donde se puede visualizar el avance del proyecto, también se cuenta con un módulo que describa la infraestructura del negocio.

Aplicación: Mediante la aplicación gratuita, el usuario puede observar recomendaciones que él puede acoplar a su idea de negocio, cabe recalcar que el plan establecido y acordado por parte del cliente puede ser moldeable tras diferentes los factores que existen en la industria.

2.3 Capacidad de Producción.

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

En la tabla#34 se puede visualizar la capacidad de producción futura en la cual se detallan los 2 tipos de paquetes en el servicio que se va a brindar a nuestro público objetivo, a continuación, se determina por la capacidad de proyectos que se pueden realizar diariamente, con la finalidad de sacar el número de servicios por mes y por año. Para realizar la proyección a los 5 años se multiplica por 7% el cual es la tasa de incremento que tiene el sector de servicios de apoyo según estudios de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Tabla 34 Capacidad de Producción Futura

Servicio	Atención Diaria	Atención Mensual(20 días)	Incremento del 7% anual en el sector de servicios				
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio inicial	1,25	80	960	1027	1099	1176	1258
Servicio completo	0,7	10	120	128	137	147	157
Total	1,95	90	1080	1156	1236	1323	1416

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Elaborado por: La autora

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción.

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

En la tabla#35 se describen los recursos necesarios para desarrollar los servicios ofertados en Business Begin, así como el grado o nivel de sustitución y la opción de proveedor.

Tabla 35 Recursos necesarios para el servicio.

Orden	Recursos	Sustituto	Grado de Sustitución	Proveedor 1	Proveedor 2
	Profesional de marketing	Personal con capacitaciones	Medio	Persona con conocimientos en el área de marketing y estudios de mercadeo	Persona con conocimientos en el área de marketing
	Profesional de diseño de proyectos	Personal con capacitación o mención	Medio	Persona con conocimientos en el desarrollo de proyectos	Persona con conocimientos en administración de empresas
	Profesional en finanzas y contabilidad	Personal con mención de asistente contable y financiero	Medio	Persona con conocimiento en el área contable y financiera	Persona con conocimiento en el área contable

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

2.5 Calidad.

2.5.1 Método de Control de Calidad.

El principal método de control de calidad que se piensa implementar en el servicio post-venta es una encuesta de satisfacción al cliente, la cual tiene como finalidad establecer el rango de tiempo que el cliente utiliza nuestro servicio, acompañado de la calificación sobre la información y la experiencia que se le ha brindado al cliente.

Encuesta de Satisfacción al cliente.

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo utiliza nuestros servicios?

- Menos de 1 mes
- Entre 1 a 3 meses
- Entre 4 a 5 meses
- Más de 5 meses

2.- ¿Considera que nuestra empresa satisface sus necesidades?

- Supera mis expectativas
- Normalmente
- En un nivel bajo

3.- ¿Cuál es la probabilidad de que nos recomiende?

- Muy probable
- Probable
- Nada probable

4.- ¿Fue de utilidad la asesoría brindada, para el desarrollo de su negocio?

- Si
- No

5.- ¿Cuál es la calidad de información brindada sobre nuestros servicios?

- Alta
- Media
- Baja

6.- Indique alguna observación o recomendación para mejorar nuestro servicio.

2.6 Normativas y Permisos que afectan a la Instalación del negocio.

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.

La Norma de calidad ISO 45001, indica un modelo sencillo para la empresa, con el fin de desarrollar un control útil de riesgos y que sean dañino para la salud de los trabajadores. La cual puede ser planificada en un mediano y largo plazo dentro de la organización, reduciendo la probabilidad de accidentes o lesiones (ISO, 2018).

Con respecto a las normas de bioseguridad, todos los trabajadores deben utilizar tapabocas, uso constante de gel y alcohol, al igual que el lavado de manos, las oficinas se deben desinfectar 3 veces al día, al ingresar los clientes, deben ser tomados la temperatura y desinfectados a nivel corporal.

CAPITULO III

3 Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo.

Analizar y plantear la estructura de la organización, fundamentado en organigramas y descripción de puestos, a su vez emitir herramientas de control basadas en indicadores para la correcta gestión de los puestos de trabajo.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos.

3.2.1. Visión de la Empresa.

Ser una empresa reconocida a nivel nacional por generar e implementar procesos de calidad en la generación de nuevos negocios en los próximos cinco años.

3.2.2 Misión de la Empresa.

Somos una empresa dedicada a brindar servicios de asesoría para el desarrollo e implementación de negocios rentables y de calidad, orientando de una manera óptima y eficiente a las futuras actividades comerciales de nuestros clientes.

3.2.3 Objetivos y Estrategias

Análisis FODA

Mediante el análisis FODA, Business Begin identifica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la empresa, dando como resultado el desarrollo de estrategias, con la finalidad de emplearlas en este negocio.

Tabla 36 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
F1. Especialización de todas las áreas en una empresa.	O1. Facilidad del acceso a internet.
F2. Conocimiento continuo de nuestro personal.	O2. Creación de nuevas empresas en un entorno cambiante.
F3. Actualización de nuevas tecnologías para la implementación en nuevas ideas de negocios.	O3. Ingreso de nueva tecnología al mercado.
F4. Implementación del servicio post-venta.	O4. Falta de conocimiento técnico por parte de los nuevos emprendedores al momento de crear planes para la formación de una empresa.
F5. El personal se preocupa por cumplir las expectativas de su cliente	O5. Arriendos económicos.
F6. Implementación de página web para que el cliente visualice el avance de su proyecto.	O6. Precios altos por parte de la competencia.

F7. Precios competitivos y accesibles.	
Debilidades	Amenazas
D1. Nuevos en el mercado	A1. La mayoría de personas en Ecuador prefieren poner sus negocios con conocimientos empíricos.
D2. Falta de recurso financiero para nuevos proyectos.	A2. Disminución de ingresos de posibles clientes.
D3. Inexistencia de base de datos de clientes potenciales.	A3. Existencia de competencia directa.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Matriz EFE.

El análisis de la matriz EFI, muestra tanto fortalezas como debilidades que el negocio posee, mediante una calificación ponderada se puede determinar si el presente plan de negocios cuenta con más fortalezas que amenazas.

Tabla 37 Matriz EFE.

Factores crítico de éxito	Valor	Calificación	Calificación ponderada
<i>Oportunidades</i>			
Avance del uso de la tecnología en el país	0,09	4	0,36
Incremento de nuevas necesidades de la población	0,11	4	0,44
Ingreso de nuevas tecnologías	0,1	4	0,4

La mayoría de la población muestra conocimiento limitado sobre la correcta administración de una empresa	0,18	4	0,72
Las empresas de asesorías tienen precios elevados	0,11	2	0,22
Leyes y política sobre implementación de una empresa pueden cambiar	0,03	3	0,09
Total oportunidades			2,23
<i>Amenazas</i>			
Preferencia de la población por establecer sus negocios con bajo nivel de conocimiento.	0,09	4	0,36
Disminución de ingresos en la población del país	0,13	3	0,39
Ingreso de nuevos partidos políticos	0,04	1	0,04
Existencia de competencia directa	0,11	3	0,33
Total amenazas			1,12
Total ponderado			3,35

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

La Matriz EFE da como resultado para las oportunidades un valor de 2.23, y para las amenazas un valor de 1.12, indicando que las oportunidades son más altas que las amenazas al momento de implementar el desarrollo de Business Begin, sin embargo, se debe ampliar el número de estrategias, con la finalidad de mitigar las amenazas.

Tabla 38 Matriz EFI

Factores crítico de éxito	Valor	Calificación	Calificación ponderada
<i>Fortalezas</i>			
Especialización del personal sobre el conocimiento de las principales áreas que componen a una empresa	0,12	4	0,48
Capacitaciones continuas por parte del personal	0,13	4	0,52
Actualizaciones constantes en la tecnología	0,12	3	0,36
Implementar servicio post-venta	0,14	3	0,42
El personal se preocupa por cumplir las expectativas de los clientes	0,09	3	0,27
Implementación de página web para que el cliente visualice el avance de su proyecto	0,08	4	0,32
Total fortalezas			2,37
<i>Debilidades</i>			
Nuevos en el Mercado	0,08	3	0,24
Falta de suficiente recurso financiero para nuevos proyectos	0,13	4	0,52
Inexistencia de base de datos de clientes potenciales.	0,07	4	0,28
Precios elevados en el mantenimiento de la página web	0,04	2	0,08
Total debilidades			1,12
Total ponderado			3,49

Fuente: investigación propia

Elaborado por: La autora

Como resultado de la Matriz EFI, se obtiene que existe una puntuación más alta para las fortalezas, indicando que para el desarrollo Business Begin es favorable, con respecto a las debilidades, se deben tomar en cuenta para reducir este resultado.

3.2.3 Objetivos y Estrategias.

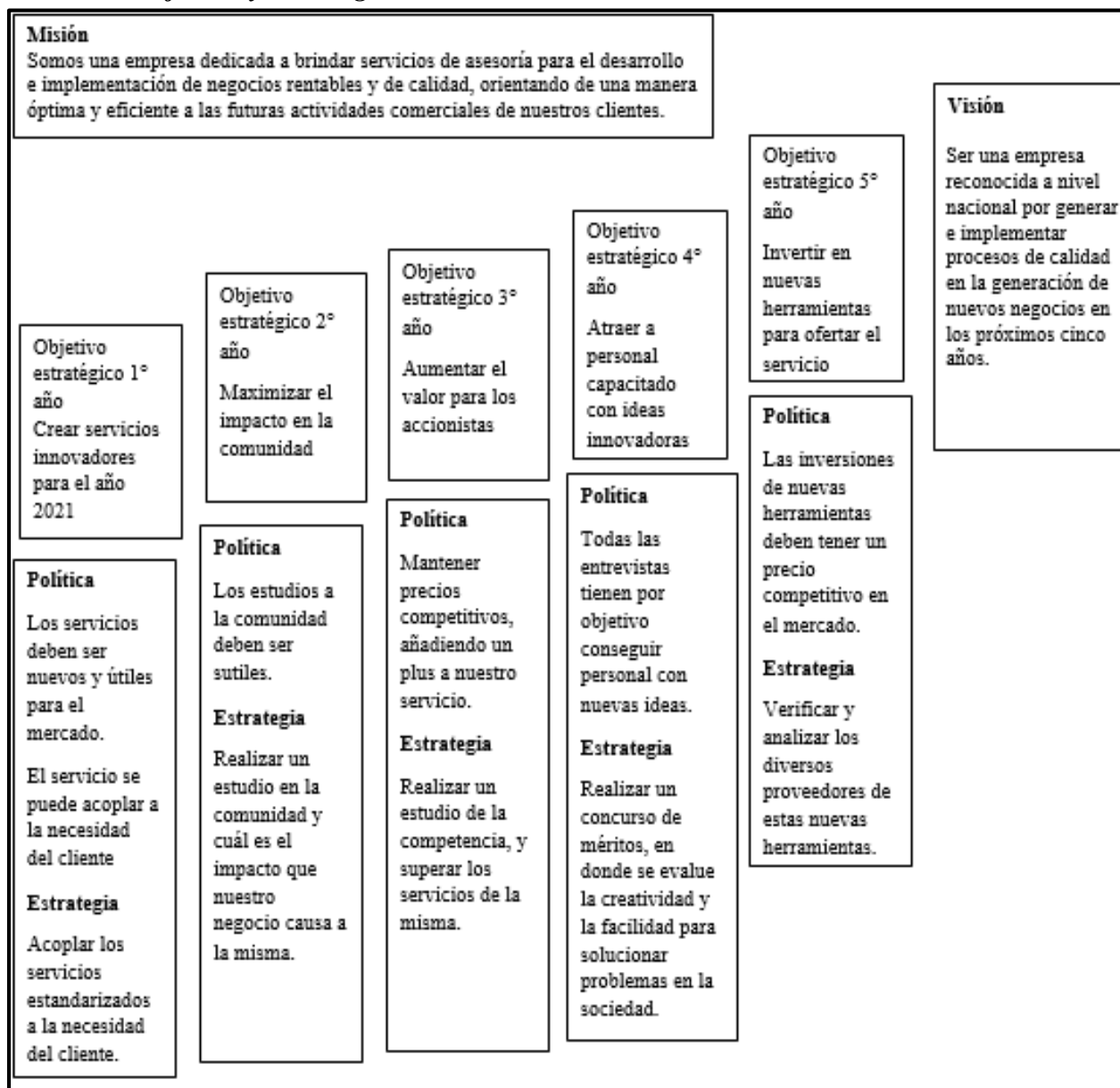


Gráfico 16 Objetivos Estratégicos.

Fuente: investigación propia
Elaborado por: La autora

3.3 Organización Funcional de la Empresa.

3.3.1 Organización Interna.

Organizar los recursos humanos de una empresa es indispensable para cumplir objetivos y metas trazadas, en el cual consten procedimientos, normas y responsabilidades, tratando de coordinar todas las áreas que componen a una empresa (Moran, Peredo, & Guerrero, 2020).

El organigrama estructural de Business Begin está conformado por la junta de accionistas, seguido por la gerencia general, como servicio de apoyo se encuentra secretaría, seguido por tres departamentos, los cuales son: administrativo, comercial y de investigación.

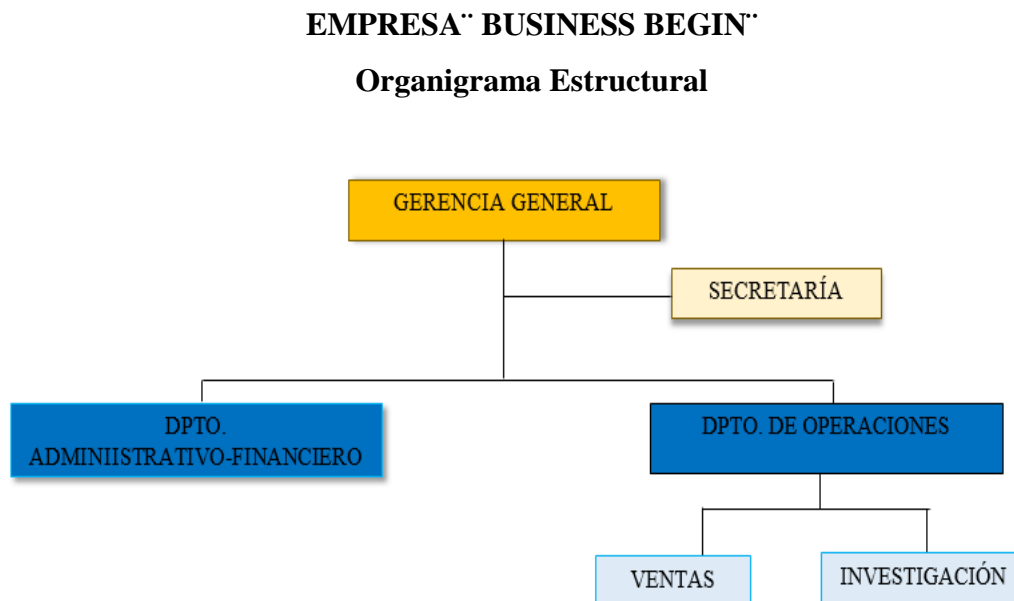


Gráfico 17 Organigrama Estructural Business Begin.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

EMPRESA " BUSINESS BEGIN "
Organigrama Funcional

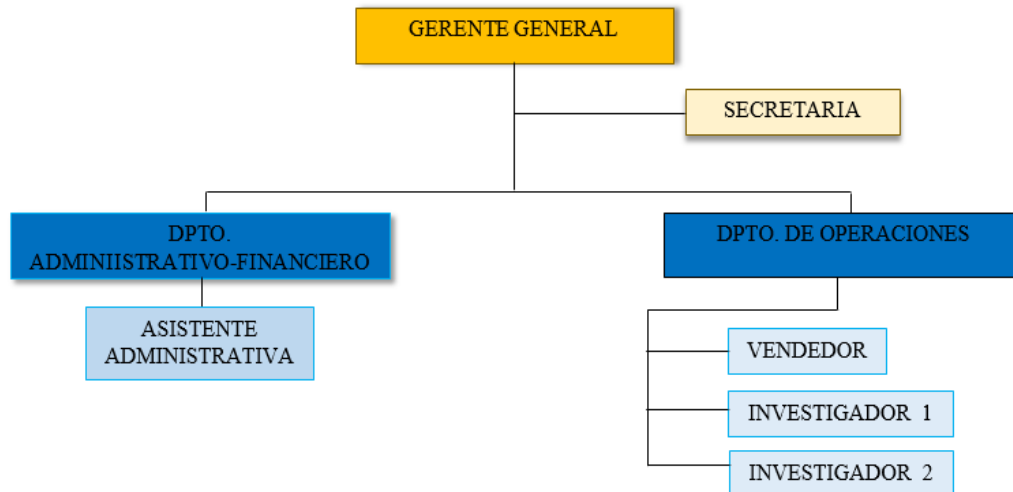


Gráfico 18 Organigrama Funcional Business Begin.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

3.3.2 Descripción de puestos.

La descripción de puestos es fundamental para establecer una buena organización de funciones y actividades, cumpliendo con el objetivo de coordinar y alcanzar metas propuestas por la empresa.

Tabla 39 Descripción del puesto de Gerente General.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Gerente General

Jefe inmediato superior: Junta de Accionistas

Supervisa a: Jefes de cada departamento

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Coordinar y controlar actividades relacionadas con la empresa, con el objetivo de evitar errores y optimizar el tiempo de trabajo de cada uno de los colaboradores.

III FUNCIONES

- Controlar actividades de todas las áreas que compone la empresa
 - Analizar alternativas para mejorar procesos en los servicios
 - Planificar funciones y actividades con cada jefe de área
 - Definir metas y objetivos de la empresa
 - Crear nuevas estrategias para la captación de nuevos mercados.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniería

Experiencia: 1 o 2 años

Habilidades: Pensamiento crítico, Analista, Autocontrol, Creatividad.

Formación: Ingeniería en Administración de empresas o Finanzas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 40 Descripción del puesto de Secretaria.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Secretaria

Jefe inmediato superior: Gerente General

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Coordinar y brindar soporte a las actividades de la empresa, relacionadas directamente con la gerencia general.

III FUNCIONES

-
- Recibir mensajes y llamadas para la gerencia
 - Coordinar reuniones internas y externas
 - Recordar fechas de agendamiento del gerente general
 - Brindar soporte al gerente general.
 - Presentar reportes generales de la empresa.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Bachillerato General

Experiencia: 1 o 2 años

Habilidades: Pensamiento crítico, tolerancia, autocontrol.

Formación: Segundo Nivel

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 41 Descripción del puesto de Asistente Administrativa

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Asistente Administrativa

Jefe inmediato superior: Gerente General

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Brindar soporte a la funciones del área administrativa

III FUNCIONES

- Ingresar documentos con validez tributaria
 - Verificar cuentas por cobrar y por pagar
 - Archivar documentos de la empresa
-

-
- Realizar roles de pagos
 - Controlar el cumplimiento de contratos de trabajo
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniería o Licenciatura en administración o talento humano

Experiencia: 1 o 2 años

Habilidades: Tolerancia, tener organización, ser proactivo

Formación: Tercer Nivel

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 42 Descripción del puesto de Vendedor.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Vendedor

Jefe inmediato superior: Gerente General

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Comercializar y realizar contratos de los servicios ofertados por la empresa.

III FUNCIONES

- Enviar encuestas a público objetivo
 - Analizar resultados de tabulación
 - Enviar publicidad a posibles clientes
 - Vender paquetes de servicios
 - Cumplir metas de ventas establecidas por la gerencia.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Bachiller

Experiencia: 1 o 2 años

Habilidades: Tolerancia, tener organización, ser proactivo, negociación.

Formación: Segundo Nivel

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 43 Descripción del puesto de Investigador.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Investigador

Jefe inmediato superior: Gerente General

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Desarrollar las ideas de negocios pertenecientes a los clientes, acompañado del servicio post-venta.

III FUNCIONES

-
- Brindar soporte al resultado de la situación inicial del proyecto
 - Desarrollar puntos estratégicos para dar inicio al proyecto
 - Implementación de servicio post-venta

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Licenciatura o Ingeniería en desarrollo de proyectos o administración de empresas.

Experiencia: 1 o 2 años

Habilidades: Tolerancia, organización, ser proactivo, negociación, creatividad, comunicación asertiva

Formación: Tercer Nivel o Cuarto Nivel

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

3.4 Control de Gestión.

3.4.1 Indicadores de Gestión.

Aplicar los indicadores de gestión en un proyecto de negocios tiene varios beneficios debido a que estos son capaces de dar como resultado comparaciones estadísticas entre variables, haciendo más sencillo el procedimiento de control en una actividad específica (Álvarez, 2017)

La siguiente tabla muestra todas las áreas que compone la empresa y los nombres de cada indicador que pueden ser implementados, con la finalidad de obtener resultados estadísticos y supervisar de una manera eficiente el funcionamiento de cada departamento.

Tabla 44 Indicadores de Gestión.

ÁREAS	NOMBRE	INDICADOR
Gerencia General	ROI	Utilidad neta/Activo
Gerencia General	Cumplimiento de objetivos estratégicos	#Objetivos cumplidos del plan estratégico
Comercialización	Cuota de mercado	Ventas en USD de la empresa / Ventas en USD en el mercado total
Comercialización	Satisfacción del cliente	#clientes satisfechos *100% /#Clientes atendidos
Administración	Horas de capacitación	(# de horas capacitadas / #de horas de capacitación planificadas)*100%
Administración	Clima laboral	#empleados satisfechos/#total de empleados

Investigación	Proyectos desarrollados	(# Proyectos desarrollados*100%)/(Total de proyectos)
Investigación	Participación de ventas por Promociones	#ventas concretadas con promoción *100%/#Total de ventas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

3.5 Necesidades del personal

Business Begin debe mantenerse con el mismo número de personas hasta el segundo año, para estabilizar la parte económica y conocer el comportamiento de su público objetivo, desde el tercer año se proyecta incrementar un vendedor, debido al incremento que existe en la demanda, para el 4 y 5 año se incrementa el personal del departamento de investigación.

Tabla 45 Necesidades del personal.

	Gerencia	Secretaria	Asist. Administrativa	Vendedor	Investigador
Año 1	1	1	1	1	2
Año 2	1	1	1	1	2
Año 3	1	1	1	2	3
Año 4	1	1	1	2	3
Año 5	1	1	1	2	3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

CAPITULO IV

4 Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo.

Establecer la forma jurídica para la creación de la empresa, con el objetivo de enlazar y coordinar metas, de acuerdo al modelo de negocio que se elija.

4.2 Determinación de la forma jurídica.

Business Begin se establece como Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) la cual se define como tipo de compañía conformada por una o varias personas naturales o jurídicas, teniendo como objetivo implementar procesos sencillos al momento de constituir la empresa. (SUPERCIAS, SUPERCIAS, 2020)

En la siguiente ilustración se muestran los requisitos necesarios para constituir un negocio como sociedad por acciones simplificadas.

REQUISITOS PARA CONSTITUIR UNA S.A.S.

1. Certificado electrónico del accionista (*Firma Electrónica – Ver Anexo 1*).
2. Reserva de la denominación (*Ver Anexo 1*).
3. Contrato privado o escritura.
4. Nombramiento(s).
5. Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es:
 - a. Tipo de solicitante
 - b. Nombre completo
 - c. Número de identificación
 - d. Correo electrónico
 - e. Teléfono convencional y/o teléfono celular
 - f. Provincia
 - g. Ciudad
 - h. Dirección
6. Copia(s) de cédula o pasaporte.

Ilustración 4 Requisitos para Constituir una S.A.S.

Fuente: (SUPERCIAS, SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS VALORES Y SEGUROS , 2021)

Elaborado por: La autora

Pasos para la Constitución de una S.A.S
1. Crear reserva de denominación
a. Ingresar al portal www.supercias.gob.ec
b. Ingresar al portal de trámites en Sector societario
c. Ingresar usuario y clave
d. Escoger opción de reserva de denominación
e. Ingresar opción constitución
f. Seguir los pasos indicados en dicho proceso
f. Escoger tipo de compañía S.A.S
h. Terminar el proceso e imprimir la Reserva
2. Descargar formato de documentos: Contrato, Nombramientos, Formularios de registros
a. Ingresar al portal www.supercias.gob.ec
ingresar a Guías del Usuario y descargue los formatos y documentos requeridos
c. Llenar la información solicitada en los documentos descargados
3. Enviar a la cuenta de correo electrónico de la oficina correspondiente, los documentos obligatorios
a. Enviar la solicitud de Constitución
b. Enviar archivo PDF que contenga Contrato Privado / Escritura + Reserva debidamente firmado electrónicamente
c. Enviar un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente
d. Enviar un archivo PDF que contenga los formularios de registro de los accionistas y administradores y la copia de las respectivas cédulas o pasaportes
4. Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución S.A.S, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante
5. El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso. De no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del contrato o escritura y del o los nombramientos según sea el caso.
6. Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripciones correspondientes.

Ilustración 5 Pasos para la Constitución de una S.A.S.

Fuente: (SUPERCIAS, SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS VALORES Y SEGUROS , 2021)

Elaborado por: La autora

4.3 Registros de marcas.

Los primeros años de desarrollo de la empresa de Business Begin no tiene la necesidad de registrar su marca, ni sacar patente.

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.

Para que Business Begin pueda desarrollar sus actividades debe tener algunos permisos y licencias, estos son emitidos por entes de control como el Municipio de Quito y GAD.

Tabla 46 Requisitos para la obtención de Patente.

Requisitos para la obtención de patente municipal
1.- Formulario de declaración de patente municipal lleno
2.- Copia de cédula y certificado de votación de la últimas elecciones
3.- Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica
4.- Copia del nombramiento del representante legal
5.-Copia del RUC

Fuente: (CIUDADANOS, 2021)

Elaborado por: La autora

Para obtener la Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas(LUAE), se necesitan realizar lo siguiente pasos:

- Ingrese a www.quito.gob.ec
- Elija la opción servicios ciudadanos, con lo cual se desplegará una nueva ventana denominado portal administrativo municipal PAM.
- También puede acceder desde la dirección <https://www.gob.ec>, opción servicios en línea y digitar LUAE en línea.
- Ingrese su usuario – número de su RUC- y contraseña, que es la misma que utiliza para la declaración de la patente municipal.
- Cuando haya ingresado al sistema, seleccione el trámite a realizar, emisión o renovación. Lea los requisitos a cumplir y de clic en siguiente.
- Registre la información solicitada, ubicación del predio, datos generales, actividad económica y autorizaciones administrativas.
- Valide los datos proporcionados y guarde la información.
- Hecho esto se generará el número de trámite con las siguientes opciones: Imprimir el Formulario de solicitud de LUAE y ‘Declaración de reglas técnicas del Cuerpo de Bomberos’.
- Si le corresponde, por tipo de actividad económica, realice la declaración en línea de las reglas técnicas del Cuerpo de Bomberos, caso contrario ellos coordinarán la inspección de su establecimiento, y si cumple con las mismas será entregado un informe favorable que permite el otorgamiento de la LUAE.
- Imprima el ‘Formulario de solicitud de LUAE’, al final encontrará el procedimiento de emisión a seguir y los pasos hasta obtenerla.
- Entregue el formulario firmado y la documentación solicitada según su proceso de emisión a la autoridad otorgante que consta en el documento.

Ilustración 6 Pasos para solicitar la LUAE.

Fuente: (CIUDADANOS, 2021)

Elaborado por: La autora

CAPITULO V

5 Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo.

Establecer la rentabilidad del plan de negocios Business Begin, a través de indicadores y fórmulas financiera.

5.2 Plan de inversiones.

En la siguiente tabla se observa el detalle para la inversión inicial, el cual como resultado indica un valor de \$19.570,24

Tabla 47 Plan de Inversiones.

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Instalaciones y Remodelaciones	1	\$425,00	\$425,00
Instalaciones Eléctricas	1	\$157,00	\$157,00
Muebles y Enseres	1	\$1.182,00	\$1.182,00
Equipos de Computación	1	\$2.340,00	\$2.340,00
Equipos de Oficina	1	\$150,00	\$150,00
Costos de Constitución	1	\$608,00	\$608,00
Capital de trabajo(3 meses)	1	\$4.902,75	\$14.708,24
Total			\$19.570,24

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

En la tabla 48 se describe el cálculo del capital de trabajo, tomando como tiempo determinado 3 meses, en el cual indica las cantidades necesarias de los recursos para ofertar sus servicios.

Tabla 48 Capital de trabajo

Descripción	Cantidad	Valor	Total
MO			\$1.330,01
Sueldo Asesor (Fijo)	2	\$ 665,00	\$1.330,01
Gastos Administrativos			\$2.882,47
Gerente General	1	\$1.163,69	\$1.163,69
Secretaria	1	\$565,27	\$565,27
Asistente Administrativa	1	\$598,51	\$598,51
<i>Arriendo</i>	1	\$450,00	\$450,00
<i>Alicuota</i>	1	\$35,00	\$35,00
Servicios Básicos(Luz-Agua-Teléfono-Internet)	1	\$70,00	\$70,00
Gastos ventas			\$690,27
Vendedor	1	\$565,27	\$565,27
Publicidad	1	\$125,00	\$125,00
Gatos Financiero			\$ -
		\$ -	\$-
Capital de Trabajo (3meses)	3		\$14.708,24

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.3 Cálculo de Costos y Gastos.

5.3.1 Mano de Obra

En la siguiente tabla se detalla el personal que se necesita para el funcionamiento de la empresa, especificando los pagos que recibirá cada colaborador de trabajo.

Tabla 49 Rol de pagos.

Ord.	Apellidos y Nombres	Cargo	Código	SBU	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar	Valor anual
1	Trabajador A	Gerente General	GG1	\$850,00	\$850,00	\$0,00	\$80,33	\$80,33	\$769,68	\$9.236,10
2	Trabajador B	Secretaria	S1	\$400,00	\$400,00	\$0,00	\$37,80	\$37,80	\$362,20	\$4.346,40
3	Trabajador C	Asistente Administrativa	AC1	\$425,00	\$425,00	\$0,00	\$40,16	\$40,16	\$384,84	\$4.618,05
4	Trabajador F	Investigador de proyectos	IP1	\$475,00	\$475,00	\$0,00	\$44,89	\$44,89	\$430,11	\$5.161,35
5	Trabajador G	Investigador de proyectos	IP2	\$475,00	\$475,00	\$0,00	\$44,89	\$44,89	\$430,11	\$5.161,35
8	Trabajador H	Vendedor	V1	\$400,00	\$400,00	\$0,00	\$37,80	\$37,80	\$362,20	\$4.346,40
Total				\$3.025,00	\$3.025,00	\$0,00	\$285,86	\$285,86	\$2.739,14	\$32.869,65

Fuente: (Ministerio de trabajo, 2020)

Elaborado por: La autora

Tabla 50 Rol de provisiones.

Cargo	Provisión Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisión	Costo MO
	11,15%	0,50%	0,50%						
Gerente General	\$94,78	\$4,25	\$4,25	\$70,83	\$33,33	\$70,83	\$35,42	\$313,69	\$1.163,69
Secretaria	\$44,60	\$2,00	\$2,00	\$33,33	\$33,33	\$33,33	\$16,67	\$165,27	\$565,27
Asist. Administrativa	\$47,39	\$2,13	\$2,13	\$35,42	\$33,33	\$35,42	\$17,71	\$173,51	\$598,51
Investigador de proyectos	\$52,96	\$2,38	\$2,38	\$39,58	\$33,33	\$39,58	\$19,79	\$190,00	\$665,00
Investigador de proyectos	\$52,96	\$2,38	\$2,38	\$39,58	\$33,33	\$39,58	\$19,79	\$190,00	\$665,00
Vendedor	\$44,60	\$2,00	\$2,00	\$33,33	\$33,33	\$33,33	\$16,67	\$165,27	\$565,27
Total	\$337,29	\$15,13	\$15,13	\$252,08	\$200,00	\$252,08	\$126,04	\$1.197,75	\$4.222,75

Fuente: (Ministerio de trabajo, 2020)

Elaborado por: La autora

5.3.2 Depreciación.

A continuación, se encuentra el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos, pertenecientes a la empresa.

Tabla 51 Cálculo de depreciaciones.

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y Enseres				\$ 118,20
Escritorios	10	\$ 320,00	10%	\$ 32,00
Sillas	10	\$ 160,00	10%	\$ 16,00
Muebles decorativos	10	\$ 255,00	10%	\$ 25,50
Archivadores	10	\$ 177,00	10%	\$ 17,70
Sillones	10	\$ 240,00	10%	\$ 24,00
Mesa pequeña	10	\$ 30,00	10%	\$ 3,00
Equipos de Computación				\$ 772,20
Computadores de escritorio	3	\$2.340,00	33%	\$ 772,20
Equipos de Oficina				\$ 49,50
Impresora	3	\$ 150,00	33%	\$ 49,50
Total		\$3.672,00		\$ 939,90

Fuente: (Arango, Romero, & Calle, 2017)

Elaborado por: La autora

5.3.3 Proyección de la depreciación.

En la siguiente tabla se detalla la proyección de los valores obtenidos al momento de establecer la depreciación sobre los activos fijos de la empresa.

Tabla 52 Proyección de la depreciación.

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	\$118,20	\$118,20	\$118,20	\$118,20	\$ 118,20
Equipos de Computación	\$772,20	\$772,20	\$772,20		
Equipos de Oficina	\$49,50	\$49,50	\$49,50		
Total	\$939,90	\$939,90	\$939,90	\$ 118,20	\$ 118,20

Fuente: (Arango, Romero, & Calle, 2017)

Elaborado: La autora

5.3.4 Detalle de Costos.

En la siguiente tabla se detallan los costos que se encuentran relacionados para el desarrollo de los servicios que oferta Business Begin.

Tabla 53 Detalle de Costos -Servicios

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costos unitarios	Costo mensual	Costos anual
Servicio Inicial					
Materiales y suministros					
Útiles de oficina	unidades	1	\$ 5,60	\$ 112,00	\$ 1.344,00
Tinta de impresora	mililitos	1	\$8,00	\$8,00	\$96,00
Mano de Obra					
Investigador de proyectos	horas	320	\$665,00	\$1.330,01	\$15.960,10
Costo Indirecto			\$ -	\$-	\$ -
Total			\$678,60	\$1.450,01	\$ 17.400,10
Servicio Completo					
Materiales y suministros					
Útiles de oficina	unidades	2	\$5,60	\$224,00	\$2.688,00
Tinta de impresora	mililitos	4	\$8,00	\$32,00	\$384,00

Mano de Obra					
Investigador de proyectos	horas	320	\$665,00	\$1.330,01	\$ 15.960,10
Costo Indirecto			\$ -	\$ -	\$ -
Total			\$ 678,60	\$ 1.586,01	\$19.032,10

Fuente: Investigación propia

Elaborado: La autora

5.3.5 Proyección de Costos.

Una vez obtenido el costo mensual, se detalla la proyección de los mismos para cinco años, en el cual se utiliza el 0,90% siendo la tasa de inflación en el país.

Tabla 54 Proyección de costos.

Descripción	Costos		Total año 1	Costos		Total año 2	Costos		Total año 3	Costos		Total año 4	Costos		Total año 5
	Costo mensual	Fijo Variable		Fijo Variable	Fijo Variable		Fijo Variable	Fijo Variable		Fijo Variable					
Servicio Inicial															
Materiales y suministros	\$ 120,00	x	\$1.440,00	x	\$1.452,96	x	\$1.466,04	x	\$1.479,23	x	\$	1.492,54			
Mano de Obra	\$1.330,01	x	\$15.960,10	x	\$16.103,74	x	\$48.746,02	x	\$49.184,74	x	\$	49.627,40			
Costo Indirecto	\$ -														
Totales	\$1.450,01		\$17.400,10		\$17.556,70		\$50.212,06		\$50.663,97		\$	51.119,94			
Servicio Completo															
Materiales y suministros	\$256,00	x	\$3.072,00	x	\$3.099,65	x	\$3.127,54	x	\$3.155,69	X	\$	3.184,09			
Mano de Obra	\$ 1.330,01	x	\$15.960,10	x	\$16.103,74	x	\$48.746,02	x	\$49.184,74	X	\$	49.627,40			
Costo Indirecto	\$ -														
Totales	\$1.586,01		\$19.032,10		\$19.203,39		\$51.873,57		\$52.340,43		\$	52.811,49			
Promedio Ponderado			\$17.579,62		\$17.737,84		\$50.394,83		\$50.848,38		\$	51.306,02			

Fuente: Investigación propia

Elaborado: La autora

5.3.6 Detalle de Gastos.

En la presente tabla se detallan los gastos necesarios para el funcionamiento óptimo de las operaciones en la empresa Business Begin.

Tabla 55 Detalle de Gastos.

Detalle de Gastos	Cantidad	Valor Mensual	Valor Anual
Gastos administrativos			
Gerente General	1	\$ 1.163,69	\$ 13.964,30
Secretaria	1	\$ 565,27	\$ 6.783,20
Asistente Administrativa	1	\$ 598,51	\$ 7.182,15
Depreciación muebles y enseres	1	\$ 9,85	\$ 118,20
Depreciación equipos de computación	1	\$ 64,35	\$ 772,20
Depreciación de equipos de oficina	1	\$ 4,13	\$ 49,50
Suministros de oficinas	1	\$ 15,00	\$ 180,00
Servicios básicos	1	\$ 70,00	\$ 840,00
Total Gastos Administrativos		\$ 2.490,80	\$ 29.889,55
Gastos de ventas			
Vendedor	1	\$ 565,27	\$ 6.783,20
Total Gastos Ventas		\$ 565,27	\$ 6.783,20
Gastos financieros			
Total Gastos Financieros		\$ -	\$ -

Fuente: Investigación propia

Elaborado: La autora

5.3.7 Proyección de Gastos.

Para la proyección de los gastos en la empresa Business Begin, se toma en cuenta el 0,90%, el cual indica el porcentaje de inflación que tiene el país

Tabla 56 Proyección de Gastos.

Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2	Gastos	Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
		Fijo	Variable		Fijo	Variable				Fijo	Variable		Fijo	Variable	
Gastos administrativos															
Gerente General	\$1.163,69	x		\$13.964,30	x		\$14.089,98	x	\$14.216,79	x		\$14.344,74	x		\$14.473,84
Secretaria	\$565,27	x		\$6.783,20	x		\$6.844,25	x	\$6.905,85	x		\$6.968,00	x		\$7.030,71
Asistente Administrativa	\$598,51	x		\$7.182,15	x		\$7.246,79	x	\$7.312,01	x		\$7.377,82	x		\$7.444,22
Depreciación muebles y enseres	\$9,85	x		\$118,20	x		\$119,26	x	\$120,34	x		\$121,42	x		\$122,51
Depreciación equipos de computación	\$ 64,35	x		\$772,20	x		\$779,15	x	\$786,16	x		\$793,24	x		\$800,38
Depreciación de equipos de oficina	\$4,13	x		\$49,50	x		\$49,95	x	\$50,40	x		\$50,85	x		\$51,31
Suministros de oficinas	\$15,00		x	\$180,00		x	\$181,62		\$183,25		x	\$184,90		x	\$186,57
Servicios básicos	\$70,00	x		\$ 840,00	x		\$847,56	x	\$855,19	x		\$ 862,88	x		\$ 870,65
Total Gastos Administrativos	\$2.490,80			\$29.889,55			\$30.158,56		\$30.429,98			\$30.703,85			\$30.980,19
Gastos de ventas															
Vendedor	\$565,27	x		\$ 6.783,20	x		\$6.844,25	x	\$13.811,69	x		\$13.936,00	x		\$14.061,42

Total Gastos de Ventas	\$565,27	\$ 6.783,20	\$6.844,25	\$13.811,69	\$13.936,00	\$14.061,42
<hr/>						
Gastos financieros						
Total Gastos Financieros	\$-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<hr/>						
Totales	\$3.056,06	\$36.672,75	\$37.002,80	\$44.241,68	\$44.639,85	\$45.041,61
<hr/>						

Fuente: Investigación propia

Elaborado: La autora

5.4 Plan de Financiamiento.

5.4.1 Forma de financiamiento.

En la siguiente tabla se detalla el plan de financiamiento, en el cual el 58% corresponde a recursos propios y el 42% corresponde a préstamo de 3° personas, con la condición que se realice la devolución del efectivo dentro de 2 años, sin ningún tipo de interés de por medio.

Tabla 57 Plan de Financiamiento.

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	\$ 11.350,74	100%	58%
Efectivo	\$ 10.550,74	93%	54%
Bienes	\$ 800,00	7%	4%
Recursos de terceros	\$ 8.219,50	100%	42%
Préstamo 3° personas	\$ 8.219,50	100%	42%
Total	\$ 19.570,24		100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.5 Cálculo de Ingresos.

Para establecer el precio de venta unitario, se calcula el costo total, el cual se compone de MO y CIF, respectivamente para los 2 servicios ofertados, a continuación, se refleja el porcentaje del margen de utilidad, el cual se basa en el estudio de mercado realizado en el capítulo 1.

Tabla 58 Determinación del precio de venta unitario.

Servicios	MP	MO	CIF	Costo Total	Unidades	Margen de Utilidad		Precio de Venta Unitario
				(mensual)		\$	%	
Servicio Inicial	\$-	\$1.330,01	\$120,00	\$1.450,01	80	\$4.350,03	300%	\$72,50

Servicio completo	\$-	\$1.330,01	\$256,00	\$1.586,01	10	\$4.758,03	300%	\$634,40
-------------------	-----	------------	----------	------------	----	------------	------	----------

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

A continuación, se realiza el cálculo del precio de venta unitario, el cual se basa de la tabla#58, como resultado obtenemos el producto entre el precio de venta unitario y las unidades producidas, en este caso los servicios ofertados anualmente.

Tabla 59 Cálculo de ingreso anual.

Precio de Venta Unitario	Unidades Producidas (anuales)	Ingresos del primer año
\$ 72,50	960	\$69.600,40
\$ 634,40	120	\$76.128,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.5.1 Proyección de Ingresos

Para la proyección de ingresos se toma a consideración dos variables. Para la cantidad se utiliza el 7% el cual indica la tasa promedio de crecimiento del sector de servicios y para la proyección de precios, se utiliza el 0,90% la cual indica la tasa de inflación en el país.

Tabla 60 Proyección de Ingresos.

Servicios	Cant	Precio Total	Total año 1	Cant	Precio Total	Total año 2	Cant	Precio Total	Total año 3	Cant	Precio Total	Total año 4	Cant	Precio Total	Total año 5
	Servicio Inicial	80	\$72,50	\$69.600,40	86	\$73,15	\$75.142,68	92	\$73,81	\$81.126,29	98	\$74,48	\$87.586,38	105	\$75,15
Servicio completo	10	\$634,40	\$76.128,40	11	\$640,11	\$82.190,50	11	\$645,87	\$88.735,33	12	\$651,69	\$95.801,33	13	\$657,55	\$103.429,99
Totales			\$145.728,80			\$157.333,18			\$169.861,63			\$183.387,71			\$197.990,87

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.6 Punto de equilibrio.

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

$$PEu = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

Donde;

CF= Costo Fijo

PVU=Precio de Venta Unitario

CVU=Costo Variable Unitario

Business Begin oferta 2 servicios, por lo tanto, se desarrollan dos puntos de equilibrio los cuales son mensuales. El primero conocido con las abreviaturas PEu1 y el segundo conocido como PEu2.

En la siguiente tabla se detallan los valores para el desarrollo del primer punto de equilibrio perteneciente al servicio inicial.

Tabla 61 Valores para establecer punto de equilibrio.

Detalle	Servicio Inicial	Servicio completo
Servicios por vender	80	10
Costo Fijo	\$1.330,01	\$1.330,01
Precio de Venta Unitario	\$72,50	\$634,40
Costo Variable Unitario	\$1,50	\$25,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

A continuación, se presenta la resolución de la fórmula del Puno de equilibrio para el primer servicio.

$$PEu1 = \frac{1330,01}{71}$$

$$PEu1 = 19$$

Como resultado de la primera fórmula, se obtiene que en el servicio 19 existe el punto de equilibrio del primer servicio.

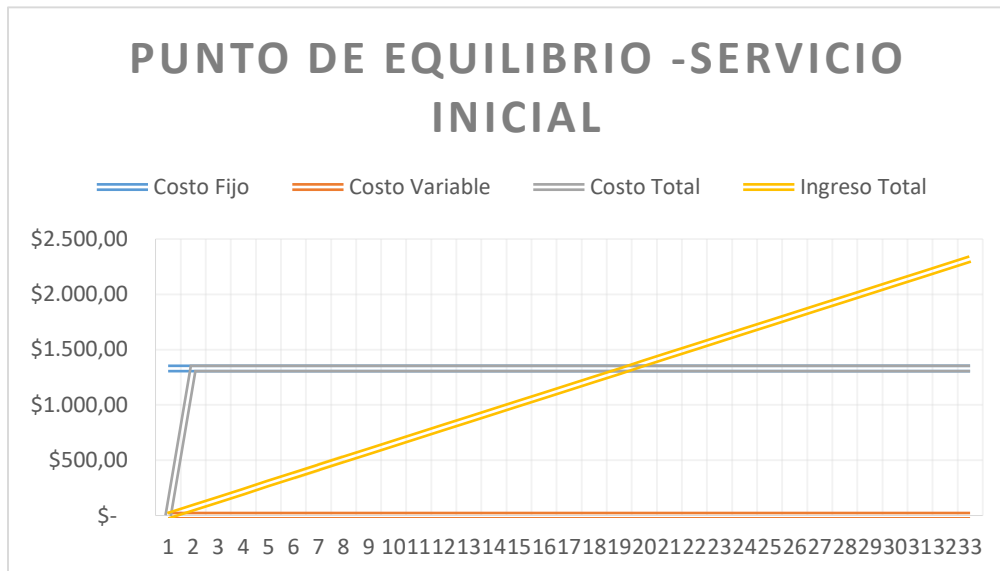


Gráfico 19 Punto de Equilibrio- Servicio Inicial

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Para obtener el punto de equilibrio del segundo servicio, se utiliza la fórmula anteriormente mencionada, dando como resultado lo siguiente.

$$PEu2 = \frac{1330,01}{608,80}$$

$$PEu2 = 2$$

Por lo tanto, para el servicio nombrado como "servicio completo", el punto de equilibrio llega a ser de 2. A continuación se muestran las curvas de las variables, del segundo servicio.

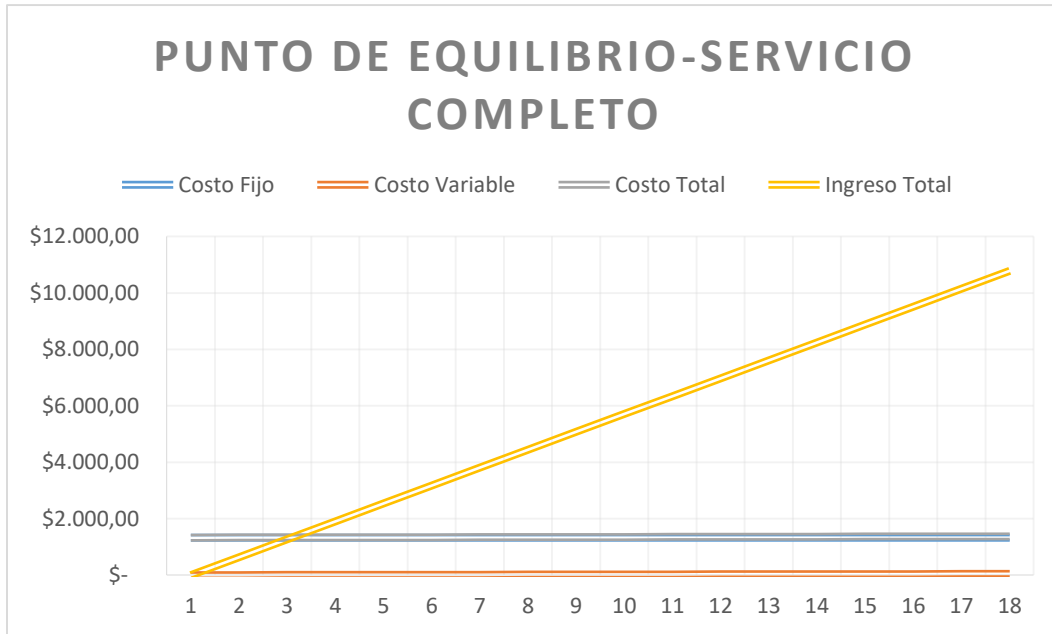


Gráfico 20 Punto de Equilibrio-Servicio Completo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.7 Estado de Resultados Proyectado.

En el estado de resultados se establece la pérdida o ganancias que genera una empresa, después de considerar la disminución de gastos y costos (Figuroa & Collado, 2019).

Tabla 62 Estado de Resultados.

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos por ventas	\$145.728,80	\$157.333,18	\$169.861,63	\$183.387,71	\$197.990,87
(-)	Costo de Ventas	\$17.579,62	\$17.737,84	\$50.394,83	\$50.848,38	\$51.306,02
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$128.149,18	\$139.595,35	\$119.466,80	\$132.539,33	\$146.684,86
(-)	Gastos de venta	\$6.783,20	\$6.844,25	\$13.811,69	\$13.936,00	\$14.061,42
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$121.365,98	\$132.751,10	\$105.655,11	\$118.603,33	\$132.623,43
(-)	Gastos Administrativos	\$29.889,55	\$30.158,56	\$30.429,98	\$30.703,85	\$30.980,19
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$91.476,43	\$102.592,54	\$75.225,12	\$87.899,48	\$101.643,24
(-)	Gastos Financieros	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
(+)	Otros Ingresos	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
(-)	Otros Egresos	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$91.476,43	\$102.592,54	\$75.225,12	\$87.899,48	\$101.643,24
(-)	15% Participación trabajadores	\$13.721,46	\$15.388,88	\$11.283,77	\$13.184,92	\$15.246,49
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$77.754,97	\$87.203,66	\$63.941,35	\$74.714,55	\$86.396,76
(-)	Impuesto a la renta	\$17.106,09	\$19.184,81	\$14.067,10	\$16.437,20	\$19.007,29
(=)	UTILIDAD o PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$60.648,87	\$68.018,86	\$49.874,26	\$58.277,35	\$67.389,47

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** La autora

5.8 Flujo de Caja.

Tabla 63 Flujo de Caja.

	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A.	INGRESOS OPERACIONALES			\$ 157.333,18	\$ 169.861,63	\$ 183.387,71	\$ 197.990,87
	Ingresos por ventas		\$ 145.728,80	\$ 157.333,18	\$ 169.861,63	\$ 183.387,71	\$ 197.990,87
B.	EGRESOS OPERACIONALES	\$ 19.570,24	\$ 53.312,47	\$ 53.792,28	\$ 93.679,61	\$ 94.522,73	\$ 95.373,43
	Costos		\$ 17.579,62	\$ 17.737,84	\$ 50.394,83	\$ 50.848,38	\$ 51.306,02
	Gastos Administrativos		\$ 28.949,65	\$ 29.210,20	\$ 29.473,09	\$ 29.738,35	\$ 30.005,99
	Gastos de Ventas		\$ 6.783,20	\$ 6.844,25	\$ 13.811,69	\$ 13.936,00	\$ 14.061,42
	Gastos financieros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
C.	FLUJO OPERACIONAL (A - B)	\$ -19.570,24	\$ -53.312,47	\$ 103.540,90	\$ 76.182,02	\$ 88.864,98	\$ 102.617,44
D.	INGRESOS NO OPERACIONALES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Recursos propios	-	-	-	-	-	-
	Créditos a corto plazo o largo plazo	-	-	-	-	-	-
E.	EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 30.827,56	\$ 34.573,69	\$ 25.350,87	\$ 29.622,12	\$ 34.253,77
	Amortización de capital		\$ -	0	0	0	0

	Pago de participación de utilidades	\$	13.721,46	\$	15.388,88	\$	11.283,77	\$	13.184,92	\$	15.246,49
	Pago de impuesto a la renta	\$	17.106,09	\$	19.184,81	\$	14.067,10	\$	16.437,20	\$	19.007,29
	Otros egresos	\$	4.109,75	\$	4.109,75	\$	-	\$	-	\$	-
F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$	-30.827,56	\$	-34.573,69	\$	-25.350,87	\$	-29.622,12	\$	-34.253,77
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	\$	-19.570,24	\$	-22.484,91	\$	138.114,59	\$	101.532,88	\$	118.487,10
H.	SALDO INICIAL DE CAJA	\$	-	\$	-19.570,24	\$	-42.055,15	\$	96.059,44	\$	197.592,32
I.	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	\$	-19.570,24	\$	-42.055,15	\$	96.059,44	\$	197.592,32	\$	316.079,43

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora.

5.9 Evaluación financiera.

5.9.1 Indicadores.

5.9.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del Valor Actual Neto(VAN), se establece el porcentaje de TMAR, donde solo se utiliza la tasa pasiva, estipulada por el Banco Central de Ecuador y la tasa de inflación según INEC, debido a que en el presente proyecto no se toma en cuenta el préstamo bancario, por esta razón solo se utilizan estas dos variables.

Tabla 64 Cálculo de TMAR.

TMAR	
Detalle	Porcentaje(+)
Tasa Pasiva	5,66%
Tasa Inflación	0,90%
TMAR	6,56%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

A continuación, se muestra el cálculo del VAN, indicando que el Valor Actual Neto del presente proyecto es de \$716.660,70, el cual es un valor representativo debido a que en la comparación de costos vs precio de venta es alto, dando como resultado un margen de utilidad del 300%.

Tabla 65 Cálculo de VAN.

Años	Flujo de caja
0	\$ -19.570,24
1	\$ -42.055,15
2	\$ 96.059,44
3	\$ 197.592,32
4	\$ 316.079,43
5	\$ 452.950,64
VAN	\$716.660,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).

En el presente proyecto la tasa interna de retorno es representada por el 161% el cual evalúa al proyecto de una manera positiva, debido a que indica el porcentaje del beneficio que se tiene.

Tabla 66 Cálculo de la tasa interna de retorno.

TIR	161%
-----	------

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.9.1.3 Beneficio Costo.

El Beneficio Costo indica cuanto es el valor de retorno por cada dólar de inversión que se realice en la empresa, midiendo el desarrollo y beneficios que puede causar el proyecto.

El cálculo del costo-beneficio que se visualiza a continuación, muestra que, por cada dólar de inversión sobre el proyecto, retorna \$2,08 centavos.

Tabla 67 Costo- Beneficio

Inversion inicial	\$19.570,24
TMAR	6,56%
VNA Ingresos	\$702.032,06
VNA Egresos	\$317.550,03
VNA Egresos+inversion	\$337.120,27
Costo-Beneficio	2,082438028

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.9.1.4 Período de Recuperación.

El período de recuperación indica en que tiempo el proyecto se encuentra en la capacidad de realizar la devolución de los inversionistas, sin afectar a las operaciones actuales que se encuentre desarrollando la empresa.

A continuación, se muestra el cálculo del periodo de recuperación.

Tabla 68 Periodo de recuperación.

	Saldo Inicial	Flujo de Caja	Saldo Final
Año1	-\$19.570,24	-\$42.055,15	-\$61.625,39
Año 2	-\$61.625,39	\$96.059,44	\$34.434,05

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Como se puede observar en la presente tabla, en el segundo año, se recupera el dinero que se invirtió para el desarrollo de Business Begin.

ANEXOS.

Anexo 1 Evidencia de resultados de encuesta.

El presente anexo muestra la evidencia de los resultados obtenidos en la encuesta enviada.

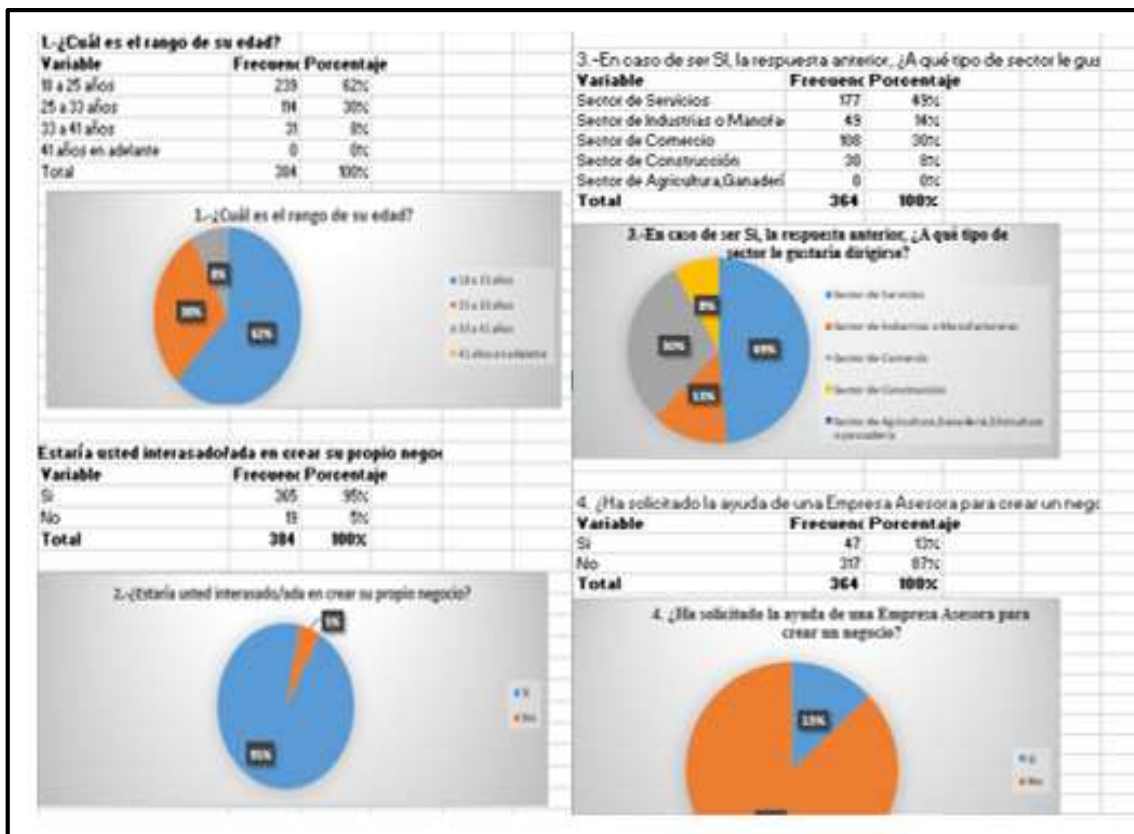


Ilustración 7 Evidencia de resultados.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Anexo 2: Cuadro de amortización del préstamo de 3°

El presente Anexo indica la tabla de amortización del préstamo de 3° personas.

Tabla 69 Devolución de préstamo 3° personas

	Capital Inicial		\$	8.219,50	
	Forma de Pago			MENSUAL	
	Plazo			24	
	% Interes			0,00%	
Meses	Capital a inicio del periodo	Devolución	Intereses	Cuota	
0					
1	\$8.219,50	\$ 342,48	0	342,479156	
2	\$7.877,02	\$ 342,48	0	342,479156	
3	\$7.534,54	\$ 342,48	0	342,479156	
4	\$7.192,06	\$ 342,48	0	342,479156	
5	\$6.849,58	\$ 342,48	0	342,479156	
6	\$6.507,10	\$ 342,48	0	342,479156	
7	\$6.164,62	\$ 342,48	0	342,479156	
8	\$5.822,15	\$ 342,48	0	342,479156	
9	\$5.479,67	\$ 342,48	0	342,479156	
10	\$5.137,19	\$ 342,48	0	342,479156	
11	\$4.794,71	\$ 342,48	0	342,479156	
12	\$4.452,23	\$ 342,48	0	342,479156	
13	\$4.109,75	\$ 342,48	0	342,479156	
14	\$3.767,27	\$ 342,48	0	342,479156	
15	\$3.424,79	\$ 342,48	0	342,479156	
16	\$3.082,31	\$ 342,48	0	342,479156	
17	\$2.739,83	\$ 342,48	0	342,479156	
18	\$2.397,35	\$ 342,48	0	342,479156	
19	\$2.054,87	\$ 342,48	0	342,479156	
20	\$1.712,40	\$ 342,48	0	342,479156	
21	\$1.369,92	\$ 342,48	0	342,479156	
22	\$1.027,44	\$ 342,48	0	342,479156	
23	\$684,96	\$ 342,48	0	342,479156	
24	\$342,48	\$ 342,48	0	342,479156	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

REFERENCIAS.

- Alarcón, G., Alarcón, P., & Guadalupe, S. (2019). La elaboración del mapa de procesos para una universidad ecuatoriana. *ESPACIOS*, 4.
- Álvarez, R. (2017). Gestión Financiera e Indicadores de Gestión de la Banca Universal Venezolana. *CICAG*, 338-358.
- Arango, D. G., Romero, M., & Calle, S. (2017). Mejores prácticas de auditoría interna para la gestión y el control de activos fijos. *Science of Human Action*, 318-345.
- Arenal Laza, C. (2017). Gestión de la atención al cliente . En C. Arena Laza, *Gestión de la atención al cliente* (pág. 10). La Rioja : TUTOR FORMACIÓN.
- Betancourt Tejada, L., & Marte, A. (2019). Investigación de mercados. En L. Betancourt Tejada, & A. Marte, *Investigación de mercados* (pág. 25). República Dominicana : Universidad Abierta para Adultos(UAPA).
- Brunetta, H. (2016). CRM, la guía definitiva: estrategia de gerenciamiento de la relación con los clientes. En H. Brunetta, *CRM, la guía definitiva: estrategia de gerenciamiento de la relación con los clientes* (pág. 21). Buenos Aires: Pluma Digital Ediciones.
- Casanoves, J. (2017). Evolución del marketing en la educación. *ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL*.
- Castro, T. F. (2016). *Emprendimiento y Plan de Negocio*. RIL editores .
- censos, I. n. (2019). *ecuador en cifras*. Obtenido de ecuador en cifras:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>
- CIUDADANOS, P. Ú. (02 de Marzo de 2021). *Gob.ec*. Obtenido de
<https://www.gob.ec/gadmcm/tramites/tramite-requisitos-obtener-patente-municipal>
- Delgado, L. (2020). Marcas de garantía: valoraciones para Cuba . En L. Delgado, *Marcas de garantía: valoraciones para Cuba* (pág. 17). La Habana: Editorial Universitaria.
- Diaz de Rada, D. A. (2019). Internet como modo de administración de encuestas. En D. A. Diaz de Rada, *Internet como modo de administración de encuestas* (pág. 19). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.CIS.
- Dini, M., & Stumpo, G. (16 de Julio de 2020). Mipymes en America Latina: un fragil desempeño y nuevos desafios para las politicas de fomento. (C. E. (CEPAL), Ed.) *Docuemntos de proyectos*.

- Ecuador, A. N. (28 de Febrero de 2020). *GOB.ECbeta*. Obtenido de GOB.ECbeta: <https://www.gob.ec/index.php/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion>
- eltelegrafo. (16 de Julio de 2015). Las Pymes aportan el 25% del PIB no petrolero. *La expectativa es acceder más fácilmente a créditos productivos*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/las-pymes-aportan-el-25-del-pib-no-petrolero>
- empresas, D. d. (2019). *Instituto nacional de estadísticas y censos*. Obtenido de Instituto nacional de estadísticas y censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>
- ENEMDU. (2021). *Ecuador en cifras* . Obtenido de Ecuador en cifras : <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-abril-2021/>
- ESPAE. (15 de Julio de 2020). *En Ecuador en el 2019, emprendieron alrededor de 3.6 millones de habitantes*. Obtenido de espae: <https://www.espae.edu.ec/noticias/en-ecuador-en-el-2019-emprendieron-alrededor-de-3-6-millones-de-habitantes/>
- Figuroa, R. C., & Collado, T. (2019). Contabilidad Basica. *GUIA METODOLÓGICA*, 20.
- García, V. (2020). ¿CÓMO GENERAR VALOR EN LAS EMPRESAS? En V. García, *¿CÓMO GENERAR VALOR EN LAS EMPRESAS?* (pág. 60). Perú: UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO.
- ISO, N. (2018). *Normas Iso* . Obtenido de Normas Iso : <https://www.normas-iso.com/iso-45001/>
- Krentzel, G. (2018). Shopper marketing:estrategias de mercado. En G. Krentzel, *Shopper marketing:estrategias de mercado* (pág. 138). Madrid : RA-MA Editorial.
- López, C., Mata, V., & Becerra, L. (2018). Planificación de empresas . En C. López, V. Mata, & L. Becerra, *Planificación de empresas* (pág. 241). Ecuador: Editorial Universo Sur .
- Martínez, A. (2021). ESTRATEGIAS PARA ANALIZAR EL DISCURSO RETÓRICO PUBLICITARIO:UN MODELO A TRAVÉS DE ANUNCIONS DE ESPAÑA Y PORTUGAL. *Universidad de la Rioja*, 5.
- Martínez, R. (2019). Diseño de páginas web:Wordpress para todos los públicos. Barcelona: UOC.

- Moran, J. J., Peredo, G., & Guerrero, S. (2020). LAS TENDENCIAS DE LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL. *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico-Tecnológicas*, 56-63.
- Ortegón Costazar, L. (2014). Gestión de marca: conceptualización, diseño, registro, construcción y evaluación. En L. Ortegón Costazar, *Gestión de marca: conceptualización, diseño, registro, construcción y evaluación* (pág. 15). Bogotá: Editorial Politécnico Grancolombiano.
- Rivera, D. (2018). Percepción del Clima Organizacional: Un análisis desde los Macroprocesos de una ESE . *ESPACIOS* , 5.
- Sarmiento, E. (2017). Canales de distribución logístico comerciales . En E. Sarmiento, *Canales de distribución logístico comerciales* (pág. 262). Bogotá: Colombia: Ediciones de la U.
- SUPERCIAS. (2020). *SUPERCIAS*. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvts/>
- SUPERCIAS. (15 de Mayo de 2021). *SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS VALORES Y SEGUROS* . Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>:
<https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>
- UNIVERSO, E. (2021). Riesgo País del Ecuador cayó 345 puntos, tras triunfo de Guillermo Lasso, y se ubica en 824 puntos. *EL UNIVERSO* .
- Valls, J., & Escorsa, P. (2016). Tecnología e innovación en la empresa . En J. Valls, & P. Escorsa, *Tecnología e innovación en la empresa* (pág. 40). Catalunya: Universidad Politecnica de Catalunya.
- Velasquez, P., & Ventimilla, J. (12 de Octubre de 2017). Consideraciones teóricas a la actividad emprendedora temprana. *Redipe*, 233.