



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRESTADORA DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS, TRIBUTARIOS,
LABORALES Y CONTABLES PARA PYMES EN LA CIUDAD DE QUITO,
AÑO 2020.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios.

Autora:

Diana Alexandra Salas Guevara

Tutora:

Econ. Mercedes Galarraga C. MBA.

QUITO – ECUADOR

2021

AUTORIZACIÓN PARA REPOSITORIO DIGITAL

Yo, Diana Alexandra Salas Guevara, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS, TRIBUTARIOS, LABORALES Y CONTABLES PARA PYMES EN LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2020”**, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios y 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 a los 19 días del mes de julio de 2021, firmo conforme:

Autor: Diana Alexandra Salas Guevara.



Firma:

Número de Cédula: 1717189714

Dirección: Av. Lizardo García N10-110 Conocoto

Correo Electrónico: salitas30@hotmail.com

Teléfono: 0995000932

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Trabajo de Titulación “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS, TRIBUTARIOS, LABORALES Y CONTABLES PARA PYMES EN LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2020**”, presentado por Salas Guevara Diana Alexandra, para optar por el Título Ingeniera 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, 19 de julio de 2021



Aprobado para que continúe con
el proceso de titulación 19-07-21

Econ. Mercedes Galarraga C. MBA.

TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, con el título de **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS, TRIBUTARIOS, LABORALES Y CONTABLES PARA PYMES EN LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2020”**, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

Quito, 19 de julio de 2021



.....
Diana Alexandra Salas Guevara

1717189714

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS, TRIBUTARIOS, LABORALES Y CONTABLES PARA PYMES EN LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2020**, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que la estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 13 de septiembre 2021.



.....
Lcdo. Edwin Arteaga Bolaños, M.Sc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....
Ing. María Becerra Sarmiento, M.Sc
VOCAL



.....
Ing. Paulina Ponce Villacis, M.Sc
VOCAL

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mis padres reflejo del trabajo diario por alcanzar nuestros sueños y confiar en mí, a mi hermosa hija, motor para cada día luchar, esforzarme y cumplir con las metas trazadas.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento primero a Dios por permitirme culminar con este proyecto, una etapa más en mi vida profesional, a mis padres pilar fundamental para que este sueño pudiera realizarse, a mi familia y a cada una de las personas que estuvieron a lo largo del camino hacia el éxito.

Muchas Gracias a todos

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	ii
AUTORIZACIÓN PARA REPOSITORIO DIGITAL	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1
Objetivo General	3
CAPÍTULO I	4
1. ÁREA DE MARKETING	4
1.1. Objetivos del estudio del mercado	4
1.2. Definición del servicio	4
1.2.1. Especificación del servicio.....	4
1.2.2 Aspecto Innovadores	7
1.3. Definición del mercado	8
1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.....	8
1.3.1.1 Categorización de Sujetos	9
1.3.1.2 Estudio de Segmentación	9
1.3.2. Plan de muestreo	10
1.3.2.1 Instrumentos para recopilación de información	11
1.3.2.2 Diseño y recolección para recopilación de información	13
1.3.2.3 Análisis e Interpretación de Resultados	16
1.4. Demanda Potencial.....	26
1.5. Análisis del macro y micro ambiente	27
1.5.1. Análisis del micro ambiente.....	27
1.5.2. Análisis del macro ambiente	30
1.6. Proyección de la oferta	38

1.7.	Demanda Potencial Insatisfecha.....	38
1.8.	Promoción y publicidad que se realizará.....	39
1.9.	Sistema de distribución a utilizar.....	41
1.10.	Seguimiento de clientes.....	42
1.11.	Especificar mercados alternativos	43
CAPÍTULO II.....		44
2.	ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	44
2.1.	Objetivo del estudio de producción.....	44
2.2.	Descripción del proceso	44
2.2.1.	Descripción del proceso de transformación del bien o servicio	44
2.2.2.	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	49
2.2.4.	Factores que afectan el plan de operaciones.....	55
2.2.4.1.	Ritmo de producción.....	55
2.2.4.2	Nivel de Inventario promedio	56
2.2.4.3	Número de trabajadores.....	57
2.3.1	Capacidad de producción futura.....	58
2.4.	Definición de recursos necesarios para la producción.....	59
2.4.1.	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....	59
2.5.	Calidad.....	60
2.5.1.	Método de control de calidad.....	60
2.6.	Normativas y permisos que afectan la instalación.....	63
CAPÍTULO III.....		65
3.	ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	65
3.1.	Objetivos del estudio de organización y gestión	65
3.2.	Análisis estratégico y definición de objetivos	65
3.2.1.	Visión de la Empresa.....	65
3.2.2.	Misión de la Empresa.....	65
3.2.3.	Objetivos y Estrategias.....	66
3.3.	Organización estructural de la empresa.....	67
3.3.2.	Descripción de puestos.....	67
3.4.	Control de gestión.....	73
3.4.1.	Indicadores de gestión.....	73
3.5.	Necesidades de personal.....	74

CAPÍTULO IV	75
4. LEGAL	75
4.1. Objetivo del capítulo	75
4.2. Determinación de la forma jurídica.....	75
4.3. Registro de marcas	77
4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales	78
CAPÍTULO V	82
5. ÁREA FINANCIERA	82
5.1. Objetivo del Área Financiera	82
5.2. Plan de Inversiones.....	82
5.3. Cálculo de Costos y Gastos	84
5.3.1. Mano de Obra.....	84
5.3.2. Depreciación	86
5.3.3. Proyección de la Depreciación.....	86
5.3.4. Detalle de Costos	86
5.3.5. Proyección de Costos	87
5.3.6. Detalle de Gastos	89
5.3.7. Proyección de Gastos	91
5.4. Plan de Financiamiento	92
5.4.1. Forma de Financiamiento.....	92
5.5. Cálculo de Ingresos	93
5.5.1. Proyección de Ingresos	94
5.6. Punto de Equilibrio.....	96
5.7. Estados de Resultados Proyectado	98
5.8. Flujo de Caja	100
5.9. Evaluación Financiera	101
5.9.1. Indicadores	101
5.9.1.1 Valor Actual Neto (VAN).....	101
5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	103
5.9.1.3 Beneficio Costo	104
5.9.1.4 Período de Recuperación de la Inversión.....	106
CONCLUSIONES	107
RECOMENDACIONES.....	108
BIBLIOGRAFÍA	109

ANEXOS	117
--------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	6
TABLA 2 CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS.....	9
TABLA 3 DIMENSIÓN CONDUCTUAL.....	9
TABLA 4 DIMENSIÓN GEOGRÁFICA	10
TABLA 5 CUADRO DE NECESIDADES OBJETIVO 1	12
TABLA 6 CUADRO DE NECESIDADES OBJETIVO 2	12
TABLA 7 CUADRO DE NECESIDADES OBJETIVO 3	13
TABLA 8 ¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD REALIZA SU EMPRESA?.....	16
TABLA 9 ¿DE QUÉ TIPO ES SU EMPRESA?	17
TABLA 10 ¿CONSIDERA QUE LA GESTIÓN DE SU EMPRESA TIENE IMPACTO EN EL MERCADO?.....	18
TABLA 11 A SU CRITERIO CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE LOS PROBLEMAS DE LAS PYMES.....	19
TABLA 12 PRINCIPALES VENTAJAS DE LA ASESORÍA Y CONSULTORÍA	20
TABLA 13 ¿CUÁL CONSIDERA ES EL PRECIO POR EL SERVICIO DE OUTSOURCING COMPLETO?	21
TABLA 14 ¿ESTARÍA DE ACUERDO EN CONTRATAR LOS SERVICIOS DE UNA EMPRESA ASESORA O CONSULTORA?.....	22
TABLA 15 ¿CUÁL SERÍA LA PRINCIPAL DIFICULTAD PARA ACCEDER AL SERVICIO DE ASESORÍA O CONSULTORÍA?	23
TABLA 16 ¿CON QUÉ FRECUENCIA CONTRATARÍA LOS SERVICIOS DE OUTSOURCING?	24
TABLA 17 ¿CONOCE O HA UTILIZADO LOS SERVICIOS DE UNA EMPRESA QUE OFREZCA LOS SERVICIOS DE ASESORÍA O CONSULTORÍA?	25
TABLA 18 DEMANDA POTENCIAL	26
TABLA 19 FUERZAS DE PORTER	30
TABLA 20 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (EFE).....	36
TABLA 21 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI)	37
TABLA 22 PROYECCIÓN DE LA OFERTA	38
TABLA 23 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	38
TABLA 24 BASE DE DATOS DE CLIENTES.....	42
TABLA 25 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS	51

TABLA 26 PERSONAL REQUERIDO	54
TABLA 27 RITMO DE PRODUCCIÓN	55
TABLA 28 MATERIA PRIMA A UTILIZARSE.....	56
TABLA 29 NÚMERO DE TRABAJADORES	57
TABLA 30. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN FUTURA.....	59
TABLA 31. MATERIA PRIMA Y GRADO DE SUSTITUCIÓN.....	60
TABLA 32. CONTROL DE CALIDAD DE SERVICIOS PRESTADOS.....	61
TABLA 33. MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	62
TABLA 34. SEGURIDAD	64
TABLA 35. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE ADMINISTRADOR GENERAL	68
TABLA 36. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE CONSULTOR ADMINISTRATIVO	69
TABLA 37. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE CONSULTOR TRIBUTARIO, CONTABLE, LEGAL.....	70
TABLA 38. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE CONSULTOR TALENTO HUMANO	71
TABLA 39. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE SECRETARIO	72
TABLA 40. INDICADORES DE GESTIÓN	73
TABLA 41. NECESIDAD DEL PERSONAL	74
TABLA 42. REQUISITOS S.A.S.....	76
TABLA 43. DOCUMENTOS HABILITANTES S.A.S	77
TABLA 44. REGISTRO DE MARCA	78
TABLA 45. PERMISOS LUAE	78
TABLA 46. REQUISITOS PATENTE MUNICIPAL.....	79
TABLA 47. REQUISITOS REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES	80
TABLA 48. REQUISITOS CLAVE PATRONAL IESS	81
TABLA 49. PLAN DE INVERSIONES	83
TABLA 50. CAPITAL DE TRABAJO	84
TABLA 51. DETALLE DE MANO DE OBRA.....	85
TABLA 52. DETALLE DEL BIEN	86
TABLA 53. PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN	86

TABLA 54. DETALLE DE COSTOS.....	86
TABLA 55. PROYECCION DE COSTOS.....	87
TABLA 56. DETALLE DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	88
TABLA 57. DETALLE DE VENTAS	89
TABLA 58. PRYECCIÓN DE GASTOS	90
TABLA 59. FORMA DE FINANCIAMIENTO	91
TABLA 60. COSTOS DE SERVICIOS CONTABLES 1	93
TABLA 61. COSTOS DE SERVICIOS CONTABLES 2	93
TABLA 62. COSTOS DE SERVICIOS CONTABLES 3	93
TABLA 63. ESTIMACIÓN INGRESOS MENSUALES	94
TABLA 64. PROYECCIÓN DE INGRESOS	95
TABLA 65. DATOS PARA EL PUNTO DE QUILIBRIO	96
TABLA 66. PUNTO DE EQUILIBRIO POR CADA SERVICIO	97
TABLA 67. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	99
TABLA 68. FLUJO DE CAJA	100
TABLA 69. CÁLCULO FÓRMULA VAN	103
TABLA 70. CÁLCULO FÓRMULA TIR	104
TABLA 71. CÁLCULO VAI / VAC.....	105
TABLA 72. PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	106

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 MODELO DE SERVICIO DE CONSULTORÍA EMPRESARIAL	8
FIGURA 2 ACTIVIDAD DE LA EMPRESA	16
FIGURA 3 TIPO DE EMPRESA	17
FIGURA 4 IMPACTO DE LA GESTIÓN DE LA EMPRESA EN EL MERCADO	18
FIGURA 5 PRINCIPAL CAUSA DE PROBLEMAS.....	19
FIGURA 6 PRINCIPALES VENTAJAS	20
FIGURA 7 DISPOSICIÓN POR PRECIO A PAGAR.....	21
FIGURA 8 CONTRATARÍA LOS SERVICIOS DE ASESORÍA O CONSULTORÍA.....	22
FIGURA 9 DIFICULTAD PARA ACCEDER AL SERVICIO	23
FIGURA 10 FRECUENCIA DE CONTRATACIÓN.....	24
FIGURA 11 CONOCE O HA UTILIZADO LOS SERVICIOS DE ASESORÍA O CONSULTORÍA ..	25
FIGURA 12 VARIACIÓN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL ECUADOR.....	32
FIGURA 13 INFLACIÓN MENSUAL DEL IPC.....	32
FIGURA 14 INFLACIÓN MENSUAL POR DIVISIONES DE BIENES Y SERVICIOS.....	33
FIGURA 15 LOGOTIPO.....	41
FIGURA 16 CANAL DE DISTRIBUCIÓN DIRECTO	41
FIGURA 17 MAPA DE PROCESOS	45
FIGURA 18 FLUJOGRAMA DE PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SERVICIO	48
FIGURA 19 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS.....	50
FIGURA 20 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	66
FIGURA 21 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	67
FIGURA 22 PUNTO DE EQUILIBRIO	98

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 PRESTADORA DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS, TRIBUTARIOS, LABORALES Y CONTABLES PARA PYMES EN LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2020.

Autora: Diana Alexandra Salas Guevara

Tutora: Econ. Mercedes Galarraaga C. MBA.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios describe la manera y acciones que deben tomarse en cuenta para crear una empresa que brinde asesoría y consultoría a las pequeñas y medianas empresas que se ubican en el D. M. de Quito, determinando las estrategias, mercadológicas y administrativas más idóneas para su funcionamiento, esto le permite a la empresa ofrecer un servicio que ayude a las empresas a desarrollar sus actividades de mejor manera, debido a que enfrentan problemas de índole administrativas, comerciales, talento humano, entre otras funciones propias de la gestión empresarial, todo esto se logrará definiendo mediante un análisis del entorno, identificando a la competencia, proveedores, así como el tamaño del mercado al que se dirige la propuesta, una vez establecida la demanda potencial, se plantean las estrategias mercadológicas y de prestación de servicio con sus procesos, los cuales son organizados mediante un mapa de procesos, el cual a su vez permite la definición de la estructura organizacional y funcional, así como la filosofía empresarial, luego se encuentra el aspecto legal, en el cual se fijan las leyes y normas, bajo las cuales funcionará la nueva empresa, así como los permisos u otras regulaciones necesarias para la legalización de la organización, finalmente se demuestra la factibilidad del proyecto, mediante el capítulo financiero, en el que se establece la inversión inicial de USD \$ 10.562,00 la cual será utilizada y ejecutada, bajo los parámetros de los estados financieros, así como la aplicación de los indicadores financieros, como el TIR que es de 96,91%, el VAN de USD \$ 107.323,26, entre otros indicadores, los mismos que sirven para un mejor control del desempeño económico y financiero de la empresa, además de concretar los objetivos planteados como una nueva entidad en el mercado.

DESCRIPTORES: Asesoría, consultoría, gestión empresarial, servicio.

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

THEME: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY PROVIDING ADMINISTRATIVE, TAX, LABOR AND ACCOUNTING SERVICES FOR SMES IN THE CITY OF QUITO, YEAR 2020.

Autora: Diana Alexandra Salas Guevara

Tuthor: Mercedes Galarraga C. MBA.

ABSTRACT

This business plan describes the manner and actions that must be taken into account to create a company that provides advice and consulting to small and medium-sized companies located in the DM of Quito, determining the most suitable strategies, marketing and administrative operation, this allows the company to offer a service that helps companies to develop their activities in a better way, because they face problems of an administrative, commercial, human talent, among other functions of business management, all this is This will be achieved by defining through an analysis of the environment, identifying the competition, suppliers, as well as the size of the market to which the proposal is directed, once the potential demand is established, marketing and service provision strategies are proposed with their processes, which are organized through a process map, which in turn allows the definition of the structure organizational and functional, as well as the business philosophy, then there is the legal aspect, in which the laws and regulations are set, under which the new company will operate, as well as the permits or other regulations necessary for the legalization of the organization, Finally, the feasibility of the project is demonstrated, through the financial chapter, which establishes the initial investment of USD \$ 10.562,00, which will be used and executed, under the parameters of the financial statements, as well as the application of the financial indicators, such as the IRR of 96,91%, the NPV of USD \$ 107.323,26, among other indicators, the same ones that serve to better control the economic and financial performance of the company, in addition to specifying the objectives set as a new entity in the market

KEYWORDS: Advice, consulting, business management, service.

INTRODUCCIÓN

El plan de negocios presente, está elaborado para la creación de una empresa de asesoría y consultoría en aspectos contables, financieros, administrativos, de mercado y demás actividades que ejerce una empresa, según el sector productivo en el que se encuentre, estará ubicada dentro del D. M. Quito, el propósito inicial es ofertar los servicios de manera integral en la gestión administrativa, financiera u otra, enfocándose en especial a las Pymes, que en muchos casos tienen como una de sus mayores debilidades la gestión de dichas empresas, ya sea por un conocimiento empírico, o por desactualización de esos conocimientos, lo que provoca que sus empresas no obtengan los réditos o rendimientos esperados.

Para el logro del propósito mencionado, parte de un análisis del segmento al que se dirige la propuesta, detallando el tamaño del mercado, los clientes potenciales, su intención de utilizar los servicios, así como la demanda, oferta y demanda insatisfecha actuales, además de los competidores y demás circunstancias que rodean a este tipo de emprendimientos. Por lo tanto, es necesario llevar a cabo un análisis del micro y macro entorno, mediante el modelo PEST, así como las 5 Fuerzas de Porter, una vez encontrados los factores que los componen, se define la matriz FODA, que permite luego, establecer los objetivos y metas del plan, el cual se sirve de la identificación y secuencia de la prestación del servicio, para luego establecer el tipo de organización y su estructura más idóneas, en las cuales se considera al personal que colaborará en la ejecución de las funciones y actividades de la empresa.

Luego, se procede a definir los aspectos legales, que la nueva empresa debe cumplir para su normal desenvolvimiento en el mercado, finalmente se elabora la planificación económica y financiera, mediante el uso de indicadores, que permitan la ejecución de los presupuestos, además permiten controlar los flujos de dinero necesarios para el desarrollo de actividades del proyecto, permitiendo advertir las ganancias y los tiempos de recuperación de la inversión.

Descripción de capítulos

El proyecto está conformado por cinco capítulos:

Capítulo I: Área de Marketing, se trata sobre el servicio, sus características y los clientes a los que se dirige, definiendo el mercado mediante la investigación de mercado, que junto a las matrices como MEFE, MEFI, entre otras, sirven para el diagnóstico y establecer la oferta y demanda del servicio, así como los demás instrumentos necesarios para su promoción y distribución.

Capítulo II: Área de Producción (operaciones), en este se hace una descripción de los procesos y procedimientos que se llevan a cabo para la prestación de los diferentes servicios que ofrece la empresa, consta la infraestructura física necesaria e insumos, así como la cantidad de personal que labora en la organización y demás artículos que serán parte como recursos para la prestación del servicio.

Capítulo III: Área de Organización y Gestión, en esta parte se hace constar el análisis administrativo y estratégico de la empresa, su filosofía empresarial y objetivos que la organización tiene a nivel interno, como la clasificación de puestos y funciones de sus integrantes.

Capítulo IV: Área Jurídico Legal, trata sobre el aspecto jurídico de la constitución y conformación de la empresa, detallando los requisitos legales para su funcionamiento, como patentes y marcas.

Capítulo V: Área Financiera, contiene en detalle el monto de la inversión, su financiamiento, costos y gastos, y demás aspectos financieros, así los indicadores que soportan la viabilidad y la rentabilidad del proyecto.

Objetivo General

Elaborar un Plan de Negocios que sustente la factibilidad y viabilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios administrativos, tributarios, laborales y contables para PYMES en la ciudad de Quito, sustentándolo mediante los distintos capítulos que contiene el plan de negocios.

Objetivos Específicos

- Determinar las características del cliente, mediante el uso de la encuesta y el diagnóstico del macro y micro entornos del mercado, estableciendo la oferta y demanda potencial, que será atendida por medio de estrategias de marketing diferenciando el servicio de lo que ofrecen los competidores actuales.
- Elaborar el proceso de la prestación de los servicios, aplicando técnicas actuales, enfocadas en las necesidades de la PYMES, a su vez definiendo la capacidad de cobertura del mercado, organizando las actividades por intermedio de diagramas de flujo de los procesos optimizando tiempos, recursos y cumpliendo con estándares de calidad.
- Definir la filosofía empresarial de la organización, proponiendo objetivos y estrategias administrativas que orienten el desempeño y ejecución de las actividades de la organización, buscando el logro y alcance de los objetivos estratégicos propuestos.
- Elaborar el sustento legal bajo el cual la empresa desarrollará sus actividades, cumpliendo con las leyes y normas legales vigentes relacionadas con la prestación de servicios de asesoría y consultoría administrativa, contable, tributaria y laboral.
- Planificar el plan económico y financiero de la empresa, definiendo la inversión, así como los estados financieros e indicadores, que sustenten el desempeño económico y su sustentabilidad en el mercado a futuro.

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Determinar las características del cliente, mediante el uso de la encuesta y el diagnóstico del macro y micro entornos del mercado, estableciendo la oferta y demanda potencial, que será atendida por medio de estrategias de marketing diferenciando el servicio de lo que ofrecen los competidores actuales.

1.2. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

1.2.1. Especificación del servicio

La empresa es la base en la que sostiene la economía de un país, son generadoras de empleo e invierten en los sectores productivos de una nación, realizan las labores de producción, comercialización o prestación de bienes y servicios, sin embargo arriesgan capitales, con la esperanza de obtener ganancias y réditos o utilidades, su aporte es fundamental, porque se transforman en los motores para la innovación, producción, comercialización intercambio de bienes y servicios, que buscan satisfacer las distintas necesidades de los consumidores o usuarios (Tello, *revistadigitalexpansion*, 2020).

Lamentablemente y debido a las políticas de los gobiernos de turno, en el que se han incluido una serie de cambios y regulaciones para la creación o funcionamiento de las empresas, se suma además, que en muchos casos a la falta o deficiencia en el diseño de estrategias que mejoren sus actividades, participación y demás aspectos relacionados con su funcionamiento en el mercado, siendo éstos causantes de baja productividad, con ello una disminución en la calidad de los bienes y la consecuente pérdida de competitividad, especialmente frente a los productos o servicios brindados por empresas extranjeras. Por lo tanto, se hace urgente la capacitación, asesoría o consultoría para las empresas ecuatorianas, a fin de que mejoren su rendimiento y competitividad a nivel de las demás competidoras en el sector (Tello, *revistadigitalexpansion*, 2020).

La administración comprende un proceso, en el cual el responsable llamado gerente diseña estrategias, manteniendo un ambiente, en el cual las personas trabajan, buscando

una meta o metas específicas, en beneficio de la empresas y de quienes le rodean (Koontz, et al, 2012), aunque esta afirmación en el caso ecuatoriano no se cumple del todo, debido a la poca innovación administrativa, pero más por los efectos que ha causado la pandemia del Covid-19, a todo nivel, pero sobre todo a las PYMES, las cuales han sufrido un gran impacto como disminución de ingresos, despido de personal, baja en las ventas, producción, comercialización y demás aspectos relacionados, pero también se ha abierto una puerta a esta crisis, gracias a la planeación estratégica, la cual puede y debe marcar la diferencia entre sostenibilidad y éxito o fracaso, esto depende de la capacidad de adaptación, innovación y creación de estrategias, conocimientos administrativos y comerciales, que le permitan a la empresa salir a flote en el mercado, enfrentando a la competencia, que cada vez es más agresiva (Huilcapi, et al., 2020).

Para alcanzar los objetivos, las empresas dependen de la capacidad de sus administradores o gerentes para dirigirlos, sin embargo existe la oportunidad de asesorarse de expertos, quienes pueden guiarlos, mediante la consultoría o asesoramiento en las distintas áreas de funcionamiento de la empresa, a esto se lo conoce como subcontratación, la cual a pesar de su poca evidencia sobre temas holísticos de sus impactos a niveles más allá de la empresa, es un servicio, el cual se está promoviendo como una de las tendencias más poderosas en el tema de gestión de procesos internos; la razón fundamental para la subcontratación de funciones incluye un tema de ahorro financiero con conocimientos especializados, cabe destacar que las PYMES ocupan un lugar preponderante en la economía del cualquier país, debido a su número y generación de fuentes de empleo (Useche, et al., 2021).

Dentro de este segmento de empresas, según lo aplicado en el estudio Delphi en sectores privados se pudo capturar perspectivas, beneficios y riesgos específicos de la prestación de servicios tercerizados los cuales se verán en detalle dentro del plan de negocios propuesto, cabe recordar que el método Delphi, sirvió para la recolección de información, mediante la opinión de expertos, aunque es cualitativa, se la utilizó debido a que no existen datos actualizados sobre el segmento seleccionado, al menos no en cuanto a la capacitación, apoyo o contratación de consultorías y asesorías, pero brinda un panorama cercano de la realidad de dichas empresas en el mercado (Raguant, M. Torrado M., 2016).

Tabla 1*Características del servicio*

SERVICIOS	CARACTERÍSTICAS
Asesoría Laboral	Personalización
	• Elaboración de contratos de trabajo, prórrogas, nómina de empleados, seguros sociales, comunicaciones al trabajador, formalización de despidos, formalización de bajas voluntarias, altas, y variaciones en la Seguridad Social, y la tramitación de todo lo anterior ante los organismos correspondientes de la administración. • Tramitación de aperturas de centros de trabajo o de nuevas sociedades. • Representación del cliente ante comprobaciones o inspecciones de la autoridad laboral.
	Precios acordes al mercado
	• Elaboración y presentación de declaraciones y anexos tributarios mensuales y semestrales en función del tipo de actividad económica y tipo de empresa. • Representación del cliente ante comprobaciones o inspecciones de cualquier Autoridad Tributaria, estatal, autonómica o local. • Elaboración de recursos administrativos ante cualquier acto de comprobación, sancionador, o de recaudación de cualquier autoridad tributaria, estatal, autonómica o local.
Asesoría Contable	Visión de crecimiento
	• Registros contables del cliente conforme a la legislación vigente en cada momento, en función del tipo de entidad. • Elaboración y legalización de libros y balances contables en el sistema asignado. • Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones. • Control interno de los inventarios y costos de producción.
	Control interno supervisado
	• Trámites con las distintas entidades públicas y privadas de acuerdo al giro de negocio como lo son: • Municipalidades. - licencia de funcionamiento, generación y pagos anuales de patentes municipales. • Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA. • Asesoramiento y elaboración de reportes mensuales para la Unidad de Análisis Financiero Económico UAFE.

Nota: Los servicios de asesoría se relacionan a lo contable, tributario, administrativo y Talento Humano.

Se pueden observar los servicios que la empresa va a prestar a las PYMES en el D. M. Quito, en este sentido, se visualizan cuatro servicios, iniciando con el Asesoramiento Laboral, que permite a la empresa diseñar estructuras laborales, es decir, se fija en la contratación de personas, manejo de nómina y lo relacionado con el trabajador, cumpliendo con los aspectos legales vigentes en el país.

También consta, el Asesoramiento Fiscal, el cual se enfoca en aspectos tributarios o de representación en cuanto a pagos de impuestos, tasas y demás obligaciones de las empresas con el fisco.

El Asesoramiento Contable, que se relaciona con la elaboración y mantenimiento de libros contables, elaboración de balances e indicadores que sirven para el desarrollo y control de la parte económica y financiera de la empresa. Finalmente está el Asesoramiento Administrativo, en éste las empresas puede necesitar ayuda sobre trámites y obtención de licencias, marcas, entre otros requerimientos de parte de los organismos de control público, que rigen el funcionamiento de las organizaciones, siempre dentro del marco legal y regulatorio del país.

1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona

Aunque existen muchas empresas prestadoras de servicios de asesoría, la propuesta actual tiene como factor diferenciador, el que se enfoca en las PYMES, iniciando en el D. M. Quito, para en un futuro extender sus operaciones, tanto en la provincia como a nivel nacional, todo depende de las condiciones en el mercado.

Otro factor diferenciador, es que los clientes, tienen a su disposición varios servicios en uno, es decir, no tienen que recurrir a distintos servicios en diferentes empresas, lo pueden tener en un solo paquete, el cual se ajustará según las necesidades de cada cliente. Finalmente se menciona como otro factor, y generador de valor, el que se puede realizar un seguimiento a las acciones propuestas o a la planificación diseñada para el cliente, en donde Outsourcing Group, se puede hacer cargo de manera periódica del seguimiento, ejecución y control de las estrategias, permitiendo al cliente enfocarse en otras acciones que considere de mayor importancia.

Figura 1

Modelo de servicio de consultoría empresarial



Nota: Imagen referencial de prestación de servicios

Fuente: Outsourcing Group (2021)

1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO

Las personas naturales o jurídicas, son quienes conforman el mercado, son quienes enfrentan necesidades, las cuales deben satisfacerse para continuar en dicho mercado, además son las que tienen dinero para gastar y desean hacerlo (Stanton, Etzel y Walker, 2007). Por lo tanto, el mercado para el presente proyecto está constituido por las empresas consideradas como PYMES, es decir las pequeñas y medianas empresas.

1.3.1 Qué mercado se va a tocar en general

De acuerdo a la información recabada, se establece que en el D. M. Quito, existen o están registradas 16.376 Pymes en el año 2019 (INEC, 2019), éste representa el universo y mercado al cual la nueva empresa desea enfocarse, además se debe tomar en cuenta que la ciudad es la capital del país, con mayor población, siendo éste un factor determinante para que exista gran interés por crear nuevas empresas que cubran las necesidades de un mercado cada vez más amplio, para la oferta de servicios como los que brinda la empresa.

1.3.1.1 Categorización de sujetos

La categorización de los sujetos está relacionada con las personas naturales o jurídicas que tienen, dirigen o administran una Pymes, por lo tanto, será:

Tabla 2

Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Pymes/Gerencia/Propietarios/Administradores
¿Quién usa?	Pymes
¿Quién decide?	Pymes / Gerencia
¿Qué influye?	Pymes / Otras áreas

Nota: Categorización de los sujetos que desean adquirir los servicios. Adaptado de Empresa e iniciativa emprendedora 360.

Fuente: Caldas & Hidalgo (2019)

1.3.1.2. Estudio de Segmentación

Para definir el mercado objetivo se parte de una buena segmentación, que es el resultado de dividir el mercado en segmentos homogéneos, que tengan necesidades similares, gustos o preferencias (Kotler, 2013).

La referencia geográfica de la ciudad de Quito permite ubicar el desarrollo productivo de las empresas Pymes dentro de la zona urbana, aplicando las siguientes dimensiones.

Tabla 3

Dimensión Conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Estilo de vida, moda
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente al servicio	Positiva

Nota: Categorización de los sujetos que desean adquirir los servicios. Adaptado de Empresa e iniciativa emprendedora 360.

Fuente: Caldas & Hidalgo (2019)

Se debe resaltar que la empresa desea prestar sus servicios en la zona urbana del D. M. de Quito, por lo tanto, la dimensión geográfica considera desde el país, región, provincia y ciudad.

Tabla 4.

Dimensión Geográfica

Variable	Descripción	Población
País	Ecuador	882.766
Región	Sierra	464.780
Provincia	Pichincha	215.644
Ciudad	Zona Urbana	16.376
Total		16.376

Nota: Los datos corresponden a las proyecciones de población del Censo 2010

Fuente: INEC (2020)

En cuanto a la dimensión demográfica, no se realiza una segmentación, debido a que, al ser personas jurídicas, ya se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías del Ecuador, por lo tanto, ya no es necesario el uso de estas variables.

1.3.2. Plan de muestreo

Para la aplicación del plan de negocios se identifica como universo a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito que representan 1.85% del total nacional, mientras que es el un 7.58% (16.376) de la provincia en el año 2019 (INEC, 2019).

Para la determinación de la muestra es importante recalcar se tomará un porcentaje de error al 5% estadístico, con un nivel de confianza del 95% y las probabilidades de ocurrencia con el 50% en cada caso. Para el cálculo de la muestra y definiendo el tamaño del mercado como un universo finito, se aplica la fórmula detallada a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + Ne^2}$$

Donde:

n = el tamaño de la muestra =?

N = tamaño de la población = 16376

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) = 1.96

e = Límite aceptable de error muestral = 5% = 0.05

P = Probabilidad de ocurrencia = 50% = 0.5

Q = Probabilidad de no ocurrencia = 50% = 0.5

$$n = \frac{3.8416 * 0.50 * 0.50 * 16376}{3.8416 * 0.50 * 0.50 + 16376 (0.0025)}$$

$$n = \frac{15727.51}{41.9004}$$

$$n = 375.35$$

La encuesta será aplicada a 376 empresas denominadas PYMES, a quienes se les aplica un cuestionario estructurado, cuyos resultados facilitan la identificación de la probabilidad o no de que la propuesta de negocio tenga o no éxito.

1.3.2.1 Instrumentos para recopilar información

Objetivo Específico 1: Fomentar, captar y crear una relación de fidelización con el consumidor para satisfacer lo mayormente posible la necesidad del mismo de acuerdo a su giro de negocio.

Tabla 5*Cuadro de necesidades Objetivo 1*

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Competidores directos	Primaria	Investigación Propia	Internet, Libros
Competidores sustitutos	Primaria	Investigación Propia	Internet, Libros
Precio del servicio similar y sustituto	Primaria	Investigación Propia	Internet, Libros

Nota: La tabla considera la información que se necesita para cumplir con el objetivo 1

Objetivo Específico 2: Definir las acciones y estrategias que permitan la satisfacción de las necesidades de los clientes, identificando las condiciones de contratación, así como el precio y el tamaño del mercado.

Tabla 6*Cuadro de necesidades Objetivo 2*

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	Cliente	Encuesta
Posibles precios de servicios	Secundaria	Cliente	Encuesta
Posible servicio más utilizado.	Secundaria	Cliente	Encuesta
Condiciones de contratación.	Secundaria	Cliente	Encuesta

Nota: La tabla considera la información que se necesita para cumplir con el objetivo 2

Objetivo Específico 3: Identificar la estructura más idónea de la empresa y las regulaciones legales para el funcionamiento como empresa asesora y consultora.

Tabla 7.*Cuadro de necesidades Objetivo 3*

Necesidad	Tipo de información	de Fuente	Instrumentos
Tipo de organización	Secundaria	SRI	Base de datos
Estructura de la empresa	Secundaria	Superintendencia de compañías	Base de datos
Talento humano	Secundaria	Ministerio de Trabajo	Base de datos

Nota: La tabla considera la información que se necesita para cumplir con el objetivo 3

1.3.1.2 Diseño y recolección de información.

Se ha elaborado una encuesta el cual permita determinar las necesidades de apoyo en los servicios de gestión empresarial, así como el precio que estarían dispuestas a pagar, entre otros datos de importancia que ayudan en la definición de la oferta y demanda potencial de los nuevos servicios propuestos en el proyecto.



UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA

ENCUESTA

Objetivo de la encuesta:

El objetivo de la encuesta es obtener información sobre las necesidades y dificultades que enfrentan las PYMES para su gestión en el mercado.

Marque con una X la opción que usted considera como respuesta correcta.

1. ¿Qué tipo de actividad realiza su empresa?

Industrial	☐
Comercial	☐
Servicios	☐

2. ¿De qué tipo es su empresa?

Compañía Limitada	☐	Nombre Colectivo	☐
Sociedad Anónima	☐	Comandita Simple	☐
Economía Mixta	☐	Comandita por Acciones	☐

3. ¿Considera que la gestión de su empresa tiene impacto en el mercado?

Si	☐
No	☐
No sabe	☐

4. ¿A su criterio cuál es la principal causa de los problemas que enfrenta una Pymes?

Contratar personal calificado	☐	Mejorar controles de calidad	☐
Uso de herramientas comerciales y publicitarias	☐	Mejorar los controles financieros	☐
Posicionamiento de la marca	☐	Fallas en su cultura empresarial	☐
Captar clientes	☐	Gestión administrativa	☐

5. ¿Cuáles cree que son las principales ventajas de contar con asesoría o consultoría para la gestión de la empresa?

Ahorro de tiempo	☐
Reducción de costos	☐
Innovación de procesos	☐
Innovación en control	☐

6. ¿Cuál considera es el precio por el servicio de Outsourcing completo?

De \$400,00 a \$499,99	☐
De \$500,00 a \$599,99	☐
De \$600,00 a \$699,99	☐
De \$700,00 a \$799,99	☐
Más de \$800,00	☐

7. ¿Estaría de acuerdo en contratar los servicios de una empresa asesora o consultora que le ayude a solucionar sus problemas de gestión?

Muy de acuerdo	☐
De acuerdo	☐
Poco de acuerdo	☐
En desacuerdo	☐

8. ¿Cuál sería la principal dificultad para acceder al servicio de asesoría o consultoría para la gestión de la empresa?

Calidad	☐
Experiencia	☐
Precio	☐
Tiempo	☐

9. ¿Con qué frecuencia contrataría los servicios de Outsourcing?

1 vez al año	☐
2 veces al año	☐
3 veces al año	☐
4 o más veces al año	☐

10. ¿Conoce o ha utilizado los servicios de una empresa que ofrezca los servicios de asesoría o consultoría?

Si	☐
No	☐
No sabe	☐

1.3.2.3 Análisis e Interpretación de resultados

Tabla 8

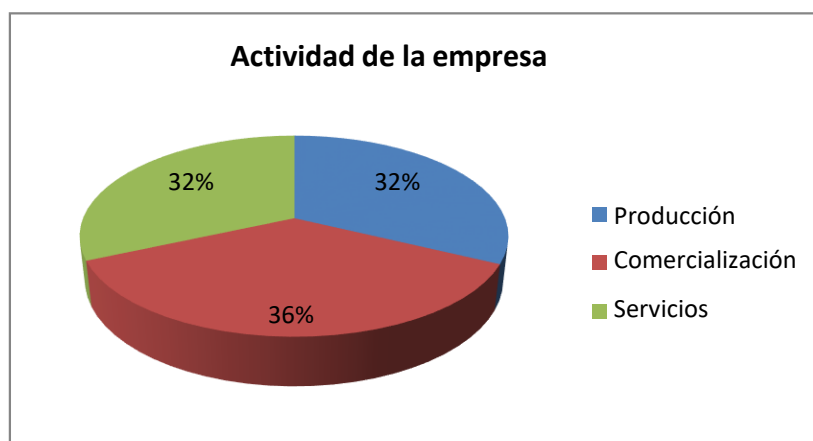
¿Qué tipo de actividad realiza su empresa?

Actividad	Fr	%
Producción	121	32.18
Comercialización	136	36.17
Servicios	119	31.65
Total	376	100

Nota: Datos de actividades económicas de las PYMES

Figura 2

Actividad de la empresa



Nota: División por actividad de las empresas

Análisis

El 36.17% de las empresas encuestadas se desempeñan en la comercialización, mientras que el 32.18% lo hace en la producción y el 31.65% labora en servicios.

Interpretación

El resultado pone en evidencia que las empresas están en todas las actividades productivas, los porcentajes reflejan que existió uniformidad en la elección de las empresas para la obtención de la información.

Tabla 9

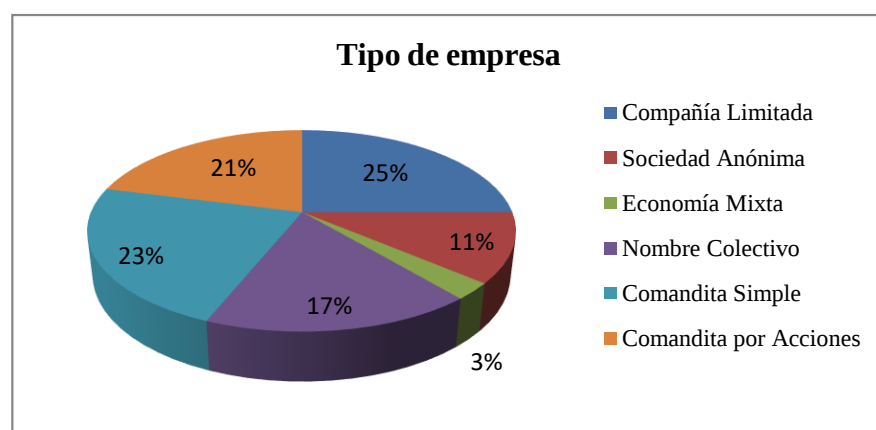
¿De qué tipo es su empresa?

Tipo	Fr	%
Compañía Limitada	94	25.00
Sociedad Anónima	42	11.17
Economía Mixta	10	2.66
Nombre Colectivo	65	17.29
Comandita Simple	86	22.87
Comandita por Acciones	79	21.01
Total	376	100

Nota: Porcentajes corresponden a los tipos de empresas PYMES en el sector.

Figura 3

Tipo de empresa



Nota: La figura representa a la participación por tipo de empresa

Análisis

El 25% expresan que son Compañías Limitadas, les siguen las de Comandita Simple con el 22.87%, luego están las empresas de Comandita por Acciones con el 21.01%, a continuación, están con el 17.29% las de Nombre Colectivo, siguen las Sociedades Anónimas con el 11.17% y finalmente las de Economía Mixta con el 2.66%.

Interpretación

Se puede observar que las Compañías Limitadas, Comandita Simple y Comandita por Acciones, son el tipo de empresa más frecuente en el mercado, aunque las de Nombre Colectivo, Sociedad Anónima y Economía Mixta, generalmente son empresa de mayor

tamaño que las anteriores.

Tabla 10

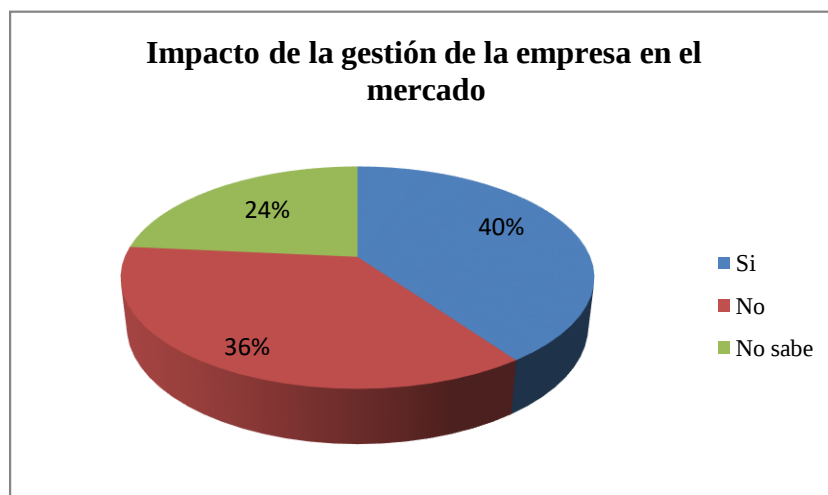
¿Considera que la gestión de su empresa tiene impacto en el mercado?

Criterio	Fr	%
Si	152	40.43
No	136	36.17
No sabe	88	23.40
Total	376	100

Nota: Datos corresponden al impacto que suponen tienen las empresas en el mercado

Figura 4

Impacto de la gestión de la empresa en el mercado



Nota: Distribución sobre apreciación del impacto de la gestión

Análisis

El 40.43% de los encuestados expresan que la gestión de su empresa si tiene impacto, mientras que el 36.17% manifiesta que no, también existe el 23.40% de ellas, que dice no saber si tienen o no impacto.

Interpretación

Estos resultados son una oportunidad para el negocio, debido a que el 59.57% de las empresas necesitarían ayuda para causar un mayor impacto en el mercado.

Tabla 11

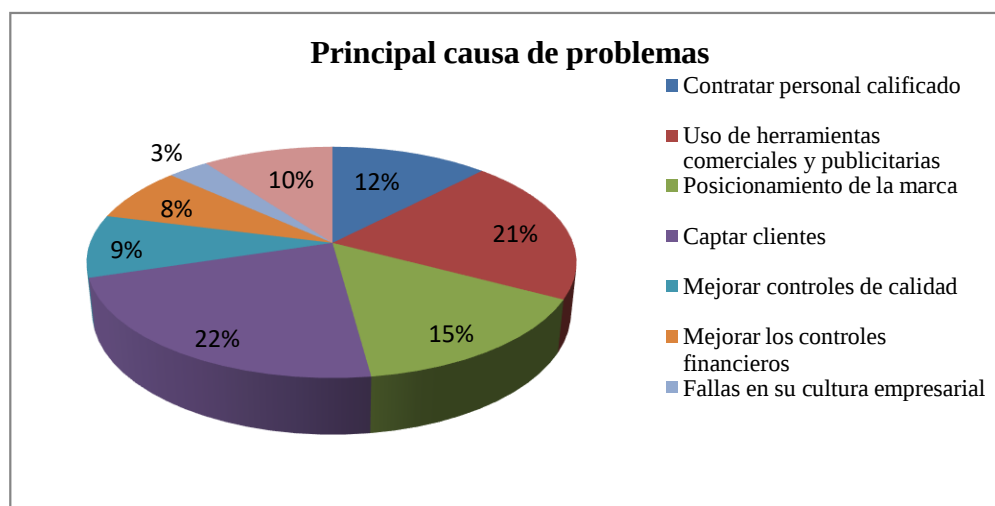
¿A su criterio cuál es la principal causa de los problemas que enfrenta una Pymes?

Criterio	Fr	%
Contratar personal calificado	46	12.23
Uso de herramientas comerciales y publicitarias	77	20.48
Posicionamiento de la marca	57	15.16
Captar clientes	84	22.34
Mejorar controles de calidad	33	8.78
Mejorar los controles financieros	29	7.71
Fallas en su cultura empresarial	12	3.19
Gestión administrativa	38	10.11
Total	376	100

Nota: Las cifras indican las causas que las PYMES consideran que enfrentan

Figura 5

Principal causa de problemas



Nota: La figura expone las causas que generan problemas en las PYMES

Análisis

Para el 22.34% de las empresas consultadas el mayor problema es captar clientes, mientras que para el 20.48% es el uso de herramientas comerciales y publicitarias, siguen en importancia con el 15.16% el posicionamiento de marca, el 12.33% la contratación de personal, y en menor medida con el 8.78% la mejora en controles de calidad, el 7.71% la mejora de controles financieros y al final con el 3.19% la cultura empresarial.

Interpretación

Se puede advertir que los mayores problemas en las empresas son la captación de clientes, el uso de herramientas tecnológicas, posicionamiento de marca y la contratación de personal, siendo esto otra oportunidad para la propuesta presente, debido a que es la línea en la que se especializan los servicios a ofertar.

Tabla 12

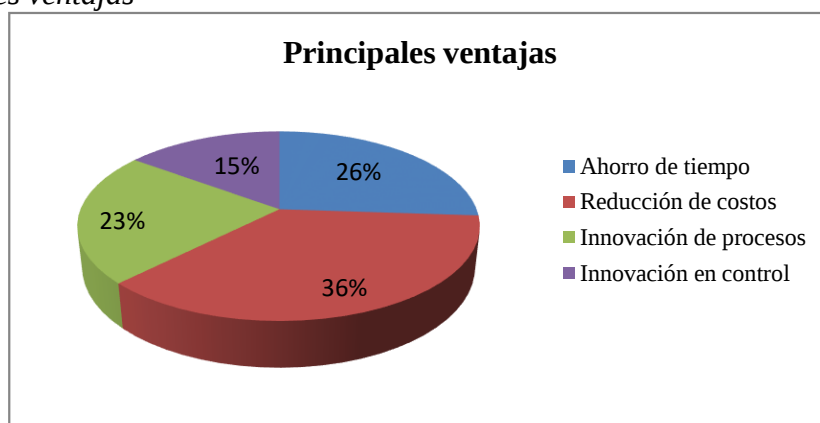
¿Cuáles cree que son las principales ventajas de contar con asesoría o consultoría para la gestión de la empresa?

Criterio	Fr	%
Ahorro de tiempo	98	26.06
Reducción de costos	137	36.44
Innovación de procesos	85	22.61
Innovación en control	56	14.89
Total	376	100

Nota: los datos exponen la opinión sobre las ventajas que advierten en la asesoría y consultoría

Figura 6

Principales ventajas



Nota: La figura contiene los porcentajes de la apreciación de las PYMES sobre las ventajas de la asesoría y consultoría.

Análisis

El 36.44% considera que, la mayor ventaja de contratar ayuda para su gestión está en la reducción de costos con el 36.44%, mientras el 26.06% dice que les ahorra tiempo, un 22.61% manifiesta que ayuda en la innovación de procesos y el 14.89% ayuda en la innovación en el control.

Interpretación

Es un hecho que la ayuda profesional a la empresa le genera reducción de costos, tiempo, permitiéndole innovar en los procesos y controles, por lo tanto, es una oportunidad para la nueva empresa.

Tabla 13

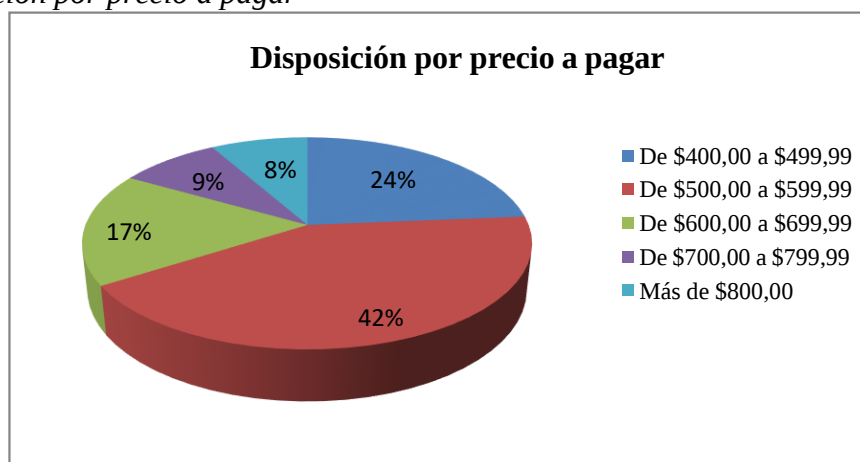
¿Cuál considera es el precio por el servicio de Outsourcing completo?

<u>Criterio</u>	<u>Fr</u>	<u>%</u>
De \$400,00 a \$499,99	89	23.67
De \$500,00 a \$599,99	159	42.29
De \$600,00 a \$699,99	65	17.29
De \$700,00 a \$799,99	32	8.51
Más de \$800,00	31	8.24
Total	376	100

Nota: Los datos corresponden a los precios que pagarían las PYMES, por servicios integrales de asesoría y consultoría.

Figura 7

Disposición por precio a pagar



Nota: En la figura se aprecia los precios que están dispuestos a pagar por los servicios integrales de asesoría y consultoría

Análisis

El 42.29% de los consultados expresa que el precio por el servicio completo de Outsourcing, debería ser entre \$500.00 a \$599.00, mientras que el 23.67% piensa entre \$400.00 a \$499.00, otro 17.29% manifiesta que el precio sería entre \$600.00 y \$699.00, mientras que de \$700.00 a \$799.00 lo manifiesta el 8.51% y finalmente el 8.24% expresa que el precio puede ser de más de \$800.00 por el servicio.

Interpretación

Se observa que el precio que mayor preferencia tiene está entre los \$500.00 a \$599.00 dólares, sin embargo, existe un buen grupo que desea o pagaría precios mayores, esto se visualiza como una oportunidad, debido a que las empresas conocen sobre los aspectos de asesoría o consultoría.

Tabla 14

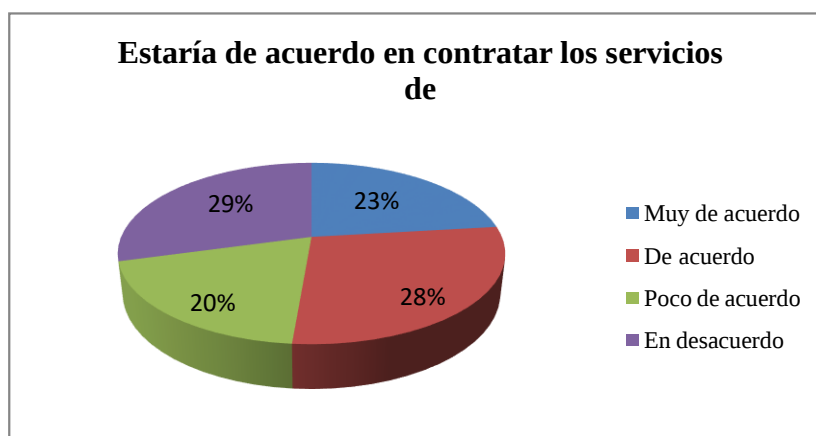
¿Estaría de acuerdo en contratar los servicios de una empresa asesora o consultora que le ayude a solucionar sus problemas de gestión?

Criterio	Fr	%
Muy de acuerdo	87	23.14
De acuerdo	106	28.19
Poco de acuerdo	73	19.41
En desacuerdo	110	29.26
Total	376	100

Nota: Los porcentajes expresan la intención de contratar los servicios de asesoría y consultoría.

Figura 8

Contrataría los servicios de asesoría o consultoría



Nota: La figura representa la distribución en la contratación de los servicios

Análisis

Para el 29.26% no estaría de acuerdo en contratar los servicios, sin embargo, un 28.19 si estaría de acuerdo, mientras que el 23.14% expresa estar muy de acuerdo y el 19.41% poco de acuerdo en la contratación de servicios.

Interpretación

Aunque en apariencia existe un porcentaje cercano al 30%, que dice estar en desacuerdo en contratar los servicios, es más importante visualizar que la mayor cantidad, es decir el 70% si lo haría o pensaría en hacerlo, siendo una gran oportunidad para la nueva propuesta.

Tabla 15

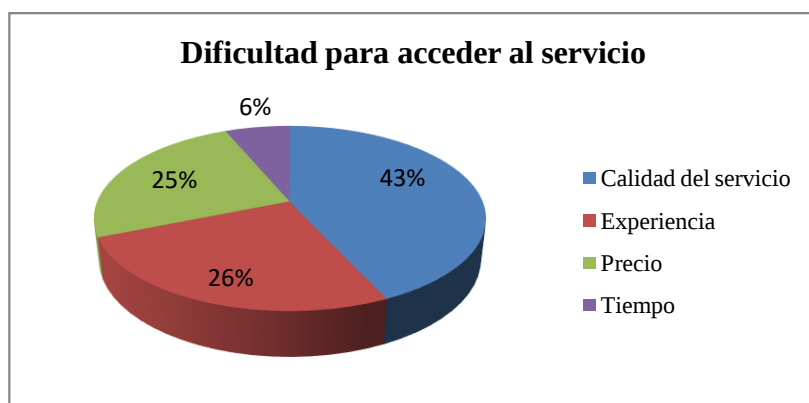
¿Cuál sería la principal dificultad para acceder al servicio de asesoría o consultoría para la gestión de la empresa?

Criterio	Fr	%
Calidad del servicio	162	43.09
Experiencia	97	25.80
Precio	93	24.73
Tiempo	24	6.38
Total	376	100

Nota: Los porcentajes corresponden a las dificultades para acceder al servicio, que enfrentan las PYMES.

Figura 9

Dificultad para acceder al servicio



Nota: En la figura se aprecian las dificultades que enfrentarían las PYMES para acceder a los servicios.

Análisis

Para el 43.09% de las empresas, la calidad del servicio sería el inconveniente para su contratación, le sigue en importancia con el 25.80% la experiencia de quienes brindan el

servicio, mientras que el precio con el 24.73% es la siguiente dificultad y finalmente con el 6.38% es el tiempo, el que impediría contratar los servicios de asesoría o consultoría.

Interpretación

Como se advierte en los resultados, existe un gran porcentaje de empresas que piensan en la calidad de la asesoría o consultoría, siendo esto una oportunidad, porque evidencia que el servicio prestado por otras empresas está en duda, mientras que será parte del valor agregado para la nueva empresa.

Tabla 16

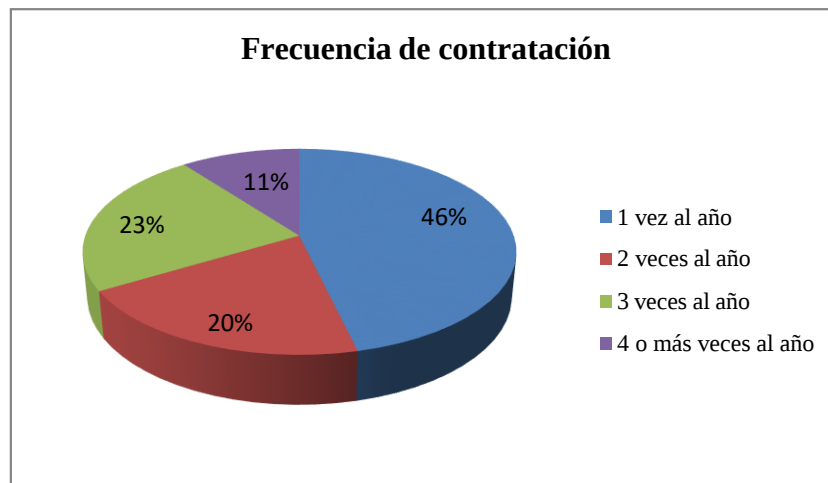
¿Con qué frecuencia contrataría los servicios de Outsourcing?

Criterio	Fr	%
1 vez al año	174	46.28
2 veces al año	76	20.21
3 veces al año	87	23.14
4 o más veces al año	39	10.37
Total	376	100

Nota: Las cifras corresponden a las frecuencias con que contratarían los servicios

Figura 10

Frecuencia de contratación



Nota: La figura permite visualizar la frecuencia en la intención de contratar los servicios.

Análisis

Las empresas que contratarían 1 vez en el año representan el 46.28%, luego siguen las

que lo harían 3 veces al año con el 23.14%, mientras que tan solo con 2 veces lo haría el 20.21% de las empresas, mientras que las que contratarían 4 o más veces en el año representan el 10.37%.

Interpretación

Se evidencia el alto interés por la contratación de los servicios, se debe considerar que el mayor porcentaje de empresas lo harían desde 2 o más veces en 1 año, siendo otra oportunidad para el negocio presente.

Tabla 17

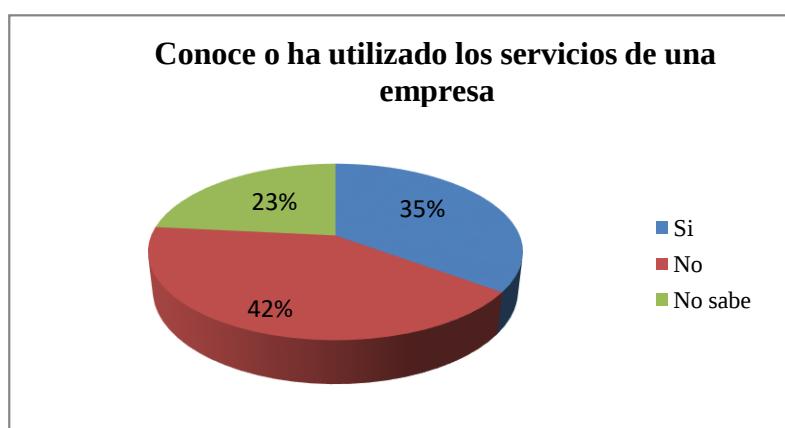
¿Conoce o ha utilizado los servicios de una empresa que ofrezca los servicios de asesoría o consultoría?

Criterio	Fr	%
Si	132	35.11
No	156	41.49
No sabe	88	23.40
Total	376	100

Nota: Los datos expresan el conocimiento sobre empresas que ofrecen este tipo de servicios.

Figura 11

Conoce o ha utilizado los servicios de asesoría o consultoría



Nota: La figura permite observar el conocimiento sobre empresas que ofrecen este tipo de servicios.

Análisis

De los consultados el 41.49% dice no conocer o no haber utilizado los servicios de

asesoría o consultoría, mientras el 35.11, si lo ha hecho en algún momento y el 23.40% expresa no saber.

Interpretación

Este resultado es muy importante, debido a que evidencia que existe una gran oportunidad, especialmente porque hay muchas empresas que desconocen de los beneficios del asesoramiento o consultoría.

1.4 Demanda Potencial

La demanda es la intención o el deseo de compra de un servicio, por parte de un segmento del mercado, siendo una característica el que tienen capacidad de pago para adquirirlo (KOTLER, P et al., 2000).

Para el proyecto presente, la demanda potencial está en función de las empresas que, según los datos de la encuesta, mencionan o expresan su intención de contratación del servicio.

Para el cálculo de la demanda potencial en número de servicios, se utilizan los datos obtenidos de las Tablas 15 y 17, lo cual da una perspectiva bastante cercana del tamaño del mercado potencial y de la aceptación por la propuesta de asesoramiento y consultoría para empresas en diferentes funciones o actividades para el mejoramiento de su gestión, además se considera el 7.7% como indicador de crecimiento en la constitución de nuevas empresas (DIARIO DIGITAL PRIMICIAS, 2020).

Tabla 18

Demanda Potencial

Año	Empresas	% Aceptación	# Servicios contratados al año	% Contratación	# Servicios
2021	16376	70.74	1 - 2 - 3 - 4	46.28	22.891
2022	17637			20.21	24.653
2023	18995			23.14	26.552
2024	20458			10.37	28.597
2025	22033				30.798

Nota: El porcentaje de aceptación se utiliza para la proyección en cada año.

En la Tabla N.- 17, se puede apreciar los resultados de multiplicar el número de empresas de cada año, considerando el 7.7% de crecimiento en la creación de empresas en Quito, multiplicado por el 70.74% de aceptación y que estarían de acuerdo en contratar los servicios (Ver Tabla 15), luego se lo multiplica por cada porcentaje de la cantidad de veces que lo haría en el año (Ver Tabla 17), siendo el mismo sistema de cálculo para la proyección en los siguientes años.

1.5 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

1.5.1 Análisis de micro ambiente

1.5.1.1 Fuerzas Competitivas de Porter

Rivalidad entre Competidores

La competencia es alta, en especial en las empresas grandes, tan solo en Quito están registradas alrededor de 73 empresas consultoras de un total de 129 a nivel nacional, es claro suponer que la mayoría tiene su base de operaciones en la ciudad de Quito (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2017), es decir el 56.5% están registradas en la capital, debido a que es el centro político y de toma de decisiones económicas en el país. Sin embargo y como se manifestó, este grupo se enfoca en mayor medida en las grandes empresas, por los montos o precios de los servicios que puede alcanzar fácilmente los \$2.000,00 mensuales por cliente, mientras las mismas consultoras han descuidado el segmento PYMES, posiblemente por los montos tanto de trabajo, como de recursos necesarios, siendo su nicho de mayor interés las industrias y grandes comercializadoras, dejando un poco de lado a las pequeñas y medianas empresas, por lo tanto, se genera un segmento desatendido, en el cual se puede incursionar con la propuesta de apoyo en los diferentes aspectos como financiero, administrativo, talento humano, comercialización y demás procesos que forman parte de la vida diaria de una organización.

Poder de Negociación de los Clientes

Es conocido que en el mercado el cliente puede cambiar de proveedor, en especial de servicios, la calidad es un factor muy importante, pero en el caso ecuatoriano, también lo

es el precio por el servicio, por lo cual se piensa mucho y se compara con otras alternativas antes de tomar la decisión de pagar por un servicio, en el caso de la asesoría y consultoría, se vuelve más evidente esta acción, para realizar la compra generalmente el cliente exige ciertas garantías, incluso elementos adicionales, por lo tanto el poder de negociación en este caso es alto, sin embargo, todo dependerá del grado y nivel de la propuesta, estrategias y herramientas que se utilizan para brindar soluciones reales y prácticas a las necesidades del cliente. Por lo tanto, el segmento para el negocio de asesoría y consultoría lo conforman todas las pequeñas y medianas empresas del D. M. de Quito, denominadas PYMES.

Cabe recordar que el mercado está conformado por los consumidores o usuarios reales y potenciales para un servicio, considerando sus necesidades a ser satisfechas, mediante un satisfactor llamado producto, en este caso **servicio**, que se encuentre disponible o se lo pueda disponer (Ficher, L. Espejo, J., 2017).

Poder de Negociación con los Proveedores

Esta fuerza es baja, porque para brindar servicios de asesoría o consultoría, se necesitan programas informáticos, que pueden ser adquiridos en varios proveedores, es decir conseguirlos no es difícil, en realidad la complicación está en su aplicación y uso, depende del conocimiento y habilidad de quien utiliza este tipo de recursos, para obtener lo mejor de ellos, en consecuencia, no existe mayor problema con los proveedores.

Amenaza y entrada de nuevos competidores

La amenaza de nuevos competidores está siempre presente en este tipo de negocios, porque son aquellos que producen o prestan el mismo servicio, además no se conoce o sabe el tipo de competidor que puede resultar y su potencial en el mercado, por lo tanto, es lógico pensar que cada competidor desea captar la mayor cantidad posible de empresas, obligando con esta acción a los demás a prepararse de mejor manera para enfrentar la amenaza (Hitt, Black, Porter, 2006).

Como se mencionó anteriormente, la mayor competencia se encuentra por captar las grandes empresas, siendo el segmento medio o de las PYMES, descuidado, principalmente se debe a que los servicios solicitados, son temporales y en el mejor de los casos de varias veces en el año, pero tampoco es un nicho que se deba despreciar, al

contrario, la cantidad de empresas puede sustituir los altos precios del otro segmento, pero también es verdad, que la competencia cada vez es más intensa por captar clientes, se debe sumar el factor profesionalizante, es decir que cada vez salen al mercado mayor cantidad de profesionales que deciden crear sus empresas y prestar este tipo de servicios, cabe destacar que, pese a que es una alta amenaza, se la puede contrarrestar con la calidad del servicio y la garantía del trabajo bien hecho.

Amenaza de servicios sustitutos

Los bienes o servicios que pueden o prestan la misma función, realizan, ejecutan o tienen un beneficio parecido al de otra empresa, se denominan sustitutos, en el caso de la asesoría y consultoría profesional, el servicio sustituto está en función o relacionado con la oferta de personas naturales e incluso de algunos profesionales, que ejercen sobre todo el asesoramiento, sin embargo existe un problema, el primero que está relacionado a la calidad, pues el profesional, generalmente joven y con el deseo de triunfar, ingresa en un mercado que debería ser muy especializado, debido a que está en juego no un contrato, sino el bienestar de toda una empresa y de quienes tienen relación directa e indirecta con ella. A esto se suma un segundo problema que es la experiencia, la falta de ésta provoca que las estrategias diseñadas no sean las adecuadas para los clientes, generando lo que anteriormente se comentó, desconfianza en el cliente sobre el accionar de las consultorías y asesorías, en otras palabras, el mayor riesgo es que se causa el descrédito de este tipo de servicios, por lo cual la amenaza es alta (Porter, 2016).

Por lo tanto, la amenaza es alta, especialmente desde la competencia desleal, o al menos de quienes brindan este tipo de servicios, sin ser legalmente reconocidos como consultoras o asesoras.

Tabla 19*Fuerzas de PORTER*

Fuerza	Análisis
Rivalidad entre Competidores	Oportunidad: El segmento de mercado de PYMES, no es atendido por las grandes empresas consultoras y asesoras.
Poder de Negociación de los Clientes	Oportunidad: Alta, el segmento de mercado está en crecimiento, aunque la frecuencia de contratación de servicios profesionales aún es limitada. Interés por contratar los servicios.
Poder de Negociación con los Proveedores	Fortaleza: Existen varios proveedores a nivel local y nacional de programas que facilitan la asesoría o consultoría.
Entrada de nuevos Competidores	Amenaza: Ingreso de competidores inminente, debido a que no existen barreras de entrada. Oportunidad: Los servicios a ofertarse poseen un valor agregado, que consiste en brindar asesoría o consultorías completas.
Amenaza de servicios sustitutos	Amenaza: Ingreso de profesionales jóvenes sin experiencia. Disminución de precios en los servicios, debido a competidores que no están legalmente registrados.

Nota: La tabla se basa en la información relacionada a las PYMES en el D. M. Quito

1.5.2 Análisis del macro ambiente

Político

Lamentablemente en el Ecuador, la situación política aunque se ha estabilizado de alguna manera, ésta sigue siendo o poniendo trabas a las empresas, especialmente en materia de regulaciones como trámites de funcionamiento, permisos, pagos de tasas, entre otros, es decir, aunque el gobierno de turno manifiesta que existe apoyo, éste no se cristaliza, por ejemplo en el año 2019, se creó el Centro de Atención al Emprendedor (CAE), con la finalidad de brindar asistencia, capacitaciones, financiamientos y asesorías a las micro, pequeñas y medianas empresas, dicho centro funciona en la Plataforma Gubernamental en Quito, sin embargo uno de los limitantes es el financiamiento, puesto que su límite es de \$5.000,00 dólares americanos, otro impedimento es que según palabras del Director del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, se dará preferencia a las emprendimientos no formales, lo cual desestimula la creación de empresas formales como la presente propuesta (El Universo, 2019).

Esta situación genera inseguridad e inestabilidad para quienes desean invertir en nuevas ideas de negocio, porque se limita el acceso a créditos y pone trabas para el inicio y crecimiento de nuevos emprendimientos formales.

Económico

Según datos estadísticos del Directorio de Empresas y Establecimientos, la estructura empresarial que sostiene la economía en el país, está conformada por el 36.6% de empresas dedicadas al comercio al por mayor y menor, mientras que las actividades como la construcción con el 3.4%, agricultura, ganadería, pesca y silvicultura con el 10.4%, actividades profesionales, técnicas y científicas representan un 6.3%, transporte y almacenamiento el 10.0%, la industria de manufactura 8.6%, alojamiento, alimentos y bebidas con el 7.4%, educación 2.9%, actividades inmobiliarias 2.4% y con el 2.1% las empresas dedicadas a las actividades administrativas y de apoyo (Salazar, 2018).

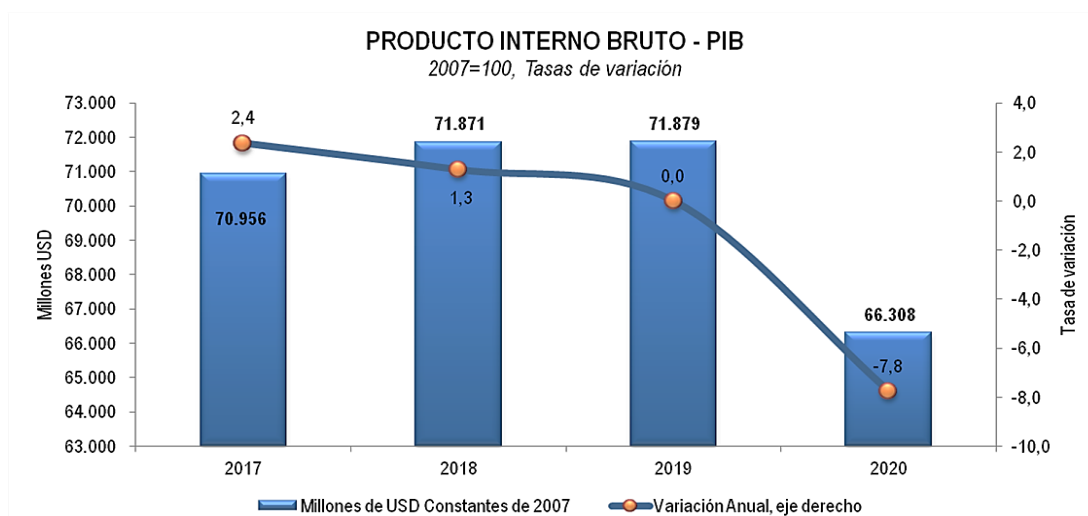
Por lo tanto y según lo mencionado anteriormente, se puede observar que existe un mercado potencial, el cual necesita del apoyo de personas que conozcan de los temas empresariales y administrativos, para mejorar su desempeño en un mercado cada vez más competitivo.

Producto interno bruto

De acuerdo a cifras del Banco Central del Ecuador, el PIB del país cayó en 8.9% en el año 2020, sin embargo se prevé un crecimiento del 3.1% para el 2021, esto se debe a que el por motivo de la pandemia mundial, cayo el consumo de los hogares, así como disminuyeron las importaciones y las inversiones públicas y privadas se contrajeron, incluso se estima una caída mayor para los sectores de alojamiento, alimentación, transporte, almacenamiento, construcción, manufactura e incluso el servicio doméstico, y por supuesto las actividades de administración pública, mientras que las actividades que se estima tendrán un crecimiento, aunque leve, es la explotación de minas. Este escenario indica que la situación económica, sigue estancada y en la mayoría de sectores productivos en decrecimiento, sin embargo, también representa una oportunidad para quienes decidan enfrentar la situación de manera inteligente e innovadora, tal es el caso de utilizar los servicios de especialistas que orienten a las empresas, mediante el diseño de estrategias a un mejor desempeño en el mercado (El Comercio, 2020).

Figura 12

Variación del Producto Interno Bruto del Ecuador



Nota: La figura presenta las variaciones del Producto Interno Bruto entre los años 2017 a 2020. Tomado del Boletín de Prensa del Banco Central del Ecuador.

Fuente: Boletín de Prensa BCE (2021)

Como se puede observar en el Gráfico 7, el PIB ha sufrido una caída bastante pronunciada, especialmente en el año 2020, esto se debe como se dijo anteriormente a la emergencia sanitaria a nivel mundial, lo que provocó que se detengan o disminuyan en gran medida todas las actividades productivas, en el caso ecuatoriano, el efecto o impacto ha sido mayor, debido a que las empresas pequeñas y medianas jamás se prepararon para enfrentar estos acontecimientos, por lo tanto, aunque el panorama parece desolador, pues no lo es, porque a la vez que se pronostica una recuperación en el crecimiento económico, también se generan oportunidades para quienes pueden o saben aprovechar las circunstancias, tal es el caso de la prestación de servicios de asesoría y consultoría empresarial.

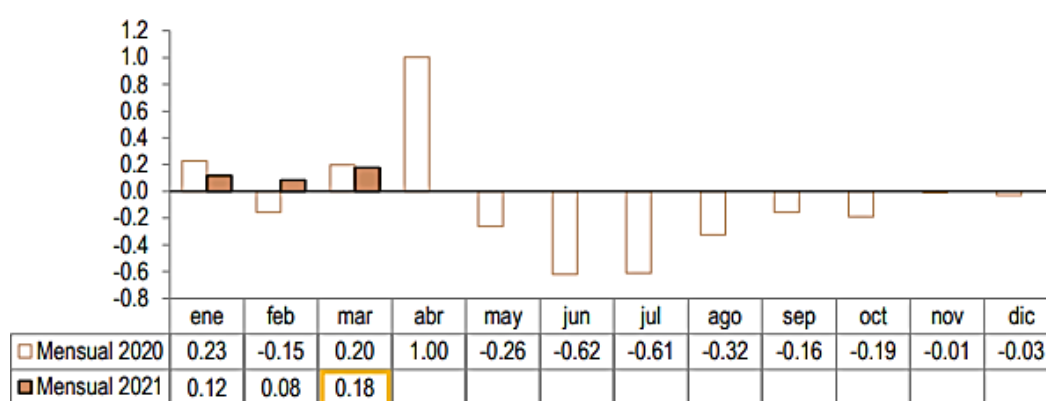
Inflación

Como es de conocimiento general, en el país la moneda de curso legal es el dólar americano desde el año 2000, lo cual ha traído como uno de los beneficios, la estabilidad en el aspecto de dinero, es decir, ya no se sufre de cambios extraordinarios por el tipo de cambio, más bien se rige por la variación del mercado a nivel internacional, en cuanto a otro beneficio, se puede mencionar que la variación en los precios de los bienes y servicios, no es tan notoria como con otras monedas, según cifras del Banco Central del

Ecuador, la variación mensual del IPC, al mes de marzo ha sido del 0.18%, dentro de un grupo ponderado con el 69.36%, dentro de este grupo el transporte, alimentos y bebidas, recreación y cultura, son las de mayor porcentaje, mientras que bienes y servicios, prendas de vestir y calzado, ponderan el 30.64% como aporte a la variación del IPC de marzo del 2021 (BCE, 2021).

Figura 13

Inflación Mensual del IPC

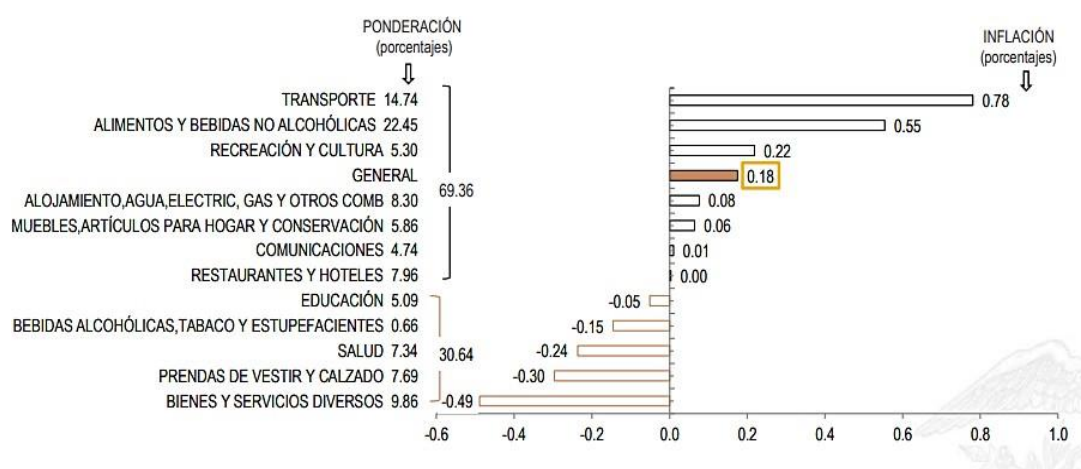


Nota: En la figura se aprecia la variación mensual del IPC, tomado del Reporte Mensual de Inflación del BCE.

Fuente: Reporte Mensual de Inflación (BCE, 2021)

Figura 14

Inflación Mensual por Divisiones de Bienes y Servicios



Nota: En la figura se aprecia la variación de la inflación por división de bienes y servicios
Fuente: Reporte Mensual de Inflación (BCE, 2021).

Social

Las PYMES, como se dijo con anterioridad, han caído en una situación muy complicada, lo que repercute a nivel social, debido a que, a nivel latinoamericano, representan el 99% de las empresas, empleando aproximadamente al 60% de los trabajadores, mientras que sus operaciones equivalen al 25% del PIB, por lo tanto, tienen un gran impacto a nivel social (Valls, 2021).

Toda empresa tiene responsabilidad social, básicamente aquellas que aportan o brindan soluciones a problemas y necesidades de los distintos grupos sociales o segmentos de mercado, dinamizando la economía y demás actividades como la producción, comercialización, prestación de servicios y demás actores productivos, generándose además interrelaciones no solo entre empresas, sino con proveedores, públicos y clientes, dentro de este contexto la Constitución del Ecuador considera como prioritario el impulso a las actividades productivas, a la transformación agroalimentaria y demás actividades, adoptando políticas fiscales que apoyen a las PYMES, mediante la innovación y desarrollo de nuevos servicios, mercados, procesos productivos, promoviendo la eficiencia y agregación de valor, pero utilizando talento humano capacitado, sin embargo el mercado laboral es uno de los más afectados, tomando en cuenta que ya desde hace varios años la tasa laboral en el país es baja, provocando que el empleo adecuado pase del 39% en el 2019 al 17% en el 2020, la causa son los despidos, disminución de salarios, disminución de la jornada laboral, aumento del subempleo, pasando del 18% en el 2019 al 35% en el siguiente año (Actuaria, 2020), entre otras razones por las que las empresas han debido adoptar medidas, para enfrentar esta crisis sanitaria. Aún bajo este panorama, se genera otra oportunidad, pues muchas de las empresas han descuidado o simplemente no se han preparado o peor aún, no pueden salir de ese bache que les impide diseñar estrategias para salir de la crisis, por lo tanto, como se dijo, es una oportunidad para ofertar servicios de asesoría y consultoría que ayuden a estas empresas a salvar dichos obstáculos.

Tecnológico

Lo importante para una empresa, sin importar su tamaño o dimensión, es el desarrollo de sus procesos y los resultados de dicha gestión, buscando que sean lo más eficientes posibles, respetando estándares de calidad (Solis, L., Robalino, R., 2019).

El entorno empresarial es muy importante al momento de decidir que, tecnología se debe utilizar en la empresa, para un mejor aprovechamiento, es posible incluso que se deban realizar cambios profundos en los procesos internos, así como en sus relaciones con proveedores, distribuidores y clientes. En realidad en el Ecuador el uso de tecnología, ha sido visto como solamente el uso de las redes sociales para promocionar o comunicar los bienes y servicios de una empresa en el mercado, pero las herramientas tecnológicas van más allá de solo comunicar los servicios, en general las grandes empresas si saben cómo y para qué deben utilizar las herramientas tecnológicas, mientras que un gran porcentaje de PYMES, aún no lo visualiza de esta manera, ya sea por los costos o por el manejo de programas o herramientas, lo que se traduce en una desventaja empresarial, en un mundo globalizado (Slusarczyk, 2019).

Se entiende que existe una deficiencia de las PYMES en su uso, siendo una oportunidad para quien está preparado y conoce de las bondades de las herramientas tecnológicas, es ahí en donde la nueva empresa tiene las posibilidades de éxito, porque puede elaborar estrategias que se ajusten a sus clientes, mejorando su rendimiento en el mercado.

1.5.2.1 Análisis de factores críticos externos

El diagnóstico estratégico o análisis estratégico, es de gran valor para una organización, se basa en los resultados del análisis externo, del cual se obtiene la matriz MEFE, ésta a su vez permite la visualización sintetizada de las oportunidades y amenazas que enfrenta la empresa, para posteriormente apoyar en la toma de decisiones (DAVID, 2003).

La matriz MEFE resume el análisis de los factores externos, considerando el diagnóstico realizado en relación a las empresas que ofertan servicios de asesoría y consultoría en la ciudad de Quito, esta información sirve para orientar a la organización sobre temas culturales, sociales, políticos, legales, demográficos, tecnológicos, los cuales

fueron revisados con anterioridad.

Tabla 20

Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

OPORTUNIDADES	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
Políticas de apoyo para creación de empresas	0,12	4	0,48
Revisión de normativa para facilitar el desempeño de las PYMES	0,10	3	0,30
Poca variación de la inflación	0,09	3	0,27
Incremento de la demanda de servicios por parte de las PYMES	0,11	4	0,44
Mano de obra calificada	0,09	3	0,27
Crecimiento del uso y aplicación de nuevas tecnologías	0,08	3	0,24
AMENAZAS			
Incremento del desempleo y subempleo	0,12	2	0,24
Cambios en la legislación tributaria	0,12	2	0,24
Decrecimiento económico, disminución del PIB	0,09	2	0,18
Competencia desleal	0,08	1	0,08
Total	1,00		2,50

Nota: Los factores de la matriz se basan en el análisis del entorno externo del sector

Fuente: Gestión de Investigación

Se puede observar que las oportunidades son mayores que las amenazas, siendo el indicador de 2,50, lo que representa un elemento favorable para la creación del proyecto.

1.5.2.2 Análisis de factores críticos de éxito internos

Las fortalezas pueden ser utilizadas como estrategias para aprovechar las oportunidades del mercado, incluso para eliminar las debilidades o enfrentar las amenazas, la matriz MEFI, sirve de instrumento para aumentar las fortalezas y disminuir aquellas amenazas (DAVID, 2003).

Al igual que la matriz MEFE, la matriz MEFI, es el resultado de analizar los elementos del micro entorno de la empresa, aquellos más cercanos y que tienen mayor influencia como son sus fortalezas y debilidades.

Tabla 21*Matriz de evaluación de factores internos (EFI)*

FORTALEZAS	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
Personal profesional, con conocimientos y experiencia	0,16	4	0,64
Precios accesibles	0,14	4	0,56
Conocimiento del mercado	0,12	3	0,36
Servicio de calidad e integral	0,15	4	0,60
DEBILIDADES			
Empresa nueva en el mercado	0,14	2	0,28
Ausencia de cartera de cliente	0,14	2	0,28
Visibilidad de la empresa limitada por situación sanitaria actual	0,15	2	0,30
Total	1,00		3,02

Nota: Los factores de la matriz se basan en el análisis del interno externo del sector

Fuente: Gestión de Investigación

Se advierte que las fortalezas son mayores a las debilidades, la sumatoria da un total de 3.02, aunque para asegurar la permanencia de la empresa en el mercado, se deben considerar las estrategias para vencer las debilidades y ganar participación en el nicho seleccionado.

1.6 Proyección de la oferta.

La oferta está conformada por la cantidad de bienes o servicios que los productores ofertan en el mercado, existiendo una variedad de precios y un tiempo establecido (Koontz, et al, 2012).

Según datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador, en el país en el año 2016, estuvieron registradas 244 empresas dedicadas al asesoramiento de trámites tributario (El Comercio, 2016), si se considera que la Provincia de Pichincha concentra el 24.43% de las empresas del país, entonces se puede aplicar dicho indicador para los cálculos pertinentes, de igual manera se hace la proyección considerando que el 43.4% tiene como mercado las PYMES y el índice de crecimiento es de 7.7% en la

creación de nuevas empresas (INEC, 2020).

Tabla 22

Proyección de la Oferta

Año	Empresas Consultoras en el país	# Emp Asesoras y Consultoras en Quito	# Clientes x Empresa	# Servicios x Empresa	Total servicios/año
2020	328	80	10	12	9.616
2021	353	86	11	12	11.153
2022	380	93	12	12	12.937
2023	410	100	12	12	15.006
2024	441	108	13	12	17.406
2025	475	116	14	12	20.190

Nota: Las cifras corresponden al número de ocasiones o servicios de asesoría o consultoría, que utilizan las PYMES.

Fuente: Gestión de Investigación

La oferta en el D. M. de Quito, en el año 2020, ha sido de 9.616 servicios de asesoría o consultoría, generalmente en aspectos contables.

1.7. Demanda Potencial Insatisfecha

Tabla 23

Demanda Potencial Insatisfecha

Año	Demanda # servicios	Oferta # servicios	DPI servicios/año	DPI servicios/mes
2021	22891	11153	11738	978
2022	24653	12937	11716	976
2023	26552	15006	11546	962
2024	28597	17406	11191	933
2025	30798	17406	13392	1.116

Nota: Los cálculos consideran la diferencia entre la demanda y la oferta de servicios

Fuente: Gestión de Investigación

Se observa que existe una demanda insatisfecha de 978 servicios al mes y de 11.738 servicios durante el año 2021 y en crecimiento para los siguientes períodos, lo cual expresa la oportunidad que se tiene para la creación de la nueva empresa asesora y consultora Outsourcing Group.

1.8 Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)

La empresa Outsourcing Group, para comunicarse con sus clientes y ofertar sus servicios utilizará la estrategia de diferenciación, es decir, brindará una atención personalizada y diseñará las estrategias exclusivas, según las necesidades de los clientes, enfocándose en las PYMES, constituidas en el D. M. de Quito, la propuesta de valor, está en función de la adaptación a los requerimientos del cliente, esto es, diseñará soluciones integrales, las cuales ofrecerá como un paquete de estrategias, o simplemente elaborará la estrategia puntual a un problema específico, todo dependerá de las necesidades de cada cliente, todo esto ajustándose a un precio razonable y justo para las dos partes.

Para la promoción se utilizarán los medios basados en el uso de nuevas tecnologías, entre las que constan:

- Redes sociales
- Páginas web
- Correos electrónicos
- Material POP
- Participación en ferias y eventos

Redes sociales: Cada empresa al crearse necesita captar la atención de los clientes, actualmente la forma más fácil para lograrlo y de gran alcance, son las redes sociales, éstas ayuda a la construcción de una marca fuerte, mejorar la visibilidad, mediante el uso de contenidos que causen impactos, así como para comunicar sobre las distintas ofertas que diseñará la nueva empresa, por lo tanto se tendrá un contacto para entregar y recibir información e interactuar de forma directa con los clientes (Perrusquía, 2017).

Páginas web: La empresa creará su página web, con carácter interactivo y amigable con el usuario, además permiten ganar en visibilidad, trasladando su identidad al mercado objetivo, mediante mensajes y contenidos sobre los servicios y beneficios que ofrece la empresa. La información se actualizará de manera periódica, refrescando los contenidos, gestionando cada vez un mayor posicionamiento en su grupo objetivo.

Correos electrónicos: Servirá para comunicar los servicios de asesoría y consultoría, siendo un nexo fácil de acceder y para contactar a los clientes potenciales, contendrá la información necesaria y explícita, brindando la oportunidad de alcanzar una ventaja competitiva en el segmento.

Material POP: Estas herramientas serán utilizadas como publicidad en los puntos de concentración de los clientes, como ferias o eventos, así como en cualquier circunstancia promocional, que permita que el cliente advierta de la existencia de Outsourcing Group.

Participación en ferias y eventos: Será parte de la estrategia de posicionamiento, la empresa participará en ferias empresariales y en eventos organizados a nivel público y privado.

Imagen Corporativa: La imagen corporativa de la empresa está representada por la marca de la empresa Outsourcing Group, su logo, el cual utiliza como colores distintivos el blanco, que representa la transparencia y claridad del servicio, el rojo, utilizado por la pasión que se pone en cada solución para satisfacer las necesidades del cliente, el color negro, que significa la sobriedad y seriedad con que cada proyecto será tratado en la organización y finalmente el gris, que significa el orden, responsabilidad y constancia en cada trabajo realizado.

Figura 15

Logotipo



Nota: Logotipo de la empresa, utiliza colores corporativos propios

Fuente: Outsourcing Group (2021)

1.9 Sistema de distribución a utilizar (Canales de Distribución)

La empresa Outsourcing Group, para su oferta y venta de servicios utilizará un canal directo, en el cual, se accede a la empresa que necesite los servicios de asesoría y consultoría, una vez que se hayan definido las necesidades del cliente, preparará una propuesta, la misma que se pondrá en su consideración, finalmente se cerrará el trato o venta con el cliente.

Figura 16

Canal de Distribución Directo



Nota: Las imágenes son referenciales sobre las empresas que solicitan asesoría o

consultoría. Tomado de imágenes libres de web.

Fuente: Outsourcing Group (2021).

1.10 Seguimiento de Clientes

Generalmente las empresas se concentran en hacer una venta o conseguir el cliente, pero eso no basta sobre todo cuando existen tiempos de crisis, es decir la venta siempre es bien vista, pero es mucho más importante lograr fidelizar al cliente, para lograrlo es necesario hacer un seguimiento de éste, logrando efectos positivos, existen varias estrategias que pueden utilizarse para cumplir este objetivo, para los servicios de asesoría y consultoría se aplicará una sencilla herramienta, la cual consiste en hacerle saber al cliente lo que Outsourcing Group hace o puede hacer por ellos, enviando mensajes, correos electrónicos con información general sobre los distintos servicios que oferta y del impacto que pueden tener si se los aplica en la organización denominada cliente, también se establecerá incluso como política, el agradecimiento por utilizar los servicios de asesoría o consultoría, recordándoles cada cierto período tenerlos presentes y que sientan que son importantes para el negocio, finalmente se puede compartir cierta información, según sea el caso con los clientes, de tal manera que adviertan que Outsourcing Group está siempre al tanto de las innovaciones en el mercado empresarial.

En tal virtud se ha planteado un sencillo esquema, que permite la obtención de información importante, para la creación de una base de datos de los clientes reales y potenciales a quien se realizará un seguimiento.

Tabla 24

Base de datos de clientes

Cód.	Cliente	Teléfono	Correo	Tipo de Empresa	Actividad a desarrollar	Fecha compra	Última visita

Nota: La tabla contiene la información necesaria que servirá de base de datos de los clientes de la empresa.

1.11 Especificar mercados alternativos

El presente proyecto tiene como su mercado objetivo el segmento denominado PYMES, sin embargo, no se descarta incursionar en el segmento Mi pyme, considerando que la cantidad de empresas en este nicho es mayor, aunque los montos de inversión, producción y ventas es muy diferente si se lo compara con las Pequeñas y Medianas empresas, y aún mayor es la diferencia con las denominadas Grande empresas.

Por lo tanto, el mercado alternativo para Outsourcing Group, estaría conformado por el 90.78% del total de empresas en la ciudad de Quito, según datos vertidos en el Periódico El Universo, mientras que el 7.22% son pequeñas empresas y el 1.55% son medianas, siendo los sectores comerciales y de servicios, por lo tanto, es un nicho al cual no hay que perder de vista (El Universo, 2019).

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 Objetivo del estudio de producción

Elaborar el proceso de la prestación de los servicios, aplicando técnicas actuales, enfocadas en las necesidades de la PYMES, a su vez definiendo la capacidad de cobertura del mercado, organizando las actividades por intermedio de diagramas de flujo de los procesos optimizando tiempos, recursos y cumpliendo con estándares de calidad.

2.2 Descripción del proceso

2.2.1 Descripción del proceso de transformación del servicio

Todas las empresas y emprendimientos, sin importar su tamaño, deben utilizar herramientas contables y financieras que les permitan una mejor administración y control de sus actividades empresariales, además de facilitar el manejo de los recursos económicos y financieros por medio de la interpretación de datos, aplicando indicadores que ayudan en la toma de decisiones de la organización (Castro, N., López, Y., Díaz, K., 2020).

En el caso del proyecto presente, busca brindar apoyo a las Pymes, sobre todo porque en el Ecuador, tienen inconvenientes en las partes administrativa, mercadeo, financiera y contable, entre otras, para lo cual se prevé brindar un servicio integral, es decir apoyo con el diseño y elaboración de estrategias administrativas, comerciales, contables o financieras, por lo tanto, se ha establecido el siguiente mapa de procesos.

Figura 17

Mapa de procesos



Nota: En el mapa de procesos constan los procesos estratégicos, operativos y de apoyo para la prestación de servicios de asesoría y consultoría.

Fuente: Fundamentos de Marketing (Basta, Andrade, Ferreira, & Seixas, 2015)

La vida útil del proyecto está definida por la capacidad en la prestación del servicio y de la capacidad para la generación de ventas de la empresa, dentro de las actividades se contemplan el análisis, control y evaluación de la planificación elaborada (Pimentel, 2018).

En la Figura 17, se puede observar la gestión estratégica a donde se pretende llegar cumpliendo los procesos operativos como la gestión comercial, de operaciones, calidad y financiera, para que esto suceda, deben apoyarse en procesos como la gestión de marketing para conseguir clientes, la logística que facilita los insumos para la prestación del servicio, la gestión del talento humano, que garantiza el personal más idóneo para realizar el trabajo y finalmente la gestión contable, con la cual se sabe los ingresos y egresos que alcanza la empresa.

El proceso dará inicio una vez exista el contacto con el cliente o representante del

negocio o empresa interesada en los servicios de Outsourcing Group, por lo tanto, se detalla cada uno de los pasos del proceso general, hasta concluir con la salida del cliente, que comprende la facturación para la empresa.

Contacto con cliente, para la empresa es de suma importancia, tener el contacto con el cliente, debido a varias razones, en primer lugar, porque de esta manera se puede acceder a una mejor comprensión y visión de las necesidades del cliente, en donde el asesor juega un papel fundamental, en el sentido de brindar confianza y seguridad en la prestación del servicio. En segundo lugar, porque, al tener la presencia del cliente, se puede obtener valiosa información no solo sobre su empresa o negocio, sino que será más fácil advertir el tipo de solución o soluciones que se le puede brindar, además de poder ajustarse a la economía del cliente.

Exposición de necesidades, una vez que existe el contacto, se solicita o pregunta las necesidades o problemas que enfrenta, lo que es básico para definir o aclarar en mejor medida el tipo de problema, asesoría o consultoría que se puede ofertar.

Explicación de servicios, luego de escuchar y conocer de las necesidades del cliente, se realiza un bosquejo de lo que se puede plantear como posible solución a los problemas planteados, brindando toda la información posible, no solo sobre los servicios que se le puede facilitar, sino que además se le brinda un panorama más amplio de los beneficios que tendrá al contratar a Outsourcing Group, tanto en el aspecto técnico, como en las demás áreas que necesite el cliente como soluciones.

Exploración y confirmación de necesidades, basados en el conocimiento y experiencia de los asesores de Outsourcing Group, se le realiza al cliente varias interrogantes, las mismas que sirven para definir tanto problemas, como necesidades, así también los posibles límites en los que debe desarrollarse el proyecto.

Borrador de propuesta, una vez definidas las necesidades y luego de la explicación de los servicios, se elabora un borrador de la propuesta, con el fin de que el cliente advierta en primer lugar la experticia de Outsourcing Group, además de generar confianza, estableciendo límites o parámetros, para que el cliente pueda revisar la propuesta, en este sentido se brinda un espacio de tiempo prudencial, para que tome una decisión.

Exposición al cliente, luego de preparado el borrador de la propuesta, se realiza una exposición del alcance de la propuesta, en términos de tiempo y costo, mediante una

proforma de servicios, a fin de que sea el cliente quien valore y tome la decisión de compra del servicio escogido.

Proforma de servicios, todo cliente tiene un mercado interés, especialmente por los costos y pagos que debe realizar en una asesoría o consultoría, y en mucho de los casos, éste aspecto es fundamental en la toma de decisión para la contratación del servicio, de ahí que dicha proforma contendrá de manera clara y precisa lo que el cliente cancelará por la asesoría o consultoría.

Ajuste de propuesta, con la proforma el cliente tiene la potestad de tomar o no la decisión en la contratación del servicio.

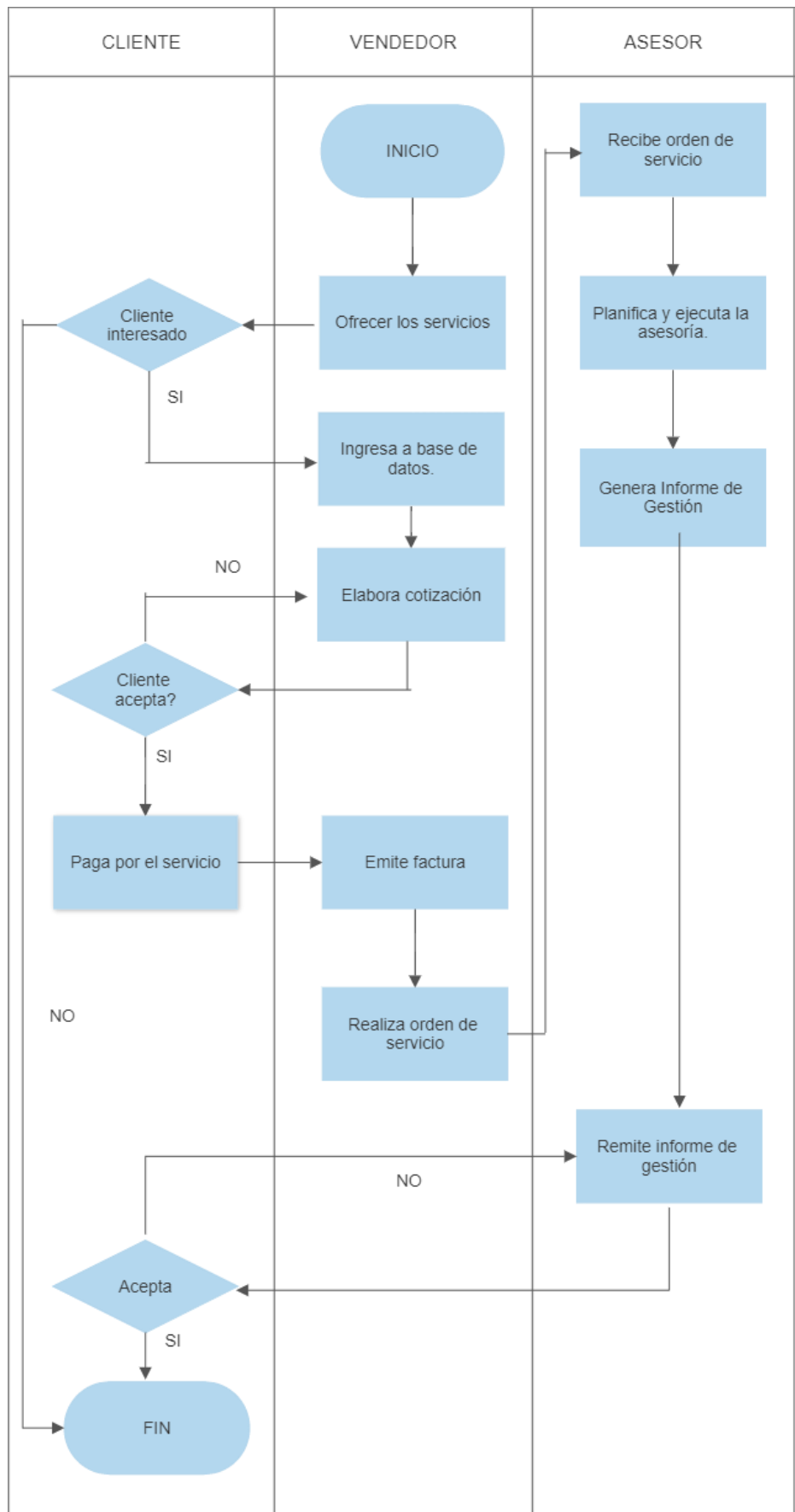
Planificación del servicio, luego de aceptada la proforma del servicio, se procede a planificar el mismo, en tiempos y actividades, las cuales serán de total conocimiento del cliente, generando una base de datos única y exclusiva del contratante, ésta planificación de igual manera debe ser aceptada por el cliente.

Facturación previa, en este paso, el cliente debe abonar una parte del precio del servicio contratado, o su totalidad, a manera de anticipo, todo dependerá de la magnitud de los requerimientos o necesidades del o de los clientes.

Ejecución del servicio, toda vez que el cliente ha cancelado la totalidad o una parte del servicio, se procede a la ejecución de las actividades planificadas, a fin de cumplir plazos y acciones propuestas en la planificación.

Facturación final, dependiendo de la dimensión del servicio solicitado, y de ser el caso, si el servicio es mensual, trimestral, semestral o anual, entonces se procede a la facturación final, la cual estará en concordancia con la planificación aceptada por el cliente de Outsourcing Group.

Figura 18 *Flujograma de procesos*



Nota: El flujograma contiene las actividades de que se realizan en todas las asesorías y consultorías.

Fuente: DIAGRAMAS DE FLUJOS (Gómez, 2017)

2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

2.2.2.1 Descripción de las instalaciones

Para la prestación de servicios, en especial de asesoría y consultoría, a diferencia de proyectos productivos, no es necesario tener una infraestructura extensa, sino más bien, una estructura física acorde al desarrollo de las propuestas que presentará a sus clientes, es decir, es necesario la estructura física, pero ésta debe cumplir con los espacios necesarios para que los colaboradores tengan las facilidades para su labor, sin embargo cabe mencionar que parte de los recursos productivos de cualquier empresa son los espacios físicos (Bonta, P.; Farber, M., 2005).

El presente proyecto, desarrollará sus actividades en un espacio de 100m², en los cuales estarán distribuidas el área administrativa, producción de proyectos, que comprende la asesoría y consultoría, atención a los clientes, sanitarios y cafetería, no está incluida la zona de parqueo porque es externa (ver Figura 19).

Figura 19

Distribución de espacios



Nota: La figura corresponde a la distribución de la oficina en que funcionará la empresa.

Fuente: Gestión de Investigación

Equipos necesarios para el proceso productivo

Para la prestación del servicio, es necesario contar con equipo de cómputo, denominado hardware y software, además de los implementos físicos como escritorios y demás mobiliario para la ejecución de las actividades y atención a los clientes, este detalle se observa en la Tabla 24.

Tabla 25

Descripción de equipos

Actividad	Equipo	Características
Administración	Computador portátil 	Marca: Lenovo Pantalla LCD 14” Procesador CPU: Intel Core i5-1035G1, Quad Core 1Ghz, RAM: 8Gb, SSD: 512 Gb.
Asesoría consultoría	y Computador 	Marca: HP i5 HD: 1000Gb + 8 Gb Ram All in One, Procesador i5
	Copiadora 	Marca RICOH, Línea PRO C305, formatos A4, A3, copiadora-impresora
	Teléfono 	Teléfono Operador Panasonic Kx-t7730 Central Telefónica
Break	Cafetera 	Marca: Hamilton Beach Brands Inc. Modelo 10715, Peso 5Kg Dimensiones: 33,02 x 20,83 x 31,24 cm

Actividad	Equipo	Características
Muebles y enseres Producción de proyecto	Estaciones de trabajo	Marca: El Roble Madera con dos frentes y cajonera, apertura para computador Medidas: 180 x 60 cm
		
	Silla ejecutiva	Base de metal, respaldo de malla transpirante, asiento de espuma tapizado en malla, con sistema de regulación neumática de altura.
		
	Archivador	Marca: Produmuebles Archivador 4 gavetas, con llave. Dimensiones: 150 x 50 x 60 cm
		
	Mesa de reuniones	Marca: Produmuebles Fabricada en madera, para 8 personas, con bases de metal.
		

Actividad	Equipo	Características
	Counter 	Fabricado en acero y madera MDF, pintura electrostática. Dimensiones: 180 x 110 x 120 cm
	Proyector 	Marca: EPSON Powerlite S41+ 3300 lúmenes SVGA Hdmi Usb. Control remote con 2 baterías. Cable de poder (1.8m), manual de usuario, guía de instalación

Nota: La descripción de los equipos y bienes, se basan en las necesidades de la empresa para la prestación de los servicios.

Fuente: Gestión de Investigación de Proveedores (Mercadolibre, 2021)

Personal necesario para la nueva empresa

De acuerdo a las necesidades de la empresa y considerando las características del mercado, Outsourcing Group, debe contar con la colaboración de 5 personas, quienes tienen la responsabilidad de llevar a la organización a un sitio de reconocimiento tanto social como empresarial.

Tabla 26*Personal Requerido*

Actividad	Tiempo	No. Empleados	Horas/Hombre
Administración-Dirección	8 horas	1	8 horas
Asesoría y consultoría Administrativa	8 horas	1	8 horas
Asesoría y consultoría de Talento Humano		1	8 horas
Asesoría y consultoría Contable, Auditoría, Tributaria y Legal	8 horas	1	8 horas
Secretaría	8 horas	1	8 horas

Nota: Para la prestación de los servicios, la empresa contará con tres personas que brinden asesoramiento y consultoría, el director o administrador colaborará en medida que sea necesaria su ayuda para complementar los servicios y en el control de calidad de los mismos y una secretaria.

Fuente: Jornada de trabajo y descanso (Código de Trabajo, 2012)

2.2.3. Tecnología aplicar

La tecnología es cada vez más influyente en las actividades empresariales, el avance y desarrollo de plataformas digitales que permiten promocionar y llegar a más clientes, en menor tiempo, hace que sea más fácil responder a las necesidades de los consumidores, a través de soluciones inmediatas, sin embargo en la asesoría y consultoría, se ha venido utilizando el servicio de transporte y entrega de documentos, vía mensajería con terceros desde hace mucho tiempo atrás (Ballarin, 2020), por lo tanto Outsourcing Group, también utilizará este tipo de entrega de documentación física, con el valor agregado de que se lo hará también de manera digital.

2.2.4 Factores que afectan el plan de operaciones

El tiempo, es en muchos de los casos crucial para la solución de problemas o necesidades, además es necesario también mantener un control tanto de los tiempos de ejecución, así como de las actividades o tareas asignadas para el funcionamiento de la empresa, esto permite cumplir con plazos en la entrega del servicio pactado con los clientes, esto a su vez genera una buena imagen de la organización en el mercado.

2.2.4.1 Ritmo de producción

El ritmo de prestación del servicio, dependerá del tipo y características de los requerimientos del cliente, cabe mencionar que cada servicio es diferente a otro, sin embargo, se han establecido tiempos promedio en los servicios más comunes como la declaración de impuestos, declaración de IVA, elaboración de nóminas, y en servicios integrales como asesoría o consultoría administrativa, contable, tributaria, legal, entre otros servicios que Outsourcing Group oferta en el mercado.

Tabla 27

Ritmo de producción de servicios comunes (declaración impuestos, IVA, nóminas)

Actividad	Cargo	N° de personas	Tiempo promedio	Ritmo de trabajo
Declaraciones de impuestos, IVA, elaboración de nóminas	Área de producción	2	60 min	Normal
Elaboración de nóminas	Área de producción	2	180 min	Normal
Asesoría/consultoría administrativa	Área de producción	1	60 min	Normal
Asesoría/consultoría contable	Área de producción	1	60 min	Normal
Asesoría/consultoría financiera	Área de producción	1	60 min	Normal
Asesoría/consultoría legal	Área de producción	1	60 min	Normal

Nota: Los tiempos están basados en el promedio de la prestación de un servicio por cliente.

Es necesario mencionar que los servicios, por su carácter de únicos y diferentes, resulta muy complejo establecer un tiempo de producción promedio, debido a que no es lo mismo elaborar una declaración de impuestos o IVA, que puede tardar una hora si es que el cliente tiene pocas cuentas y facturas, o puede tardar desde uno a varios días, si se debe conciliar las facturas del período a pagar. Por lo tanto, la medida de tiempo promedio se establece según el número de clientes que puede atender cada asesor, en este caso se cuenta con una persona para cada sección, teniendo como responsabilidad de brindar 10 servicios 1, 25 servicios 2 y 3 servicios 3 o integrales al mes.

2.2.4.2 Nivel de inventario promedio

Los inventarios en la prestación de servicios, están sujetos al tipo de servicio y las condiciones en las que se ejecutan, en la asesoría y consultoría, las materias primas están relacionadas con la impresión de documentos, que serán entregados a los clientes, aunque en la tendencia actual es el manejo y uso de archivos digitales, por lo cual, se estiman solamente los insumos necesarios que cada asesor manejará para el desarrollo de sus actividades. Por lo tanto, se utilizará el inventario de servicios, en donde se incluirán el costo de mano de obra, el personal y los costos directos según el tipo de servicio que solicite el contratante.

Tabla 28

Materia prima a utilizarse

Materias Primas	Unidad	Proveedor
Papel bond	Resma	
Sobres membretados	Docena	
Cuadernos	Docena	
Esferográficos	Caja	
Lápices	Caja	
Marcadores permanentes	Caja	
Marcadores tiza líquida	Caja	Dilipa
Tóner para impresora	Unidad	
Tóner copiador	Unidad	
Grapadoras	Docena	
Perforadoras	Docena	
Carpetas Benet	Docena	
Carpetas de cartón	Docena	

Nota: La tabla contiene información de un proveedor líder a nivel local.

Fuente: Gestión de Investigación de Proveedores

Como se mencionó con anterioridad, las materias primas y suministros, están relacionados con el tipo de servicio que solicite el cliente, las cantidades constan en el capítulo financiero, así como el costo de adquisición.

2.2.4.3 Número de trabajadores

La empresa Outsourcing Group, para su buen desempeño, contará con personal calificado en cada una de las áreas empresariales, de tal manera que se pueda ofrecer un servicio integral al cliente o en su defecto un servicio específico.

Tabla 29

Número de Trabajadores

Número de trabajadores			
Personal/funciones	Tiempo	Nº personas	Contrato
Área administrativa			
Administradora	8 horas	1	Fijo
Secretaria	8 horas	1	Fijo
Área de operación - servicio			
Asesor Administrativo	8 horas	1	Fijo
Asesor Talento Humano	8 horas	1	Fijo
Asesor Legal, Tributario y Contable	8 horas	1	Fijo

Nota: En la tabla se advierte el personal que ejecutará los servicios integrales de la empresa.

Fuente: Código de Trabajo (2012).

2.3 Capacidad de operación

2.3.1 Capacidad de operación futura

La capacidad de prestación del servicio en Outsourcing Group, dependerá del tipo de servicio que soliciten los clientes, es decir, pueden ser servicios específicos, como declaraciones de impuestos, elaboración de nóminas, o diseño de estrategias administrativas o legales, o si desean servicios integrales como el asesoramiento administrativo, legal, contable y financiero, además se consideran los tiempo de ejecución del servicio, pudiendo ir desde un día hasta prestaciones periódicas mensuales, trimestrales, semestrales o anuales, cabe mencionar que en servicios no se pueden almacenar los servicios, sin embargo se los puede adecuar a las necesidades del cliente, promoviendo la producción en la empresa de intangibles (Bernita & Rodríguez, 2018, p. 35).

La capacidad de atención al cliente está dada por el tipo de servicio, tal como se mencionó, todo dependerá si es un servicio específico, como declaraciones o pago de impuestos, a estos se los denominará como Servicios 1, a los servicios mensuales se les asigna el nombre de Servicios 2, y aquellos servicios integrales se los denomina Servicio 3, por lo tanto, se prevé captar clientes y generar servicios que permitan el normal desempeño de la empresa y su continuidad en el tiempo.

Al inicio la empresa estará en capacidad de operar la cantidad de servicios que se detallan a continuación:

Servicio	Diario	Mensual	Anual
Servicios 1	0.33	10	120
Servicios 2	1.25	25	300
Servicios 3		3	36

Y en base a esta información se puede proyectar la capacidad de operación futura.

Tabla 30*Capacidad de operación futura*

Servicio	2021	2022	2023	2024	2025
Servicios 1	120	129	139	150	161
Servicios 2	300	323	348	375	404
Servicios 3	36	39	42	45	48
Total	456	491	529	570	614

Nota: Las proyecciones están basadas en la clasificación de servicios de la empresa.

Fuente: Adaptado de Bernita & Rodríguez (2018)

Tal como se puede apreciar en la Tabla 29, se han enlistado los 3 tipos de servicios, denominados así para brindar mayor facilidad en el cálculo de la prestación de los mismos, así como de los ingresos que constan en el capítulo V, para aplicar la proyección se toma como base los servicios 1, que son las declaraciones de impuestos, pagos de IVA, entre otros, serán no frecuentes, es decir los clientes son diferentes y hasta ocasionales, por lo tanto los asesores de talento humano, contable y administrativo captarán al menos 2.5 de ellos por semana, mientras que los servicios 2, ya son mensuales, debiendo captar en promedio 6.25 clientes por semana. Finalmente, los servicios integrales, aquellos que se brindan durante todo el año, pero se factura cada mes, corresponden a 3 clientes en el año, a todo esto, se suma que para la proyección se utiliza el 7,7%, índice que corresponde a la creación de nuevas empresas (INEC, 2020).

2.4 Definición de recursos necesarios para la operación

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

El tipo de negocio propuesto por Outsourcing Group, tiene una ventaja sobre muchos otros tipos de negocios, especialmente en la parte de materias primas, debido a que cada vez es mayor el uso del internet y las conexiones digitales, favorecen la prestación de asesorías y consultorías, sin embargo, se mantienen varios servicios, que se los considera como materia prima, sobre todo porque una de las características de la empresa, será el

elaborar soluciones integrales o particulares, para cada cliente, por lo tanto, se necesitando ciertos artículos que facilitan estas acciones.

Tabla 11

Materia Prima y grado de sustitución

Materias Primas	Servicio sustituto	Grado de sustitución	Proveedor
Internet	N/A	Bajo	Netlife
Papel bond	Papel reciclado	Bajo	
Sobres membretados	Sobres simples	Bajo	
Cuadernos	Cuadernillos	Bajo	
Esferográficos	N/A	Bajo	
Lápices	N/A	Bajo	Dilipa
Marcadores permanentes	N/A	Bajo	Av. Galo Plazo Lasso
Marcadores tiza líquida	N/A	Bajo	N52-15 y Capitán
Tóner para impresora	Cartuchos de tinta	Bajo	Borja
Tóner para copiadora	N/A	Bajo	Fono: 02-2403946
Grapadoras	N/A	Bajo	online@dilipa.com.ec
Perforadoras	N/A	Bajo	
Carpetas Benet	N/A	Bajo	
Carpetas de cartón	Folder plástico	Bajo	

Nota: La información de la Tabla 31, se basa en proveedores locales en la ciudad de Quito.

Fuente: Gestión de Investigación

2.5 Calidad

2.5.1 Método de control de calidad

Según lo manifestado por Pizarro, S., Ormaza, M. y Ruiz, M., (2018), quienes citan a Robbins, en relación al control, el cual se lo define como el proceso que regula o puede regular las actividades que aseguran el cumplimiento de una planificación, pudiendo corregir cualquier desviación en su transcurso o ejecución, especialmente si se trata de control administrativo, entonces se dice, que garantiza de que las actividades reales se ajusten a las actividades ejecutadas, por lo tanto, en Outsourcing Group, se plantean como métodos de control de calidad en la prestación del servicio, dos herramientas, la primera basada en la medición del rendimiento, y la otra está basada en la satisfacción del cliente.

Tabla 32*Control de calidad del servicio prestado*

Servicio	Grado de satisfacción (factores)			
	A Aceptable	B Limitado	C Mínimo	D Inexistente
Contabilidad e inventarios	100	50	25	0
Registros (libros) contables	X			
Contabilidad (estados financieros)		X		
Entrega de suministros		X		
Acceso a Información			X	
Total	1	2	1	0

Nota: La tabla contiene la valoración de los factores para el control de calidad en la prestación de servicios de Outsourcing Group. Basado en información del Congreso de Investigación realizado en la UNAM de México.

Fuente: Congreso de Investigación **(Valdivia, 2017)**

En la Tabla 32, se advierten el servicio evaluado, mediante el grado de satisfacción, para lograrlo se establecen los factores A, B, C, D, los cuales tienen un puntuación de 0 que es el equivalente a inexistente, hasta llegar a 100, que significa que es lo más aceptable u óptimo, a continuación se establecen las tareas o funciones asignadas, a cada una se la valora en uno de los cuatro rangos, posteriormente, se suman la cantidad de valoraciones en cada factor, en el caso del servicio ejemplificado, son cuatro actividades, si el resultado es de 4A, la ejecución del servicio ha sido muy aceptable, si está entre 2A o 3A, entonces es aceptable, pero existen observaciones, si el resultado está entre 1A y 3B-C ó D, existen deficiencias y por último si el resultado no contiene ningún factor en A, el trabajo no se puede aceptar, aun teniendo 4B, porque representa al 50% de la valoración **(Valdivia, 2017)**.

En cuanto a la medición de la satisfacción del cliente, se utilizará un check list, el cual contiene una serie de consideraciones, que ayudarán a la empresa a evaluar los servicios y a mejorarlos de ser el caso.

Tabla 33*Medición de la satisfacción del cliente*

Criterio	MS	S	PS	NS	Observaciones
Se brinda atención inmediata					
Se brinda algún tipo de bebida o bocadillo al cliente					
El asesor se dirige con respeto hacia el cliente					
El asesor identifica las necesidades del cliente					
El asesor identifica el problema					
Se presenta una posible idea para solucionar el problema					
Explica las particularidades del servicio					
Se anticipa un posible precio por el servicio					
Se ofrecen opciones del servicio					
Se estima el tiempo de duración del servicio					
La solución presentada cumple con los deseos del cliente					
El precio está acorde con las expectativas del cliente					

Nota: La tabla considera el listado de actitudes y acciones que recibe el cliente durante la prestación del servicio en Outsourcing Group.

En la Tabla 32, se observan los criterios que el cliente evaluará sobre el servicio obtenido de Outsourcing Group, generando datos que serán de gran valía para el mejoramiento de los mismos, este check list, considera una valoración de MS= Muy Satisfactorio; S= Satisfactorio; PS= Poco Satisfactorio y NS= Nada Satisfactorio.

2.6 Normativa y Permisos que afectan la instalación del negocio

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

La seguridad e higiene ocupacional es un aspecto de mucha importancia en Outsourcing Group, está basada en la interrelación entre las políticas, planificación, ejecución, evaluación y demás acciones de mejora que utiliza la empresa, con el fin de tomar medidas antes de que suceda un percance o accidente, por lo tanto trata de identificar, evaluar y controlar cualquier riesgo, que pueda afectar a los clientes internos o externos de la organización, su accionar es permanente en la vigilancia de las condiciones de trabajo en la empresa.

Para el cumplimiento de la normativa que rige la salud e higiene ocupacional, la empresa aplicará lo que se establece en la Constitución de la República del Ecuador, Código del Trabajo, Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente del Trabajo, Normas que regulan el teletrabajo en el sector privado, Reglamento de los servicios médicos de las empresas, Normativa para la erradicación de la discriminación en el ámbito laboral, Empleadores que no tengan centro médico suscribirán convenio IESS.

Además, se llenarán los formatos:

- Los programas de prevención de riesgos, guía para la aplicación del Cuestionario de Evaluación de Riesgo Psicosocial y de ser necesario seguir el Programa de Prevención de Riesgos Psicosociales.
- Utilizará los formatos y guías de Inspección 1 a 9 trabajadores, Formato Plan Integral de Prevención de Riesgos Laborales

Tabla 34*Factores de Seguridad e Higiene de Outsourcing Group*

Factor	Descripción
Seguridad Social	La empresa mantendrá una relación permanente con la Seguridad Social, debiendo estar al día en sus obligaciones legales, garantizando a sus empleados la cobertura necesaria en caso de accidentes o problemas de salud física o mental.
Infraestructura	La empresa se preocupa por brindar espacios cómodos para el trabajo, considerando la iluminación, temperatura, humedad, o cualquier otro aspecto que pueda incidir o influenciar en la condición de salud del empleado o cliente.
Servicios Sanitarios	Serán suficientes e individuales, uno para uso del personal de la empresa y otro para los clientes externos, en óptimas condiciones de funcionamiento y aseo, cuentan con distribución e insumos necesarios garantizando la seguridad de quien los usa.
Cobertura de Riesgos Laborales	Se establecen actividades de promoción y prevención sobre riesgos en el trabajo, de manera individual y colectiva, considerando los aspectos físico, químico, ergonómico, psicológico, mecánico, saneamiento y seguridad.
Prestaciones de atención de salud	Se garantiza la salud de los trabajadores, así como las prestaciones económicas por incapacidad temporal o enfermedad profesional
Accesos	Se aplicarán las normativas vigentes, a fin de facilitar el acceso a las instalaciones de todas a las personas, sin importar si pose o no algún tipo de capacidad especial.
Condiciones de trabajo	Se toman en cuenta las características del trabajo a ejecutarse, por lo tanto, se facilitará el mobiliario necesario, que cumpla con las condiciones ergonómicas necesarias, que garanticen el bienestar de las personas en su jornada laboral
Monitoreo de estado de salud	La empresa vigila y monitorea la salud de sus empleados, cumpliendo con las disposiciones legales vigentes
Señalética	Para una buena orientación de los espacios, se utilizará señalética que cumpla con las disposiciones generales en cuanto a tamaño y ubicación de leyendas y letreros en toda la estructura física de la empresa

Nota: Los factores de seguridad están basados en lo dispuesto por el Ministerio de Trabajo del Ecuador.

Fuente: Seguridad y Salud en el Trabajo (**Ministerio del Trabajo, 2016**).

CAPÍTULO III

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO

La empresa que desea mantenerse en el mercado durante mucho tiempo, debe estar organizada, de tal manera que garantice su participación en el sector productivo que escoja desempeñar sus funciones, para tener éxito y competitividad, debe tener disponible un análisis estratégico, basado en la filosofía empresarial, la cual guía todas las actividades de la organización.

3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIONES DE OBJETIVOS

3.2.1 Visión de la Empresa

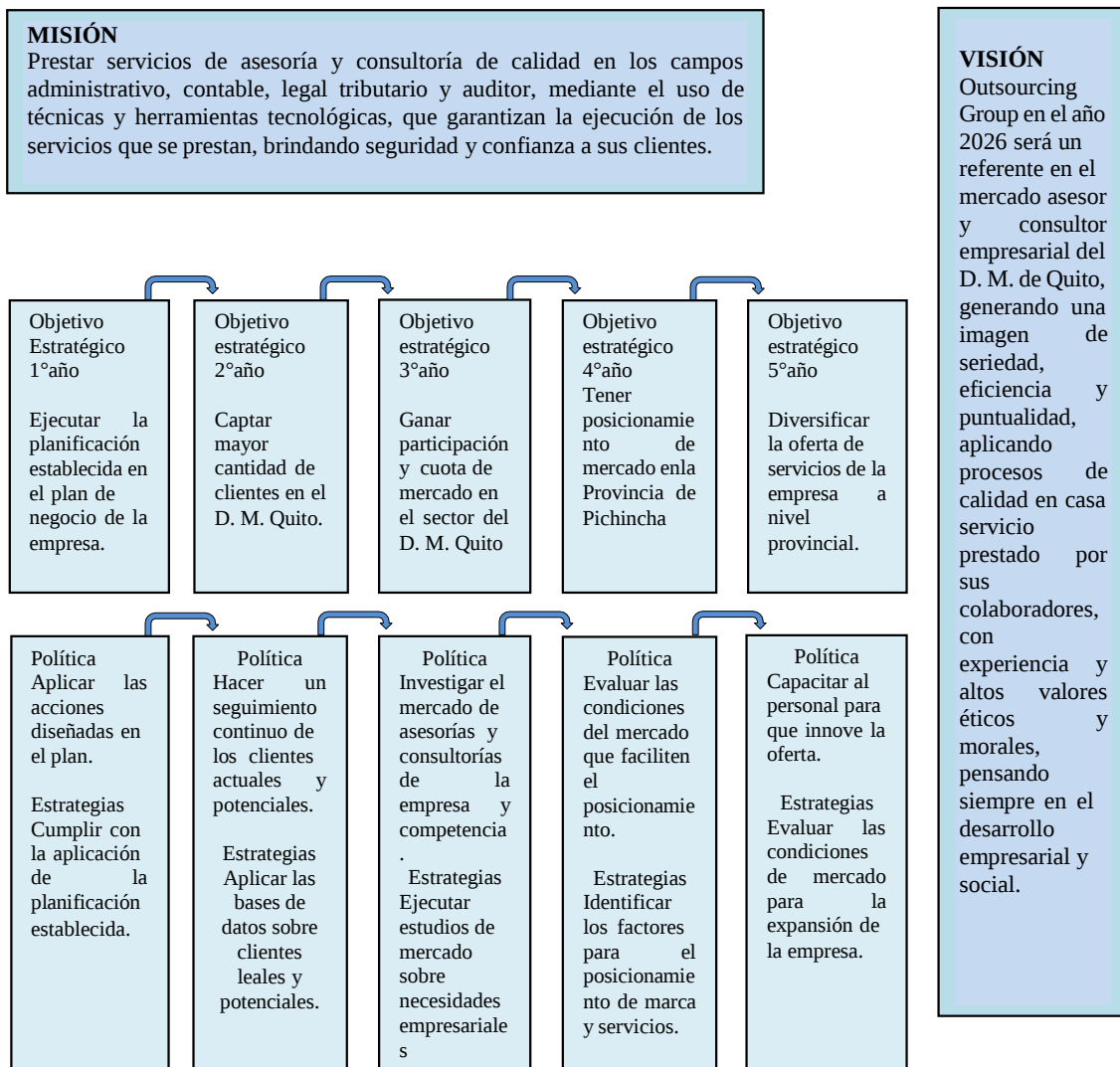
Outsourcing Group en el año 2026 será un referente en el mercado asesor y consultor empresarial del D. M. de Quito, generando una imagen de seriedad, eficiencia y puntualidad, aplicando procesos de calidad en casa servicio prestado por sus colaboradores, con experiencia y altos valores éticos y morales, pensando siempre en el desarrollo empresarial y social.

3.2.2 Misión de la Empresa

Prestar servicios de asesoría y consultoría de calidad en los campos administrativo, contable, legal tributario y de talento humano, mediante el uso de técnicas y herramientas tecnológicas, que garantizan la ejecución de los servicios que se prestan, brindando seguridad y confianza a sus clientes.

3.2.3 Objetivos y Estrategias

Figura 20 Objetivos estratégicos



Nota: Los objetivos estratégicos se encuentran proyectados a cinco años

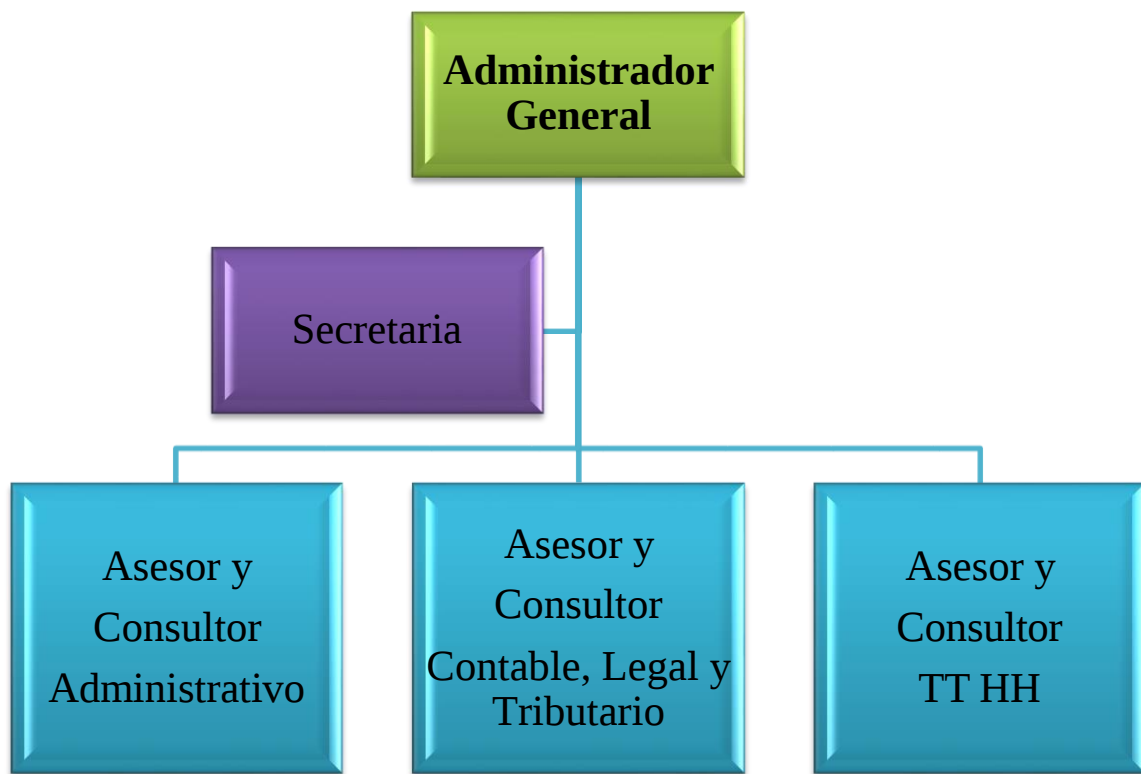
3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.3.1 Organización Interna

La empresa Outsourcing Group, contará con personal tanto administrativo, como con personal operativo, el primero colabora en el desempeño y aplicación de las estrategias, políticas y decisiones por parte de los directivos, mientras que el personal operativo tiene a su cargo la prestación de los servicios de la empresa, basados en la asesoría y consultoría a los distintos clientes.

Figura 21

Organigrama Estructural



Nota: La organización estructural de la empresa considera los servicios integrales que se prestan a los clientes PYMES.

3.3.2 Descripción de puestos

“Para que la empresa tenga éxito, se ha mencionado que debe contar con el mejor personal posible, que tenga conocimientos y experiencia en la prestación de servicios de asesoría, por lo tanto, se deben detallar sus funciones según su cargo.

Tabla 35*Descripción del puesto de Administrador General*

Información básica	
Puesto	Administrador General
Jefe inmediato superior	Junta de Accionistas
Supervisa a:	Todo el personal
Naturaleza del puesto	
El gerente, planifica, organiza y controla las actividades y estrategias de la empresa, vigila que la prestación de los servicios cumpla con las políticas de la empresa y se ajusten a las normativas legales, cumpliendo además con los objetivos del negocio con responsabilidad, transparencia y lealtad.	
Funciones	
• Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades y recursos de la empresa. • Administrar las actividades y asignación de recursos de la empresa • Hacer que se cumplan las políticas y objetivos empresariales. • Gestionar los recursos financieros y económicos de la empresa. • Vigilar que se cumplan los servicios contratados, en tiempo y presupuesto • Tomar decisiones en beneficio de la empresa y sus colaboradores. • Contratar personal necesario para asesoría y consultoría. • Generar, revisar y aprobar reportes e informes. • Gestionar la publicidad y promoción de la empresa. • Representar legalmente a la empresa.	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Ingeniero en Administración de Empresas o afines
Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia en cargos de gerencia, administración o dirección de empresas de servicios
Habilidades	• Asertividad • Comunicación • Liderazgo • Conocimiento en manejo de personal • Trabajo en equipo • Motivación • Empatía • Análisis
Formación	Administración de Empresas, Administración Comercial.

Nota: El perfil del puesto está basado en las necesidades de dirección de la empresa.

Fuente: Selección de puestos (Chiavenato, 2014)

Tabla 36*Descripción del puesto Asesor(a)/Consultor(a) Administrativa/o*

Información básica	
Puesto	Asesor/Consultor
Jefe inmediato superior	Director General
Supervisa a:	N/A
Naturaleza del puesto	
Realiza asesoramientos y consultorías sobre temas de gestión administrativa empresarial.	
Funciones	
• Gestiona soluciones y planes en temas administrativos como manejo de personal, organización de empresas, diseño de estrategias comerciales, negociaciones con proveedores. • Elabora proformas de servicios • Elabora cronogramas para la prestación de servicios • Realiza contactos y visitas a clientes reales y potenciales	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Ingeniero/a en Administración de Empresas o afines.
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en servicios de asesoría y consultoría
Habilidades	• Comunicación asertiva • Empatía • Orientación al cliente • Inteligencia emocional • Honradez • Facilidad de palabra • Manejo de herramientas y medios digitales • Disciplina
Formación	Conocimientos de Recursos Humanos, Idiomas, Computación y Contabilidad.

Nota: El perfil del puesto está basado en las necesidades de prestación de servicios de la empresa.

Fuente: Selección de puestos (Chiavenato, 2014)

Tabla 37*Descripción del puesto Asesor(a)/Consultor(a) Contable, Tributario y Legal*

Información básica	
Puesto	Asesor/Consultor
Jefe inmediato superior	Director General
Supervisa a:	N/A
Naturaleza del puesto	
Realiza asesoramientos y consultorías sobre temas de contabilidad, legal y tributación empresarial.	
Funciones	
• Gestiona soluciones y planes en temas contables y de tributación empresarial y fiscal, así como elaboración de nóminas, presupuestos, conciliaciones comerciales, negociaciones con proveedores, pagos de impuesto y tasas. • Gestiona soluciones y planes en temas legales como contrataciones, pagos e indemnizaciones, negociaciones con clientes internos y externos. • Gestiona soluciones y planes en temas de auditorías para empresas de producción, servicios y comerciales. • Elabora proformas de servicios • Elabora cronogramas para la prestación de servicios • Realiza contactos y visitas a clientes reales y potenciales	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Ingeniero/a en Contabilidad, CPA o afines.
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en servicios de asesoría y consultoría
Habilidades	• Comunicación asertiva • Empatía • Orientación al cliente • Inteligencia emocional • Honradez • Facilidad de palabra • Manejo de herramientas y medios digitales • Disciplina
Formación	Conocimientos de Tributación, NIFF, Idiomas y Manejo de Tics.

Nota: El perfil del puesto está basado en las necesidades de prestación de servicios de la empresa.

Fuente: Selección de puestos (Chiavenato, 2014)

Tabla 38*Descripción del puesto Asesor(a)/Consultor(a) Talento Humano*

Información básica	
Puesto	Asesor/Consultor
Jefe inmediato superior	Director General
Supervisa a:	N/A
Naturaleza del puesto	
Realiza asesoramientos y consultorías sobre temas de talento o recurso humano.	
Funciones	
• Gestiona soluciones y planes en temas de manejo de personal. • Elabora proformas de servicios • Elabora cronogramas para la prestación de servicios • Realiza contactos y visitas a clientes reales y potenciales	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Ingeniero/a en Administración, Talento Humano o afines.
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en servicios de asesoría y consultoría
Habilidades	• Comunicación asertiva • Empatía • Orientación al cliente • Inteligencia emocional • Honradez • Facilidad de palabra • Manejo de herramientas y medios digitales • Disciplina
Formación	Conocimientos de Talento Humano, Administración, Idiomas y Manejo de Tics.

Nota: El perfil del puesto está basado en las necesidades de prestación de servicios de la empresa.

Fuente: Selección de puestos (Chiavenato, 2014)

Tabla 39*Descripción del puesto: Secretaria*

Información básica	
Puesto	Secretaria/o
Jefe inmediato superior	Administrador general
Supervisa a:	N/A
Naturaleza del puesto	
Asiste y apoya a Gerencia en actividades administrativas, elabora facturas, organiza documentación y registros de clientes, lleva agenda de gerencia con clientes y proveedores, maneja la caja, verifica existencias de insumos para prestación de servicios, realiza los cobros por ventas de servicios, lleva registro de clientes.	
Funciones	
• Elaborar agenda para gerencia • Registrar cobros y pagos con clientes y proveedores. • Registrar y verifica existencias de insumos. • Emitir facturas, cambios, reembolsos • Llevar registro de clientes en bases de datos • Atender pedidos y quejas de clientes. • Colaborar con la organización de suministros para asesores • Supervisar aseo de infraestructura del negocio • Informar sobre novedades en registros de facturación • Gestionar cambios o devoluciones de mercaderías o insumos	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Tecnólogo en Contabilidad o experiencia demostrable.
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en manejo de caja y servicio al cliente
Habilidades	
• Comunicación asertiva • Empatía • Orientación al cliente • Inteligencia emocional • Honradez • Facilidad de palabra • Manejar medios digitales • Disciplina	
Formación	
Conocimientos de contabilidad y programas contables, Manejo de TICs	

Nota: El perfil del puesto está basado en las necesidades de prestación de servicios de la empresa.

Fuente: Selección de puestos (Chiavenato, 2014)

3.4 CONTROL DE GESTIÓN

3.4.1 Indicadores de gestión

El control que lleva la empresa Outsourcing Group, está basado en indicadores de gestión, los cuales permiten visualizar de manera cuantitativa, el desarrollo de las acciones y cumplimiento de las funciones, aunque se consideran también ciertas particularidades del servicio, aunque se trata de que sean lo más homogéneos posibles, por lo tanto, se mide las magnitudes de las acciones para tomar correctivos o mejoras en función de esos indicadores (Beltrán, 2018).

Tabla 40

Indicadores de Gestión

ÁREA	Indicador	Porcentaje (fórmula)	Descripción
Gerencia	Cumplimiento de objetivos	$\frac{\text{Objetivos cumplidos}}{\text{Objetivos propuestos}} \times 100$	Mide el cumplimiento de objetivos planificados
Ventas	Eficacia en ventas	$\frac{\# \text{ clientes que compran}}{\# \text{ clientes que ingresan}} \times 100$	Sirve para comparar la eficacia en ventas
	Satisfacción	$\frac{\text{Quejas presentadas}}{\text{Quejas solucionadas}} \times 100$	Mide el porcentaje de solución a quejas de clientes
Caja	Ingresos	$\frac{\text{Ingresos obtenidos}}{\text{Ingresos presupuestados}} \times 100$	Compara los ingresos por períodos similares
	Eficiencia	$\frac{\text{Clientes satisfechos}}{\text{Clientes atendidos}} \times 100$	Mide porcentaje de satisfacción de clientes
Servicios	Asesoría / Consultoría	$\frac{\text{Servicios brindados}}{\text{Servicios previstos}} \times 100$	Mide el porcentaje de servicios brindados
	Eficiencia	$\frac{\text{Tiempo utilizado}}{\text{Tiempo promedio}} \times 100$	Mide la eficiencia en servicios prestados

Nota: Los indicadores cumplen con las necesidades de la empresa, consideran los servicios que se prestan a las PYMES.

Fuente: Indicadores de Gestión (Beltrán, 2018)

3.5 NECESIDADES DE PERSONAL

Outsourcing Group, contará con personal eficiente y comprometido con los objetivos de la empresa y con sus clientes, brindando una imagen de empresa seria y confiable, por lo cual necesita un equipo de trabajo de asesores/consultores con experiencia en sus campos de acción, con destrezas y habilidades en el trato con los clientes y la prestación de intangibles.

Tabla 41

Necesidad de personal

Puesto	No. Personas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administradora General	1	1	1	1	1	1
Secretaria/o	1	1	1	1	1	1
Asesores	3	3	3	4	4	5
Total		5	5	6	6	7

Nota: La empresa contará con cinco personas, quienes que ejecutarán todas las actividades para la prestación de servicios de asesoría y consultoría, proyectando el ingreso de nuevo personal, según la proyección establecida.

Se advierte en la Tabla 43, que el personal requerido se incrementará en los próximos años, considerando el crecimiento del mercado y el posicionamiento que ganará la empresa en el medio local y nacional.

CAPÍTULO IV

LEGAL

4.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO

Elaborar el sustento legal bajo el cual la empresa desarrollará sus actividades, cumpliendo con las leyes y normas legales vigentes relacionadas con la prestación de servicios de asesoría y consultoría administrativa, contable, tributaria y laboral.

4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La empresa Outsourcing Group, se constituirá bajo los lineamientos que establece la Superintendencia de Compañías, como órgano regulador de las empresas en el Ecuador, además de los estatutos y reglamentos legales vigentes. Los trámites exigidos para este tipo de empresas constan en la Tabla 42.

Según lo menciona El Fondo Nacional de Pre inversión FONAPRE, esta entidad ha incentivado el estudio sobre el estado de las consultorías en el Ecuador, mediante el cual se propone la creación de la Ley de Consultoría, la cual además de regir las acciones de las empresas dedicadas a las consultorías y asesorías, serán un apoyo en la solución de deficiencias que pueda contener el instrumento jurídico en el cual se enmarcan las actividades **(FONAPRE, 2020)**.

Seguridad Social

La entidad encargada de este aspecto es el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS, este organismo se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, equidad, universalidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia, regula y vigila la aplicación del Seguro General Obligatorio, como parte de la Seguridad Social, tiene como responsabilidad, proteger a los trabajadores y familiares de éstos, que tengan relación de dependencia o no, especialmente en lo relacionado a los riesgos en el trabajo, enfermedad, discapacidad, maternidad, cesantía, invalidez, vejez y muerte de sus afiliados.

La empresa Outsourcing Group, para constituirse legamente bajo la modalidad S. A. S. debe cumplir con los siguientes requisitos:

Tabla 42

Requisitos para constituir una empresa en modalidad S. A. S.

N°	REQUISITO
1	El usuario debe estar registrado en el portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
2	El Usuario solicitante deberá contar con una reserva de denominación aprobada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros que se encuentre vigente.
3	Certificado electrónico del accionista (Firma Electrónica – Ver Anexo 1).
4	Reserva de la denominación (Ver Anexo 1).
5	Contrato privado o escritura.
6	Nombramiento(s).
7	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
8	Copia(s) de cédula o pasaporte.

Nota: Los requisitos se han tomado de la SUPERCIAS del Ecuador.

Fuente: Sociedad por Acciones Simplificadas. (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, 2020)

El proceso se lo puede hacer por vía electrónica, el usuario debe seleccionar una actividad económica principal y varias actividades adicionales, no se necesita un capital mínimo. Todos los documentos deben subirse como archivos digitales en color, ser ecuatoriano y aceptar los términos y condiciones del proceso.

Tabla 43*Documentos habilitantes S. A. S.*

Responsable	Descripción
PERSONA NATURAL REPRESENTANTE LEGAL	Nombramiento de representación legal o constancia de otro tipo de representación legal.
PERSONA NATURAL APODERADO	Poder
PERSONA JURÍDICA NACIONAL	Registro Único de Contribuyente

Nota: La información se refiere para personas nacidas en el Ecuador.

Fuente: Sociedad por Acciones Simplificadas. (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, 2020)

4.3 REGISTROS DE MARCAS

El nombre de la empresa Outsourcing, debe ser registrado como marca, por lo cual debe cumplir con requisitos del registro del dominio en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales - SENADI, también de realizar trámites en el Servicio de Rentas Internas, en el I. M. de Quito, entre otros organismos que regulan el desempeño legal de las empresas, mediante el otorgamiento de licencias, permisos, patentes, entre otros documentos legales.

Tabla 44*Trámites para Registro de la marca*

Trámite
1. Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca. Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña Opción REGISTRO
2. Del listado escoja la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS Y proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca
3. Después de haber ingresado los datos
4. Botón GUARDAR
5. Botón VISTA PREVIA
6. Botón GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208,00
7. Cancele en el Banco del Pacífico
8. Icono INICIO DE PROCESO

Nota: La información ha sido tomada del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales.

Fuente: (SENADI Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2018)

4.4 LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES

Tabla 45*Permisos de Funcionamiento - LUAE*

Permisos de Funcionamiento
1. Patente Municipal
2. Licencia Única de Actividades Económicas – LUAE
3. Permiso de Funcionamiento de Ministerio del Interior o P.A.F (Permisos Anuales de Funcionamiento)
4. Permiso de Funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)
5. Registro de Alimentos y Bebidas en el Ministerio de Turismo (según categorización)
6. Registro Turístico en Quito Turismo (según categorización)

Nota: ARCSA es parte del Ministerio de Salud Pública (MSP), (**Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA, 2021**). Tomado del Portal de Servicio Municipales (**D.M. Quito, 2020**).

Tabla 46*Patente Municipal*

Descripción
1. Inscripción del RUC o RISE en el Servicio de Rentas Internas (SRI)
2. Formulario de Inscripción de RAET o Patente Municipal para personas naturales o jurídicas
3. Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos firmado por el Contribuyente o Apoderado
4. Número de predio del domicilio tributario de la persona natural o jurídica
5. Copia de la cédula, de ambos lados
6. Copia de factura de un servicio básico del domicilio tributario
7. Copia de carnet de discapacidad (si es que aplica)
8. En caso de trámite lo realice una tercera persona, bastará una carta de autorización sencilla.

Nota: Los corresponden al procedimiento a realizarse en el Municipio de la ciudad de Quito.

Fuente: Portal de Servicio Municipales (**D.M.Quito, 2020**)

Una vez cumplidos todos los requisitos descritos, la empresa Outsourcing Group, puede iniciar legalmente sus operaciones normales.

Registro Único de Contribuyentes RUC

En el ámbito de impuestos y rentas, el organismo encargado es el Servicio de Rentas Internas SRI, la cual es una entidad autónoma y técnica, con personería jurídica de derecho público, que vigila la administración y recaudación de impuestos y tasas. Por lo tanto, toda persona natural o jurídica que desee llevar actividades económicas, mediante negocios, debe obtener el Registro Único de Contribuyentes RUC (**SRI, 2021**), respetando, según sea el caso, es decir si es persona natural o jurídica y cumplir con los requisitos mencionados en la Tabla 47.

Tabla 47

Requisito para la obtención del RUC

Requisitos Persona Natural
Original y copia a color de la cédula de identidad del contribuyente
Original y copia a color de la papeleta de votación del contribuyente
Original y copia de la planilla de pago servicios básicos (agua, luz o teléfono de los últimos tres meses)
Original y copia de pago de la patente municipal
Requisitos Persona Jurídica
Llenar los formularios RUC01-A y RUC01-B
Original y copia de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil
Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil
Original y copia a color de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal
Original y copia de la planilla de pago servicios básicos (agua, luz o teléfono de los últimos tres meses)
Original y copia de pago de la patente municipal.
<i>Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI, 2021)</i>

La empresa puede afiliarse a la Cámara Ecuatoriana de Consultoría, denominada anteriormente como Asociación de Compañías Consultoras del Ecuador ACCE, se lo realiza llenando un formulario disponible en su página web (Ver Anexo 1) y renovarla cada año (Cámara Ecuatoriana de Consultoría, 2021).

Para la generación de la clave patronal, se debe ingresar en la página del IESS y seguir trámite ahí descrito.

Tabla 48

Requisitos para clave patronal

Requisitos
Cédula de ciudadanía o identidad. Formulario de solicitud de clave patronal. Acuerdo de Responsabilidad y Uso de la Información. Nombramiento de representante legal, para el caso de personas jurídicas. En el caso de artesanos la calificación vigente. Registro único de contribuyentes (RUC), para personas naturales y jurídicas
Proceso electrónico de solicitud de clave patronal
Ingrese a https://iess.gob.ec Ingresar a sección Empleadores. Seleccionar la opción Registro Nuevo Empleador. Escoger el sector al que pertenece (público, privado o doméstico). Ingresar la información obligatoria identificada con (*), solicitada en el formulario *Registro de Empleador del Sector Privado”. Digitar el número de RUC; o, en el caso de empleador doméstico el número de cédula de identidad. Seleccionar la opción “Imprimir solicitud de clave”. Imprimir los formularios “Solicitud de clave”; y, “Acuerdo de Responsabilidad y Uso de la Información”, firmarlos y escanearlos. El empleador debe llenar los campos Nombres y Apellidos completos, Número de Cédula, dirección de correo electrónico, número de teléfono convencional, número de teléfono celular y domicilio, con letra clara; y, las notificaciones serán derivadas a la dirección electrónica constante en el documento mencionado. Remitir al correo clave.personal@iess.gob.ec los documentos habilitantes escaneados; “Solicitud de clave”. “Acuerdo de Responsabilidad y Uso de la Información”, cédula de identidad (2 lados), nombramiento de representante legal para el caso de empresas; y, en el caso de artesanos la calificación vigente. Recibir la respuesta con la clave asignada al correo registrado al inicio de este proceso.

Nota: La tabla contiene los requisitos y el proceso para la obtención de la clave patronal.

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1. Objetivos del Área Financiera

Planificar el plan económico y financiero de la empresa, definiendo la inversión, así como los estados financieros e indicadores, que sustenten el desempeño económico y su sustentabilidad en el mercado a futuro

5.2. Plan de Inversiones

Para el autor (Orozco, 2016), define que el plan de inversiones “Es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realiza en un período de tiempo determinado y generalmente termina con un servicio”. En el caso de este proyecto, finalmente se ofrece un servicio.

Para realizar este plan de inversiones es necesario determinar el tamaño de la empresa y las áreas a ser instaladas con la finalidad de realizar un análisis a detalle de cada rubro que forma parte y es considerado en cada etapa de la organización desde su inicio y el desarrollo de la misma, este plan de inversión es fundamental en el proceso de planificación financiera, la cual es la base para proyectarse hacia los objetivos y metas para la puesta en marcha de la misma.

Tabla 49

Plan de Inversiones

Cant.	Descripción	Valor unitario USD	Total USD	TOTALES USD
	ACTIVOS FIJOS			10.562,00
	Muebles y enseres		3.090,00	
4	Escritorio de oficina	200,00	800,00	
1	Escritorio de recepción	300,00	300,00	
10	Sillas ergonómicas	100,00	1.000,00	
4	Archivador	120,00	480,00	
1	Mesa para reuniones	150,00	150,00	
3	Anaqueles de archivo	120,00	360,00	
	Herramientas		4.800,00	
1	Programa contable	1.200,00	1.200,00	
2	Copiadora Ricoh	1.800,00	3.600,00	
	Equipos de Oficina		82,00	
1	Teléfono inalámbrico	60,00	60,00	
1	Dispensador de agua	22,00	22,00	
	Equipos de computación		2.590,00	
4	Computadoras de escritorio	450,00	1.800,00	
1	Computadora portátil	380,00	380,00	
1	Proyector Epson Powerlite	310,00	310,00	
2	UPS regulador voltaje	50,00	100,00	
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN			3.224,50
	Instalaciones y remodelaciones		3.124,50	
	Adecuaciones		2.772,00	
30	Divisiones de gypsun	10,00	300,00	
2	Puertas de aluminio	150,00	300,00	
1	Baño y lavabo de manos	100,00	100,00	
4	Pintura decoración	18,00	72,00	
1	Mano de obra de adecuaciones	2.000,00	2.000,00	
	Material eléctrico		352,50	
10	Focos Led	3,25	32,50	
1	Cableado energía eléctrica	200,00	200,00	
8	Toma corrientes	10,00	80,00	
8	Interruptores	5,00	40,00	
	Constitución jurídica S.A.S.	40,00	40,00	
	Permisos Legales		60,00	
1	Permiso de Cuerpo de Bomberos	20,00	20,00	
1	Patente Municipal	40,00	40,00	

Fuente: Gestión de investigación (2021)

Dentro de los activos como son se consideran: muebles y enseres, equipos de computación, y herramientas, para lo cual se ha considerado una inversión de USD \$ 10.562,00;

En los gastos de constitución se incluye los aspectos de legalización de la empresa como es la Constitución jurídica; patentes y permisos de Ley. Además, se consideran los gastos para la instalación y adecuación de las instalaciones de las oficinas y local para la atención al cliente, con una inversión de USD \$4.684,50.

Tabla 50

Capital de Trabajo

Descripción	Valor unitario USD	Total USD	Proyección 3 meses
CAPITAL DE TRABAJO			15.013,86
COSTO DE PRODUCCIÓN		8.983,89	
Mano de Obra Directa	2.493,63	7.480,89	
Materiales indirectos	53,00	159,00	
Servicios básicos de producción	48,00	144,00	
Arriendos	400,00	1.200,00	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		4.622,97	
Sueldos Administrativos	1.230,15	3.690,45	
Servicios básicos	84,00	252,00	
Suministros de oficina	199,69	599,07	
Útiles de limpieza	27,15	81,45	
GASTOS DE VENTAS		1.407,00	
Publicidad y promoción	469,00	1.407,00	
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			28.800,36

Nota: El capital de trabajo está considerado para tres meses de funcionamiento

El capital de trabajo está determinado con un valor de USD \$ 15.013,86 los mismos que están provisionados para los costos de producción, gastos administrativos y gastos de ventas para los primeros tres meses de operación de la empresa. La inversión inicial total del proyecto de inversión se establece en USD \$ 28.800,36.

5.3. Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1. Mano de Obra

El nuevo proyecto, tiene un rol de pagos para cada colaborador, quienes recibirán todos los beneficios de ley.

En la siguiente tabla se detalla el cálculo realizado de la mano de obra, en donde están los sueldos del personal administrativo y de producción.

Tabla 51

Detalle de mano de obra

Ord.	Apellidos y Nombres	Cargo	SBU	Ingresos otros	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar
1	Diana Salas	Administradora	\$ 900,00	\$ -	\$ 900,00	\$ -	\$ 85,05	\$ 85,05	\$ 814,95
2	Mariana Benavides	Secretaria	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	\$ -	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20
3	Sergio Estrada	Asesor administrativo	\$ 600,00	\$ -	\$ 600,00	\$ -	\$ 56,70	\$ 56,70	\$ 543,30
4	Jessica Rubio	Asesor Talento Humano	\$ 600,00	\$ -	\$ 600,00	\$ -	\$ 56,70	\$ 56,70	\$ 543,30
5	Priscila Simón	Asesor legal, contable y tributario	\$ 600,00	\$ -	\$ 600,00	\$ -	\$ 56,70	\$ 56,70	\$ 543,30
Total			\$ 3.100,00	\$ -	\$ 3.100,00	\$ -	\$ 292,95	\$ 292,95	\$ 2.807,05

Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,5%	IECE 0,5%	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
Administradora	\$ 100,35	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 75,00	\$ 33,33	\$ 74,97	\$ 37,50	\$ 330,15	\$ 1.230,15
Secretaria	\$ 44,60	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 165,25	\$ 565,25
Asesor Administrativo	\$ 66,90	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 49,98	\$ 25,00	\$ 231,21	\$ 831,21
Asesor Talento Humano	\$ 66,90	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 49,98	\$ 25,00	\$ 231,21	\$ 831,21
Asesor Legal, Contable y Tributario	\$ 66,90	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 49,98	\$ 25,00	\$ 231,21	\$ 831,21
Total	\$ 345,65	\$ 15,50	\$ 15,50	\$ 258,33	\$ 166,65	\$ 258,23	\$ 129,17	\$ 1.189,03	\$ 4.289,03
Costo Mensual de la mano de Obra									\$ 4.289,03

Nota: Los cálculos se basan en las remuneraciones de cada colaborador de la empresa más los beneficios de ley en cada caso.

5.3.2. Depreciación

La depreciación del valor de los activos es la determinación del coste de la inversión que disminuyen su valor inicial ya sean estos por el desgaste, uso, o vejez, para lo cual se establece una cuantía porcentual periódica anual con la finalidad de reservar y reponer estos bienes.

Tabla 52.

Detalle del bien

Detalle del bien	Vida útil años	Valor en USD	% de Depreciación	Depreciación anual en USD
Muebles y enseres	10	3.090,00	10%	309,00
Equipos de Oficina	10	82,00	10%	8,20
Equipos de computación	3	2.590,00	33,33%	863,33
Herramientas	5	4.800,00	20%	960,00
Total		10.562,00		2.140,53

Nota: Se considera la depreciación según normativa legal en el país.

5.3.3. Proyección de la depreciación

Tabla 53.

Proyección de la depreciación

Detalle del bien	Años				
	1	2	3	4	5
Muebles y enseres	309,00	309,00	309,00	309,00	309,00
Equipos de Oficina	8,20	8,20	8,20	8,20	8,20
Equipos de computación	863,33	863,33	863,33		
Herramientas	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Total	2.140,53	2.140,53	2.140,53	1.277,20	1.277,20

Nota: La estimación de la depreciación se realizará de acuerdo con las normas contables establecidas para el efecto

5.3.4. Detalle de Costos

Para los costos que tendrá la empresa que se dividen en costos de Mano de Obra directa como indirecta, también se detalla el valor del costo asignado de la materia prima requerida para la preparación de los alimentos, con sus respectivos valores, mensuales y anuales, como se detallan en la siguiente tabla;

Tabla 54*Detalle de costos*

Descripción	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
Materiales indirectos					
Resmas de hojas A4	Pack 500h	10	2,80	28,00	336,00
Guantes	Cajas	1	15,00	15,00	180,00
Mascarillas	Cajas	1	10,00	10,00	120,00
Totales				53,00	636,00
Mano de Obra Directa					
Asesor Talento Humano	Unidad	1	831,21	831,21	9.974,52
Asesor Administrativo	Unidad	1	831,21	831,21	9.974,52
Asesor Legal, Contable y Tributario	Unidad	1	831,21	831,21	9.974,52
Totales				2.493,63	29.923,56
Arriendos					
Alquiler local	Unidad	1	400,00	400,00	4.800,00
TOTAL			400,00	400,00	4.800,00
Servicios básicos de producción					
Agua	mt3	200	0,04	8,00	96,00
Energía eléctrica	Kw / hr	1.000	0,04	40,00	480,00
TOTAL			0,080	48,00	576,00
Depreciaciones de producción					
Equipos de computación	Unidad	1	1.942,50	53,95	647,44
Herramientas	Unidad	1	4.800,00	80,00	960,00
Totales				133,95	1.607,44
Mantenimiento de equipos e instalaciones					
Equipos de computación	Unidad	1	2.590,00	6,48	77,70
Herramientas	Unidad	1	4.800,00	12,00	144,00
Totales				18,48	221,70
Seguros de equipos e instalaciones					
Equipos de computación	Unidad	1	2.590,00	6,48	77,70
Herramientas	Unidad	1	4.800,00	12,00	144,00
Totales				18,48	221,70
TOTAL COSTOS DE SERVICIO				3.165,53	37.986,40

Nota: Los costos están en función de mano de obra, insumos, servicios básicos e de internet

5.1.1. Proyección de Costos

Se realizó la proyección de los costos que tendrá que afrontar la empresa en los próximos 5 años. Esta proyección, se la realiza en base al porcentaje de 0,04% que es el promedio de la inflación de los últimos 5 años, es decir del periodo 2016- 2020, de acuerdo con los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en su boletín técnico de diciembre 2020. (INEC, 2020).

Tabla 55

Proyección de costos

Descripción	Costo mensual	Costos		Total año 1	Costos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materiales indirectos	53,00		636,00	636,00		636,24	636,24
Mano de Obra Directa	2.493,63		29.923,56	29.923,56		29.934,93	29.934,93
Servicios básicos de producción	48,00		576,00	576,00		576,22	576,22
Arriendos	400,00	4.800,00		4.800,00	4.800,00		4.800,00
Depreciaciones de producción	133,95	1.607,44		1.607,44	1.607,44		1.607,44
Seguros de equipos e instalaciones	18,48	221,70		221,70	221,78		221,78
Mantenimiento de equipos e instalaciones	18,48	221,70		221,70	221,78		221,78
Totales	3.165,53	6.850,84	31.135,56	37.986,40	6.851,00	31.147,39	37.998,40

Descripción	Costos		Total, año 3	Costos		Total, año 4	Costos		Total año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materiales indirectos		636,48	636,48		636,73	636,73		636,97	636,97
Mano de Obra Directa		29.946,31	29.946,31		29.957,69	29.957,69		29.969,07	29.969,07
Arriendos		576,44	576,44		576,66	576,66		576,88	576,88
Depreciaciones de producción	4.800,00		4.800,00	4.800,00		4.800,00	4.800,00		4.800,00
Seguros de equipos e instalaciones	1.607,44		1.607,44	1.607,44		1.607,44	1.607,44		1.607,44
Mantenimiento de equipos e instalaciones	221,87		221,87	221,95		221,95	222,04		222,04
Totales	6.407,44	31.159,23	37.566,67	6.629,39	31.171,08	37.800,47	6.629,48	30.642,95	37.812,40

Nota: La tabla contiene la proyección de los costos a cinco años.

5.1.2. Detalle de Gastos

Tabla 56

Detalle de gastos administrativos

Detalle	Unidad de medida	Cant. mensual requerida	Valor unitario USD	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual USD	Valor anual USD
Sueldos de personal						
Administrador	Unidad	1	1.230,15	100%	1.230,15	14.761,80
TOTAL			1.230,15	100%	1.230,15	14.761,80
Servicios básicos						
Agua	mt2	25	0,04	1,19%	1,00	12,00
Energía eléctrica	Kw / hr	50	0,10	5,95%	5,00	60,00
Internet	megas	2.400	0,02	57,14%	48,00	576,00
Teléfono	Minutos	1	30,00	35,71%	30,00	360,00
TOTAL			30,16	100%	84,00	1.008,00
Útiles de Limpieza						
Trapeador	Unidad	1	12,00	14,73%	4,00	48,00
Desinfectantes	Unidad	3	4,40	16,21%	4,40	52,80
Escoba	Unidad	1	3,60	4,42%	1,20	14,40
Pala	Unidad	1	3,00	3,68%	1,00	12,00
Jabón Líquido	Unidad	3	4,20	15,47%	4,20	50,40
Papel Higiénico	Unidad	6	3,80	27,99%	7,60	91,20
Tachos para basura	Unidad	6	9,50	17%	4,75	57,00
TOTAL			40,50	100%	27,15	325,80
Suministros de oficina						
Factureros	Unidad	3	12,00	6,01%	12,00	48,00
Esferos	Unidad	4	0,35	0,70%	1,40	16,80
Lápices	Unidad	4	0,40	0,80%	1,60	6,40
Clips	Caja	3	1,50	2,25%	4,50	18,00
Carpetas Benet	Unidad	4	2,00	4,01%	8,00	32,00
Sobres membretados	Pack 50	2	2,50	2,50%	5,00	20,00
Cuadernos	Unidad	4	0,50	1,00%	2,00	8,00
Marcadores permanentes	Unidad	4	0,80	1,60%	3,20	12,80
Marcadores tiza líquida	Unidad	4	0,75	1,50%	3,00	12,00
Tóner para impresora	Unidad	4	20,00	40,06%	80,00	80,00
Tóner para copiadora	Unidad	2	30,00	30,05%	60,00	120,00
Grapadoras	Caja	2	2,00	2,00%	4,00	16,00
Perforadoras	Unidad	4	2,00	4,01%	8,00	16,00
Folder Colgante	Pack 25	1	6,99	3,50%	6,99	\$27,96
TOTAL			81,79	100%	199,69	433,96
Depreciación bienes Adm						
Muebles y enseres	Unidad	1	3.090,00	80,90%	25,75	309,00
Equipos de Oficina	Unidad	1	82,00	2,15%	0,68	8,20
Equipos de computación	Unidad	1	647,50	16,95%	17,99	215,83
TOTAL			3.819,50	100%	44,42	533,03

Nota: La tabla considera los ítems necesarios para la prestación de servicios de asesoría y consultoría.

Los valores detallados en la Tabla 56 corresponden a los gastos del área administrativa, depreciaciones de los activos.

Tabla 57*Detalle gastos en ventas*

Detalle	Unidad de medida	Cant. mensual requerida	Valor unitario USD	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual USD	Valor anual USD
Publicidad y promoción						
Redes Sociales	Paquete	1	25,00	5,45%	25,00	300,00
Página Web	Unidad	1	254,00	58,49%	254,00	254,00
Flyers Publicitarios	Unidad	2	50,00	11,51%	50,00	50,00
Banners Publicitarios	Unidad	2	30,00	6,91%	40,00	480,00
Video Publicitario	Unidad	2	100,00	23,03%	100,00	100,00
Total			434,25	100%	469,00	1.184,00
Total Gastos en Ventas					469,00	1.184,00

Nota: El detalle de gastos en ventas es sencillo, debido a que se oferta un servicio permanente.

De acuerdo al plan de medios se determina dentro del presupuesto los gastos que corresponden a la promoción y publicidad que impulsará la empresa a través de los medios digitales y tecnológicos para ingresar al mercado.

5.1.3. Proyección de los Gastos

En la siguiente tabla se puede observar cómo se realizó la proyección de los gastos que tendrá la empresa en los próximos 5 años. Esta proyección, se la realiza en base al porcentaje de 0,04% que es el promedio de la inflación de los últimos 5 años, es decir del periodo 2016- 2020, de acuerdo con los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en su boletín técnico de diciembre 2020. (INEC, 2020).

Tabla 58

Proyección de gastos

Descripción	Costo mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Gastos Administrativos	1.540,99	18.491,88		18.491,88	18.498,91		18.498,91
Depreciación bienes Adm	44,42	533,03		533,03	533,03		533,03
Gastos de Venta	469,00		5.628,00	5.628,00		5.630,14	5.630,14
Total	2.054,41	19.024,91	5.628,00	24.652,91	18.498,91	5.630,14	24.662,08

Descripción	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Gastos Administrativos	18.505,94		18.505,94	18.512,97		18.512,97	18.513,04		18.513,04
Depreciación bienes Adm	533,03		533,03	533,03		533,03	533,03		533,03
Gastos de Venta		5.632,28	5.632,28		5.634,42	5.634,42		5.636,56	5.636,56
Total	19.038,97	5.632,28	24.671,25	19.046,00	5.634,42	24.680,42	19.046,07	5.636,56	24.682,63

Nota: Las cifras para la proyección de gastos de la empresa, se basa en la prestación de servicios de asesoría y consultoría.

La empresa comienza en su primer año con un gasto real de \$ 24.652,91

5.2. Plan de Financiamiento

Para Fajardo Ortiz & Soto González (2017) un plan de financiamiento es:

Un documento que contiene los objetivos económicos de una persona (natural o jurídica), así como las estrategias para alcanzar dichas metas. Define cómo alcanzar un determinado monto de ahorro y/o de ganancias. Esto partiendo de un punto inicial y en un periodo determinado de inversión.

Una vez determinado el total de la inversión es necesario identificar cómo se logrará el financiamiento del dinero. Esto es fundamental para poder atender las inversiones y los gastos imprescindibles para desarrollar la actividad de la empresa. Puede provenir de: recursos propios o recursos ajenos/externos (p.92).

5.2.1. Forma de Financiamiento

Cuando un negocio es creado, necesita de un capital que proporciona el dueño o los socios de este emprendimiento. Este aporte puede ser con recursos propios o financiados por medio de un banco. En el caso del nuevo proyecto que contará con el 100% son recursos propios.

Tabla 59

Forma de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Efectivo	\$ 28.800,36	100%	
Recursos propios	\$ 28.800,36		100%

Nota: El total del financiamiento será aportado por la creadora de la empresa.

5.3.Cálculo de Ingresos.

Por la naturaleza de su giro de negocio cuenta con 3 tipos de servicios contables, los cuales varían en su precio de acuerdo a la cantidad de gestiones que se contratan en la asesoría, lo que para el cálculo de los ingresos se detallaran en las siguientes tablas cada uno de los servicios que se ofrecen, determinando el costo unitario.

Tabla 60

Costo de Servicios Contables 1

Descripción	Costos mensuales	Ventas mensuales	Costo unitario
Materiales indirectos	\$ 2,12	10	\$ 0,21
Mano de Obra Directa	\$ 99,75	10	\$ 9,97
Servicios básicos de producción	\$ 1,92	10	\$ 0,19
Arriendos	\$ 16,00	10	\$ 1,60
Depreciaciones de producción	\$ 5,36	10	\$ 0,54
Seguros de equipos e instalaciones	\$ 0,74	10	\$ 0,07
Mantenimiento de equipos e instalaciones	\$ 0,74	10	\$ 0,07
Costo unitario del servicio	\$ 126,62		\$ 12,59

Nota: El cálculo está en función del servicio 1, que puede ser mensual u ocasional.

Tabla 61

Costo de Servicios Contables 2

Descripción	Costos mensuales	Ventas mensuales	Costo unitario
Materiales indirectos	\$ 41,05	25	\$ 1,64
Mano de Obra Directa	\$ 1.931,32	25	\$ 77,25
Servicios básicos de producción	\$ 37,18	25	\$ 1,49
Arriendos	\$ 309,80	25	\$ 12,39
Depreciaciones de producción	\$ 103,75	25	\$ 4,15
Seguros de equipos e instalaciones	\$ 14,31	25	\$ 0,57
Mantenimiento de equipos e instalaciones	\$ 14,31	25	\$ 0,57
Costo unitario del servicio	\$ 2.451,71		\$ 97,50

Nota: El cálculo está en función del servicio 2, que puede ser mensual, trimestral o semestral.

Tabla 62

Costo de Servicios Contables 3

Descripción	Costos mensuales	Ventas mensuales	Costo unitario
Materiales indirectos	\$ 9,83	3	\$ 3,28
Mano de Obra Directa	\$ 462,57	3	\$ 154,19
Servicios básicos de producción	\$ 8,90	3	\$ 2,97
Arriendos	\$ 74,20	3	\$ 24,73
Depreciaciones de producción	\$ 24,85	3	\$ 8,28
Seguros de equipos e instalaciones	\$ 3,43	3	\$ 1,14
Mantenimiento de equipos e instalaciones	\$ 3,43	3	\$ 1,14
Costo unitario del servicio	\$ 587,21		\$ 194,59

Nota: El cálculo está en función del servicio integral, durante un año.

Una vez realizado el cálculo del costo unitario para la producción, se puede determinar el precio de venta necesario para que este proyecto tenga un margen de ganancia. El margen de utilidad se calcula para cada servicio, con esto la empresa está en capacidad de cubrir sus costos y gastos y adicionalmente tener una ganancia sobre la inversión.

Tabla 63

Estimación de los ingresos mensuales

SERVICIOS	Unidad de servicio	Costo Unitario	Margen de utilidad		Ingresos mensuales	Servicios prestados	Precio de venta unitario
			%	\$			
Servicios contables 1	1	\$ 12,59	217,76%	\$ 27,41	\$ 400,00	10	\$ 40,00
Servicios contables 2	1	\$ 97,50	156,42%	\$152,50	\$ 6.250,00	25	\$ 250,00
Servicios contables 3	1	\$ 194,59	156,95%	\$305,41	\$ 1.500,00	3	\$ 500,00
Total	1				\$ 8.150,00	38	

Nota: La estimación se basa en los precios referenciales levantados en la encuesta a los clientes.

5.3.1. Proyección de los ingresos

Para la proyección de los periodos futuros, y para calcular el crecimiento de las ventas se tomó en cuenta el índice de crecimiento de nuevas empresas, en este caso de 7,7%, de acuerdo a las estadísticas publicadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010). Por otro lado, para calcular el incremento anual del precio se tomó en cuenta el índice promedio de la inflación de los últimos 5 años que se determinó de 0,04% de acuerdo al boletín técnico de diciembre 2020. (INEC, 2020).

Tabla 64*Proyección de los ingresos*

SERVICIO	Cant.	Precio unitario	Total año 1	Cant.	Precio unitario	Total año 2	Cant.	Precio unitario	Total año 3	Cant.	Precio unitario	Total año 4	Cant.	Precio unitario	Total año 5
Servicios contables 1	120	40	4.800	129	40,02	5.172	139	40,03	5.572	150	40,05	6.003	161	40,06	6.468
Servicios contables 2	300	250	75.000	323	250,10	80.806	348	250,19	87.061	375	250,29	93.800	404	250,38	101.061
Servicios contables 3	36	500	18.000	39	500,19	19.393	42	500,38	20.895	45	500,57	22.512	48	500,76	24.255
TOTALES	456		97.800	491		105.371	529		113.527	570		122.315	614		131.784

Nota: Los cálculos corresponden a la proyección de la prestación de 3 tipos diferentes de servicios (1, 2 y 3).

Con estas consideraciones, en la Tabla 64 se estima que para el periodo 1 venderán 456 servicios contables, con un ingreso total de USD \$97.800,00; con la proyección estimada para el periodo 5 las ventas serán de 614 servicios contables, los mismos que generarán un ingreso total de USD \$131.784,00. El precio como se observa no tiene incremento, tomando en cuenta que la inflación tiene una incidencia leve en el precio del servicio.

5.4. Punto de Equilibrio

Para (Itaú, 2019) el punto de equilibrio tiene la siguiente definición:

El cálculo del punto de equilibrio es un elemento esencial en cualquier tipo de negocio porque permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costos variables y los costos fijos (gastos). Pues una empresa, en su punto de equilibrio, contará con un beneficio igual a cero, en donde no perderá dinero, pero tampoco lo ganará. El punto de equilibrio es una herramienta estratégica clave al momento de tener claro cuál es la solvencia de un negocio.

A continuación, se procede a calcular el punto de equilibrio del negocio, tanto en dólares vendidos como en unidades producidas.

Tabla 65

Datos para el punto de equilibrio

DESCRIPCIÓN	Fijo	Variable	Costo total
Costos	\$ 6.850,84	\$ 31.135,56	\$ 37.986,40
Gastos de Administración	\$ 19.024,91	-	\$ 18.491,88
Gastos de Ventas	-	\$ 5.628,00	\$ 5.628,00
SUMAN	\$ 25.875,75	\$ 36.763,56	\$ 62.106,28
Ingresos totales			\$ 97.800,00
Unidades de servicios			456
Precio unitario de venta			\$ 214,47
Costo Variable Unitario			\$ 80,62

Nota: Los datos están basados en los requerimientos para la prestación de los 3 tipos de servicios.

Para conocer el punto de equilibrio por cada servicio se utilizará el Método del margen de contribución ponderado, que permitirá conocer las unidades de producción que se deben elaborar, la misma que se detalla a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 66

Punto de equilibrio por cada servicio contable

SERVICIO	Cantidades Proyectadas	Precio Unitario	Costo Var. Unitario	Marg. Contr. Unitario C – D	% part. cada/servicio B/Total B	Marg. Contr. Ponderado E*F	PE (Unidades Servicio) PEQ General*F	PEM (Unidades Monetarias) H*C	Total contribución marginal E*H
Servicios contables 1	120	40,00	80,62	-40,62	26,32%	-10,69	51	2.034,91	-2.066,54
Servicios contables 2	300	250,00	80,62	169,38	65,79%	111,43	127	31.795,45	21.541,82
Servicios contables 3	36	500,00	80,62	419,38	7,89%	33,11	15	7.630,91	6.400,47
	456				100,00%	133,85	193	41.461,27	25.875,75
Total contribución marginal									25.875,75
Comprobación del Punto de Equilibrio =							(-) Costos Fijos		25.875,75
							(=) Utilidad		0,00

Nota: Los cálculos están basados en el Método del margen de contribución ponderado

Punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - (\text{Costo Variable unitario} / \text{Precio de venta Unitario})}$$

$$PE = \frac{25.875,75}{1 - (80,62/214,47)}$$

$$PE = \frac{25.875,75}{0,62}$$

PE = 41.461,27

Punto de equilibrio en unidades de servicio

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{(\text{Precio de venta Unitario} - \text{Costo Variable unitario})}$$

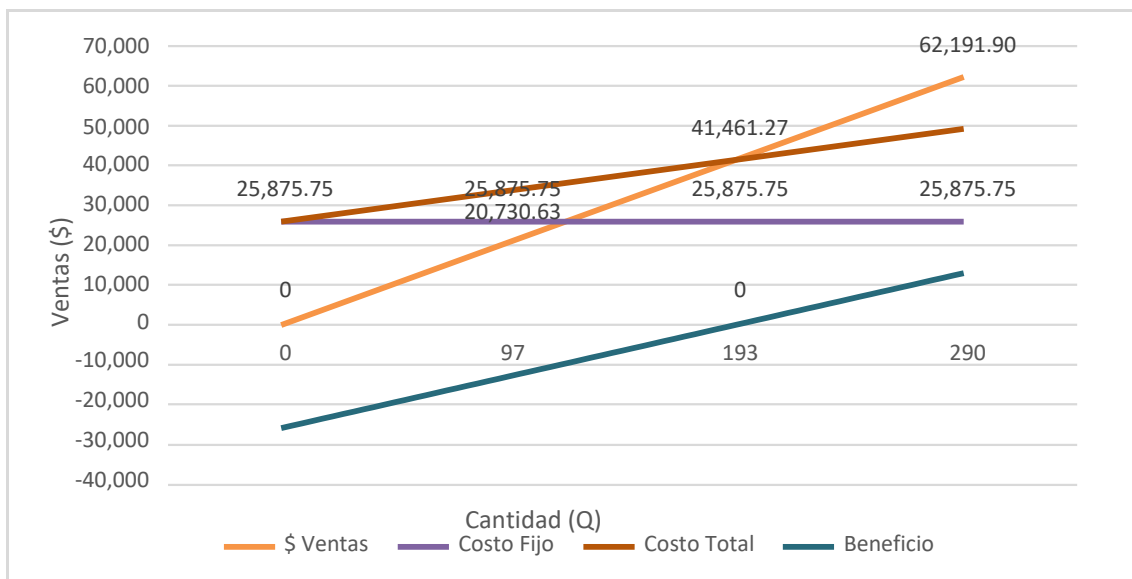
$$PE = \frac{25.875,75}{214,47 - 80,62}$$

$$PE = \frac{25.875,75}{133,85}$$

PE = 193 servicios

Figura 22

Punto de equilibrio



Nota: La tabla muestra el cálculo gráfico del punto de equilibrio.

Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender 193 servicios contables anuales. Las cifras calculadas en el punto de equilibrio nos dan a entender que, llegado a estos números, los ingresos que obtiene el negocio se igualan a los costos y gastos. A partir del siguiente dólar representa ganancia.

5.5.Estado de Resultados Proyectado

Según Itaú (2019) el estado de resultados tiene la siguiente definición:

Un estado de resultados es un resumen que muestra de forma ordenada y detallada cómo se obtuvo el resultado del ejercicio. La información detallada en el Estado de Resultados entrega a los socios del negocio información precisa y eficaz, que permite identificar en qué sectores o partidas hay que trabajar que los recursos sean más eficientes.

Tabla 67*Estado de Resultados Proyectado*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	97.800,00	105.370,63	113.527,29	122.315,35	131.783,69
Servicios contables	97.800,00	105.370,63	113.527,29	122.315,35	131.783,69
(-) Costo de producción	37.986,40	37.998,40	38.010,40	38.022,41	38.034,42
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	59.813,60	67.372,23	75.516,89	84.292,94	93.749,27
(-) Gastos de venta	5.628,00	5.630,14	5.632,28	5.634,42	5.636,56
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	54.185,60	61.742,09	69.884,61	78.658,52	88.112,71
(-) Gastos Administrativos	19.024,91	19.031,94	19.038,97	19.046,00	19.046,07
(=) UTILIDAD NETA OPERACIONAL	35.160,69	42.710,15	50.845,64	59.612,52	69.066,64
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	35.160,69	42.710,15	50.845,64	59.612,52	69.066,64
(-) 15% Participaciones trabajadores	5.274,10	6.406,52	7.626,85	8.941,88	10.360,00
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	29.886,59	36.303,63	43.218,79	50.670,64	58.706,64
(-) 25% Impuesto a la Renta	7.471,65	9.075,91	10.804,70	12.667,66	14.676,66
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	22.414,94	27.227,72	32.414,10	38.002,98	44.029,98

Nota: La proyección tiene al año 1 como base o inicio de operaciones

De acuerdo al análisis del Estado de Resultados proyectado, se puede determinar que en su primer año de operaciones hay una utilidad razonable, con una tendencia al alza para los próximos 5 años por el incremento normal de la producción, y del precio, los valores se muestran estables y demuestran que existe buena rentabilidad para el nuevo plan de negocios.

5.6.Flujo de Caja

En el siguiente flujo de caja se presenta la distribución de movimientos de efectivo que el negocio tendrá en los próximos 5 años. Este estado financiero es muy importante ya que con su información se puede analizar e interpretar cómo se está manejando la liquidez de la empresa y tomar decisiones estratégicas.

Tabla 68

Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A INGRESOS OPERACIONALES		97.800,00	105.370,63	113.527,29	122.315,35	131.783,69
Servicios contables		97.800,00	105.370,63	113.527,29	122.315,35	131.783,69
B EGRESOS OPERACIONALES	-28.800,36	60.498,84	60.520,01	60.541,18	60.562,36	60.576,59
Costo de producción		36.378,96	36.390,96	36.402,96	36.414,97	36.426,99
Gasto de Venta		5.628,00	5.630,14	5.632,28	5.634,42	5.636,56
Gastos Administrativos		18.491,88	18.498,91	18.505,94	18.512,97	18.513,04
Muebles y enseres	-3.090,00					
Equipos de Oficina	-82,00					
Equipos de computación	-2.590,00					
Herramientas	-4.800,00					
Gastos de constitución	-3.224,50					
Capital de trabajo	-15.013,86					
C FLUJO OPERACIONAL (A-B)	-28.800,36	37.301,16	44.850,62	52.986,11	61.752,99	71.207,11
D INGRESOS NO OPERACIONALES						
E EGRESOS NO OPERACIONALES		12.745,75	15.482,43	18.431,54	21.609,54	25.036,66
15% Participaciones trabajadores		5.274,10	6.406,52	7.626,85	8.941,88	10.360,00
25% Impuesto a la Renta		7.471,65	9.075,91	10.804,70	12.667,66	14.676,66
F FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	-	-12.745,75	-15.482,43	-18.431,54	-21.609,54	-25.036,66
G FLUJO NETO GENERADO (C-F)	-28.800,36	24.555,41	29.368,19	34.554,56	40.143,45	46.170,45
H SALDO INICIAL DE CAJA	-15.013,86	-13.786,50	10.768,91	40.137,10	74.691,66	114.835,11
I SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	-13.786,50	10.768,91	40.137,10	74.691,66	114.835,11	161.005,56

Nota: Las cifras corresponde a la proyección del flujo de caja a cinco años.

El valor del flujo neto generado cada año, es el saldo líquido con que cuenta el negocio, es decir dinero en efectivo, sin tomar en cuenta las depreciaciones. Consecuentemente para el año 1 se tiene un flujo neto de \$ 17.736,44 A partir del año 2 el flujo neto denota un incremento razonable en su liquidez lo que demuestra su rentabilidad. En el año 0 se refleja un valor negativo porque es el año donde se recibe la inversión inicial.

5.7.Evaluación Financiera

Dentro de los análisis financieros se consideran los siguientes métodos para evaluar proyectos como las más comunes, cabe mencionar que tienen sus limitantes, pros y contras, por lo que se analizará a través de cinco indicadores financieros, para que la decisión sea basada en los resultados o tendencias más constantes.

5.7.1. Indicadores.

Los cinco indicadores financieros de rentabilidad que se utilizan con mayor frecuencia para evaluar proyectos de inversión son: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación de inversión y el índice de rentabilidad.

Como primer elemento de análisis, se deben de calcular los flujos de efectivo o utilidades netas del proyecto; cabe mencionar que, todos los elementos numéricos para los cálculos deben estar en valor presente.

Una vez que los flujos de efectivo son determinados se puede escoger el indicador de rentabilidad que se desea analizar para tomar decisiones a través de su resultado.

A continuación, se presentan los indicadores y que se puede esperar de cada uno de ellos.

5.7.1.1. Valor Actual Neto (VAN)

Es la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo; esencialmente mide cuánto valor es creado o adicionado por llevar a cabo cierta inversión.

$VAN > 0$, se acepta

$VAN = 0$, decisión del inversionista

$VAN < 0$, no se acepta

Para evaluar un proyecto de inversión con base en el VAN, se deben de considerar los criterios de análisis del indicador.

Para el cálculo del VAN, se debe establecer la Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR), que no es más que el rendimiento económico que está dispuesto a recibir el inversionista por el valor dado en el proyecto.

Para el cálculo de la TMAR de acuerdo al autor Gabriel Baca Urbina, (Baca, 2016) se ha considerado el promedio de la tasa de inflación de los últimos 5 años en base a las cifras oficiales del INEC, (Anexo 2) las mismas que dan un promedio de 0,04% (INEC, 2020), ya que al considerar este parámetro se asegura que no perderá su valor adquisitivo el capital invertido; y además se debe considerar la tasa de interés pasivas efectivas referenciales por plazo vigente hasta enero del 2021, el mismo que se encuentra en 8% (Anexo 1) de acuerdo a la información económica del Banco Central del Ecuador” (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2021)

Con el siguiente cálculo se obtiene:

TMAR = Tasa de inflación + Tasa de interés pasiva efectiva referencial por plazo

$$TMAR = 0,04\% + 8,00\% = 8,04\%$$

Con estos datos se procede a realizar el cálculo del VAN con la siguiente formula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+k)^t}$$

$$VAN = -Inv.In + \frac{Ft1}{(1+i)} + \frac{Ft2}{(1+i)^2} + \frac{Ft3}{(1+i)^3} + \frac{Ft4}{(1+i)^4} + \frac{Ft5}{(1+i)^5}$$

Tabla 69*Cálculos fórmula VAN*

Años	Flujo de caja	(1 + i) n	Flujos actualizados
0	-28.800,36		
1	\$ 24.555,41	1,08038	\$ 22.728,49
2	\$ 29.368,19	1,1672	\$ 25.160,78
3	\$ 34.554,56	1,2610	\$ 27.401,59
4	\$ 40.143,45	1,3624	\$ 29.465,14
5	\$ 46.170,45	1,4719	\$ 31.367,61
Total de flujo			\$ 136.123,62
VAN = FLUJOS ACTUALIZADOS - INVERSIÓN			
VAN =	\$ 136.123,62	\$ 28.800,36	
VAN =	\$ 107.323,26		

Nota: Los cálculos fueron realizados con la formula VAN Excel

De acuerdo al valor obtenido del cálculo del valor actual neto, el mismo se muestra positivo, lo que representa que el proyecto de inversión de la compañía se acepta, de acuerdo al criterio del indicador de evaluación financiera VAN.

5.7.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para el autor (Sevilla, 2020) “Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero”.

Este concepto se lo aprecia desde el punto de vista matemático, y desde el análisis financiero se tendrá que, la TIR no es nada más ni nada menos, que la tasa de rentabilidad promedio anual que el proyecto paga a los inversionistas por invertir sus fondos allí.

Si la TIR es mayor que la TMAR, se acepta el proyecto. Si

la TIR es menor que la TMAR, se rechaza el proyecto

Para calcular la TIR se utiliza los flujos netos de efectivo y la ecuación siguiente:

$$VAN = -I_0 \sum_{t=0}^n \frac{Ft}{(1+i)^t}$$

$$= -I_0 + \frac{F1}{(1+TIR)} + \frac{F2}{(1+TIR)^2} + \frac{F3}{(1+TIR)^3} + \frac{F4}{(1+TIR)^4} + \frac{F5}{(1+TIR)^5} = 0$$

Tabla 70

Cálculo formula TIR

Año	Flujo Neto Caja	(1+i)^t
0	-28.800,36	-28.800,36
1	24.555,41	12.470,37
2	29.368,19	7.574,28
3	34.554,56	4.525,87
4	40.143,45	2.670,20
5	46.170,45	1.559,64
TIR	96,91%	0,00

Nota: Los cálculos se realizan aplicando la Formula TIR Excel

De acuerdo al cálculo, se obtiene una TIR del 96,91%, siendo mayor al TMAR del 8,04%, por lo tanto, de acuerdo al criterio del indicador de evaluación financiera TIR, se acepta el proyecto.

5.7.1.3. Costo beneficio

La razón beneficio/costo (B/C): de acuerdo al autor (Díaz, 2017) “Su cálculo se basa en la relación entre el valor actual de las entradas de efectivo futuras y el valor actual del desembolso original”. este índice se define como la relación entre los beneficios y los costos o egresos de un proyecto.

Por cada unidad invertida, se espera la misma unidad y un excedente. Se actualizan los ingresos y costos, además de añadir la inversión, y después de hacer el cálculo que marca la fórmula, esperando un rendimiento mayor a la unidad.

La fórmula de la relación costo-beneficio es:

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{Vi}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{Ci}{(1+i)^n}}$$

Tabla 71

Calculo Valor Actual de los ingresos y egresos netos (VAI) (VAC)

Años	Ingresos	Ingresos Actualizados	Costos	Costos Actualizados
1	97.800,00	90.523,70	62.639,31	57.978,96
2	105.370,63	90.274,79	62.660,47	53.683,47
3	113.527,29	90.026,56	62.681,65	49.706,23
4	122.315,35	89.779,01	62.702,83	46.023,64
5	131.783,69	89.532,15	62.717,05	42.609,16
Total		450.136,21		250.001,46
C/B=	INGRESOS ACTUALIZADOS EGRESOS ACTUALIZADOS 450.136,21			
C/B=	250.001,46			
C/B=	1,80			

Nota: Los cálculos se realizan con la Formula Costo-Beneficio Excel

De acuerdo con el resultado se ha determinado en esta tabla, el del proyecto será rentable, ya que el indicador muestra un costo – beneficio de 1,80, lo que representa una utilidad de \$ 0,80 centavos por cada dólar invertido.

5.7.1.4. Período de Recuperación

El Playback periodo "plazo de recuperación" es un criterio estático de valoración de inversiones que permite seleccionar un determinado proyecto sobre la base de cuánto tiempo se tardará en recuperar la inversión inicial mediante los flujos de caja.

Tabla 72

Período de Recuperación

Periodo	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	0,00	24.555,41	29.368,19	34.554,56	40.143,45	46.170,45
Flujo acumulado	-28.800,36	-4.244,95	25.123,24	59.677,80	99.821,25	145.991,70
PRI anterior al cambio de signo		1		Años	Meses	Días
Flujo acumulado periodo 2		4.244,95		1	12 x 0,14	
Flujo de Caja periodo 3		29.368,19		1	1,73	
Flujo acumulado periodo 2 / Flujo de caja periodo 3		0,14		1	1	30 x 0.73
PRI		1,14		1	1	22

Nota: Los cálculos se realizan utilizando la Formula PRI Excel

De acuerdo al cálculo realizado en esta tabla el periodo de recuperación de la inversión de la compañía se ha determinado en 1 año 1 mes y 22 días, lo que garantiza la inversión en el presente proyecto ya que el capital se recuperará en un corto plazo.

CONCLUSIONES

El mercado de la PYMES, está en crecimiento, pese a las condiciones adversas que se han generado en estos años, por lo tanto, existen buenas posibilidades para la asesoría y consultoría, que apoyen el desarrollo de las empresas.

La prestación de servicios de asesoría y consultoría a las PYMES, al ser un intangible, tiene una serie de ventajas, sin embargo, es notoria la desconfianza que mantienen las empresas, debido principalmente a que existen asesores o consultores inexpertos e incluso empíricos, que han generado una imagen no tan favorable en el sector.

La organización es un pilar fundamental en toda empresa, sin embargo, de nada sirve si no se cuenta con personal altamente capacitado y comprometido con los objetivos de la empresa y de sus clientes.

Existe apoyo tanto gubernamental como sectorial a las empresas asesoras y consultoras, pero también se debe mencionar que no están todas registradas en el ACCE, pertenecer a este colegio, de alguna manera facilita el desarrollo de las actividades.

Luego de establecer el estudio financiero se observa que el proyecto es viable y factible, además existe una demanda creciente, lo que asegura un mercado para asesoría y consultoría empresariales.

RECOMENDACIONES

Se recomienda mantener un sondeo o estudio periódico sobre el crecimiento y cambios y necesidades de las PYMES, de este modo la empresa prestadora de servicios, se puede preparar para satisfacer dichas necesidades

Para ganar y mantener la confianza de los clientes, es necesario siempre la honestidad y exactitud, sobre todo en los casos contables, financieros y de auditoría, esto generará confianza y lealtad en los clientes.

Es necesario estar al tanto de las necesidades del personal, especialmente en cuanto a capacitaciones, porque de ello puede depender el mejoramiento e innovación de los servicios de la empresa.

Es recomendable tener siempre presente los cambios en la legislación ecuatoriana, en especial sobre tributación, impuestos y tasas, así como de las normativas que pueden variar en cuanto al funcionamiento del mercado y las empresas dedicadas a la asesoría y consultoría.

Es necesario mantener un control estricto sobre los ingresos y ventas, además deben aplicarse los indicadores, los cuales facilitarán la toma de decisiones.

BIBLIOGRAFÍA

- ACCE. (5 de noviembre de 2004). *oas.org*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_ecu_anexo23.pdf
- Actuaria. (12 de noviembre de 2020). *actuaria.com.ec*. Recuperado el 16 de marzo de 2021, de <https://actuaria.com.ec/situacion-laboral-ecuador-2020/>
- AEADE. (25 de febrero de 2021). *asociación de empresas automotrices del ecuador*. Recuperado el 2 de Marzo de 2021, de <https://www.aeade.net/boletin-sector-automotor-en-cifras/>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA. (s.f. de s.f. de 2021). *controlsanitario.gob.ec*. Obtenido de <https://www.gob.ec/arcsa>
- ALBE CONSULTORES. (31 de agosto de 2020). *grupoalbe*. Recuperado el 2 de Marzo de 2021, de <https://www.grupoalbe.com/consultoria-empresarial-obtener-un-servicio-de-asesoria-exelente/>
- Arteplástica. (27 de Julio de 2017). *arteplastica*. Recuperado el 12 de abril de 2021, de Politereftalato de etileno
- Astudillo, G. (22 de marzo de 2021). *revistalideres*. Recuperado el 23 de Marzo de 2021, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/juan-sebastian-salcedo-economia-negocios.html>
- Baca, G. U. (2016). *Ingeniería Financiera*. México: PATRIA.
- Ballarin, E. (7 de marzo de 2020). *Restaurante del futuro. 6 modelos de negocio de restaurante que son tendencia*. (Mapal, Ed.) Recuperado el 2020, de Mapal Software: <https://mapalsoftware.com/ejemplos-de-modelos-de-negociode-un-restaurante/>
- Banco Central del Ecuador. (2018). *BCE*. Recuperado el 02 de 03 de 2020, de <https://www.bce.fin.ec/>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (13 de marzo de 2020). *bancocentralcentraldelecuador*. Recuperado el 25 de febrero de 2021, de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202003.pdf>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Enero de 2021). *TasasVigentes*. Obtenido de

documentos/Estadisticas/SectorMonFinTasasInteres:

<https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Basta, D., Andrade, F., Ferreira, J., & Seixas, L. (2015). *Fundamentos de Marketing*. Rio de Janeiro: FVG EDITORA.

BCE. (31 de marzo de 2021). *bce.fin.ec*. Recuperado el 3 de Abril de 2021, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>

BCE. (2021 de marzo de 2021). *bce.fin.ec*. Recuperado el 2 de abril de 2021, de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf202103.pdf>

Beltrán, J. (2018). *Indicadores de gestión*. Bogotá: 3R Editores.

Bernita, D., & Rodriguez, A. (2018). *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de colada de avena con piña en la ciudad de Guayaquil para su futura exportación a Perú*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas.

Bonta, P., & Farber, M. (2015). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Barcelona: Norma.

Bonta, P.; Farber, M. (2005). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Barcelona: Norma.

Bush, R., & Hair, J. (2016). *Investigación de Mercados*. México: McGraw Hill.

Caldas, M., & Hidalgo, M. (2019). *Empresa e iniciativa emprendedora 360*. España : Editex.

CÁMARA DE INDUSTRIAS DE GUAYAQUIL. (2018). *industrias*. Recuperado el 18 de febrero de 2021, de https://issuu.com/industrias/docs/cig-estudio_sectorial_pl_sticos

Cámara Ecuatoriana de Consultoría. (25 de junio de 2021). *cec.ec*. Obtenido de <https://www.fepac.org/?q=asociaciones/c%C3%A1mara-ecuatoriana-de-consultores-cec>

Camargo, M., López, E., & Ordoñez, S. (2019). *Diseño de un plan estratégico de marketing para la empresa punto cerámico*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Bogotá: UTADDO.

CARMARA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ. (2019). *andi.com.co*. Recuperado el 25 de febrero de 2021, de

[http://www.andi.com.co/Uploads/Estudio%20Motos%202019%20\(1\).pdf](http://www.andi.com.co/Uploads/Estudio%20Motos%202019%20(1).pdf)

Castro, N., López, Y., Díaz, K. (2020). Impacto que genera una asesoría contable en emprendimientos de los excombatientes de las FARC en Colombia. *Profundidad Construyendo Futuro*, 12-20.

Código de Trabajo. (26 de septiembre de 2012). *Jornada Laboral*. Recuperado el 2020, de Lexis: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

D.M.Quito. (s/f de enero de 2020). *portaldeserviciomunicipales*. Recuperado el 6 de mayo de 2021, de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/DetalleForm.aspx?Grupo=Gesti%C3%B3n%20Tributaria#info1>

DAVID, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

DIARIO DIGITAL PRIMICIAS. (23 de octubre de 2020). *primicias*. Recuperado el 3 de Marzo de 2021, de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/mas-empresas-constitucion-2020-ecuador/>

Díaz, A. A. (2017). Relación Costo Beneficio. *Universidad de la Habana Cuba*.

El Comercio. (7 de febrero de 2016). *elcomercio*. Recuperado el 16 de Marzo de 2021, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/asesoriatributaria-sri-impuestos-gastos-negocios.html>

El Comercio. (03 de enero de 2018). Consulte cuántos autos versus motos circulan en su provincia. Quito, Pichincha, Ecuador.

EL COMERCIO. (1 de noviembre de 2019). Parque automotro de Ecuador creció en 1,4 millones de vehículos en una década. Quito, Pichincha, Ecuador.

El Comercio. (30 de noviembre de 2020). *elcomercio*. Recuperado el 16 de Marzo de 2021, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/pib-ecuador-contraccion-banco-central.html#:~:text=2020%2022%3A46-,PIB%20del%20Ecuador%20se%20contraer%C3%A1%208%2C9%25%20en%20el%202020,2021%2C%20seg%C3%BA%20el%20Banco%20Central&text=A%20un%20mes%20de%20que,Bruto%2>

- EL MERCURIO. (16 de febrero de 2021). Ecuador en el 2020. Cuenca, Azuay, Ecuador.
- El Universo. (25 de noviembre de 2019). *eluniverso*. Recuperado el 16 de Marzo de 2021, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/11/25/nota/7620755/gobierno-inaugura-centro-apoyar-emprendedores/>
- El Universo. (27 de junio de 2019). *eluniverso*. Recuperado el 17 de Marzo de 2021, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/06/27/nota/7396308/mipymes-representan-99-negocios-pais/>
- Ficher, L. Espejo, J. (2017). *Mercadotecnia*. México: McGraw-Hill Educación.
- FONAPRE. (27 de marzo de 2020). *ecuadornegocios.com*. Obtenido de <https://ecuadornegocios.com/info/fondo-nacional-de-preinversion-fonapre-1895856>
- Gómez, M. (2017). *repositorioespe*. Recuperado el 20 de abril de 2021, de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8028/10/2017_Propuesta_mejoramiento_proceso-anexo8.pdf
- Goxens, A., & Goxens, M. (2014). *Biblioteca práctica de contabilidad*. Barcelona: Oceano Grupo Editorial S.A.
- Hitt, Black, Porter. (2006). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Huilocapi, et al. (2020). Impacto del COVID-19 en la planeación estratégica de las pymes ecuatorianas. *Recimundo*, 76-85.
- Hütt, H. (24 de abril de 2012). *redalcy.org*. Recuperado el 26 de Enero de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- IEPI. (s/f de s/f de 2020). *derechosintelectuales*. Recuperado el 30 de Mayo de 2021, de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>
- INEC. (2010). *ecuadorencifras.proyecciones*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- INEC. (2010). *Resultados del Censo 2010*. Quito: INEC.
- INEC. (2019, 07 01). *ecuadorencifras*. Retrieved from *ecuadorencifras*: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- INEC. (diciembre de 2020). *Boletin_tecnico_12-2020-IPC.pdf*. Obtenido de documentos/web-inec/Inflacion/2020/Diciembre-2020:

- https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/DiciemBolein_tecnico_12-2020-IPC.pdfbre-2020/
- INEC. (octubre de 2020). *ecuadorencifras*. Recuperado el 16 de Marzo de 2021, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Principales_Resultados_DIEE_2019.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). *Censos de Población y Vivienda*. Recuperado el 22 de junio de 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Koontz, et al. (2012). *ADMINISTRACIÓN UNA PERSPECTIVA GLOBAL Y EMPRESARIAL*. Lima: McGraw-Hill.
- KOTLER, P et al. (2000). *Dirección de Marketing*. Madrid: Prentice Hall.
- Kotler, P. A. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: PEARSON.
- León, J. (2015). *Geografía del Ecuador: medio natural, población y organización del espacio*. Quito: Corporación Editora Nacional Quito.
- LÍDERES. (4 de septiembre de 2018). La industria del plástico se mueve al ritmo de unas 600 empresas. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Likework. (17 de abril de 2017). *liveworkstudio*. Recuperado el 18 de Febrero de 2021, de <https://www.liveworkstudio.com/articles/customer-experience-the-key-to-future-business/>
- Loor, O. (2017). *Evaluación de la gestión financiero de la subzona El Oro nro. 7 mediante análisis del FODA y diagrama Pareto*. (Tesis maestría), Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador. Obtenido de : <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/11511>
- Martínez, J. (2018). *Sistema de Información de Mercados*. Madrid: Paraninfo Madrid.
- Ministerio de Turismo (MINTUR). (2019). *Catastro turístico*. Recuperado el 5 de octubre de 2020, de Ecuador: <https://www.gob.ec/mintur/tramites/emision-catastro-turistico-nacional-actividades-modalidades-turisticas-centros-turistico>
- Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (Julio de 2017). *ambiente*. Recuperado el 5 de Marzo de 2021, de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/09/Publicacion-COMPANIAS-CONSULTORAS->

- Ministerio del Trabajo. (12 de agosto de 2016). *trabajo*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2019, de trabajo: <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Mullins, J., Orville, W., & Boyd, H. (2013). *Administración del Marketing: Un enfoque en la toma estratégica de decisiones*. México: Mc Graw Hill.
- Ordinola, D. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad con el uso del marketing en el Restaurante "Perla del Chira" del Distrito de Marcavelica, provincia de Sullana año 2017*. Lima: ULADECH CATOLICA.
- Orozco, J. d. (2016). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogota: Ecoe ediciones.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestro sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.
- Outsourcing Group. (s.f. de s.f. de 2021). *facebook.com/Outsourcing-Group*. Recuperado el 15 de Mayo de 2021, de <https://www.facebook.com/Outsourcing-Group-107234274485096/>
- Padua, G. (2015). *Proyectos de investigación cualitativa*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Perrusquía, R. (9 de marzo de 2017). *funnelmarketingexperts*. Recuperado el 22 de marzo de 2021, de <https://funnel.mx/blog/importancia-redes-sociales-empresa/>
- Pimentel, E. (2018). *Formulación y Evalauación de Proyectos de Inversión: Guía Práctica y Teórica*. México: Edición Kindle.
- Pineda, L., & Malhotra, N. (2016). *Investigación de mercados* (978-6-07-323560-0 ed.). México: Pearson México.
- Pizarro, S., Ormaza, M., Malbarez, M. (2018). La auditoría y su control de calidad: visualización de los servicios que ofrecen las empresa auditoras en Manabí, Ecuador. *Cofin Habana*, 268-279.
- Porter, M. (2016). *La Cadena de valor de Michael Porter*. México: PIRÁMIDE.
- Raguant, M. Torrado M. (15 de febrero de 2016). *Universitat de Barcelona*. Recuperado el 16 de Marzo de 2021, de <http://hdl.handle.net/2445/110707>
- Riquelme, L. M. (2015). Las 5 Fuerzas de Porter. *Clave para el Éxito de la Empresa*, 10-18.
- Rodolfo Schmal y Teresa Olave. (2014). *scielo*. Recuperado el 15 de enero de 2021, de

- https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642014000400005
- Salazar, C. (11 de enero de 2018). *utmachala*. Recuperado el 16 de Marzo de 2021, de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/11965>
- SENADI Servicio Nacional de Derechos Inrelectuales. (03 de Abril de 2018). <https://www.derechosintelectuales.gob.ec>. Obtenido de www.derechosintelectuales.gob.ec
- Sevilla, A. (14 de 1 de 2020). <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Slusarczyk, M. (2019). *Tic en las pymes*. Riobamba: ESPOCH.
- Solis, L., Robalino, R. (1 de agosto de 2019). *uide.edu.ec*. Recuperado el 18 de marzo de 2021, de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/949/1549>
- SRI. (s.f. de s.f de 2021). *srienlinea.sri.gob.ec*. Obtenido de <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/inicio/NAT>
- Stanton, Etzel y Walker. (2007). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, V. Y. (23 de Noviembre de 2020). www.supercias.gob.ec. Recuperado el 02 de Enero de 2021, de <https://www.supercias.gob.ec>
- Tello, J. (21 de mayo de 2020). ¿Por qué son importantes las empresas en la economía? México, México D. F., México. Recuperado el 15 de abril de 2021, de <https://expansion.mx/opinion/2020/05/20/por-que-son-importantes-las-empresas-en-la-economia>
- Tello, J. (21 de mayo de 2020). *revistadigitalexpansion*. Recuperado el 18 de abril de 2021, de <https://expansion.mx/opinion/2020/05/20/por-que-son-importantes-las-empresas-en-la-economia>
- Trujillo, F. (2020). *Receta de Hornado con agrio y lapingachos*. Recuperado el 5 de octubre de 2020, de El Gourmet: <https://elgourmet.com/receta/hornado-con-agrio-y-lapingachos>
- Useche, et al. (2021). Fórmula estratégica empresarial para pymes en Ecuador ante la COVID-19. *Universidad & Empresa*, 1-22.

- Valdivia, R. (4 de octubre de 2017). *congreso.investiga.fca.unam.mx*. Recuperado el 2 de Junio de 2021, de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xviii/docs/5.02.pdf>
- Valls, R. (2021). El largo confinamiento de las pymes latinoamericanas. *LÍDERES*, 2.
- Vela, E., Fernández, J., Nogué, J., & Jimenez, M. (2015). Características y funciones para marcas de lugar a partir de un método Delphi. *Revista Latina de Comunicación Social*, 656 a 675.
- Villanueva, J., & Toro, J. (2017). *Marketing Estratégico* (Segunda ed.). Barcelona: EUNSA.
- Wibbelsman, M. (2015). Encuentros Rituales. La Comunidad Mítica y Moderna de los Otavalos. *Alternativas*, 275.

ANEXOS

ANEXO 1 Requisitos de afiliación a CEC

	FORMULARIO DE INSCRIPCION/ RENOVACION PARA CONSULTORES INDIVIDUALES	CÓDIGO: AR/01-1 PÁGINA: 1 de 2 REV: 0
---	--	--

REQUISITOS:

1. Carta dirigida al Ing. Fernando Aguilar (Presidente de CEC), solicitando el Registro como Consultor Individual y señalando la especialización que desee tener.
2. Copias de los títulos profesionales que posea y certificados de trabajos realizados que sirvan como respaldo de su experiencia.
3. Formulario de registro adjunto correctamente ingresado.
4. USD 3.33 mensuales pagaderos en una sola cuota válida por dos años.
TOTAL: USD 80 en efectivo

Nota: Deberá actualizar sus datos e información cada año.

I. Identificación:

1. Nombres Completos:	
2. Apellidos Completos:	
3. Número de cédula:	
4. Dirección del Domicilio:	
5. Teléfono del Domicilio:	
6. Ciudad de Domicilio:	
7. Dirección del Trabajo actual:	
8. Teléfonos del Trabajo actual:	
9. Ciudad de Trabajo actual:	
10. Lugar de Nacimiento (ciudad):	
11. Fax:	
12. E-mail:	
13. Página WEB:	
14. Instituto donde obtuvo el título:	
15. Lugar y Año de Graduación:	
16. Masterado, Postgrado, Diplomado o Doctorado:	
17. Instituto donde obtuvo el título y año:	

 CEC Comisión Económica de Centroamérica	FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN/ RENOVACIÓN PARA CONSULTORES INDIVIDUALES	CÓDIGO: AR/01-1 PÁGINA: 2 de 2 REV: 0
---	--	---

II. Información de trabajos realizados como consultor

ENTIDAD CONTRATANTE	DESCRIPCIÓN	DURACIÓN	ESPECIALIZACIÓN

III. ESPECIALIDAD

	☒		☒
Actuarial		Hidráulica	
Acuicultura		Informática	
Administración		Ingeniería Eléctrica	
Aeropuertos		Ingeniería Forestal	
Agrícola		Ingeniería Mecánica	
Antropología y Sociología		Ingeniería Química	
Arqueología y Museología		Medio Ambiente y Ecología	
Arquitectura		Mercadotecnia	
Asesoría Legal		Oceanografía	
Asesoría Tributaria		Petróleo y Gas	
Auditoría		Petroquímica	
Biología		Planificación Regional	
Comunicación e Imagen		Planificación Urbana	
Desarrollo Sustentable		Población	
Diseño Industrial		Puertos y obras Marítimas	
Diseño Naval		Recursos Humanos	
Economía y Finanzas		Riego	
Educación		Salud	
Estructuras		Sanitario	
Geografía Y Geodesia		Telecomunicaciones	
Geología y Minas		Transporte	
Geotecnia		Turismo	
Gestión de la Calidad		Vías y Pavimentos	
Gestión de Riesgos			

Otras Especifique.....	☒

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

AUTORA: SALAS GUEVARA DIANA
ALEXANDRA

TUTORA: GALARRAGA CARVAJAL MERCEDES

ABSTRACT

This business plan describes the manner and actions that must be taken into account to create a company that provides advice and consulting to small and medium-sized companies located in Quito DM, determining the most suitable strategies, marketing and administrative operation, this allows the company to offer a service that helps companies to develop their activities in a better way, because they face problems of an administrative, commercial, human talent, among other functions of business management, all this is This will be achieved by defining through an analysis of the environment, identifying the competition, suppliers, as well as the size of the market to which the proposal is directed, once the potential demand is established, marketing and service provision strategies are proposed with their processes, which are organized through a process map, which in turn allows the definition of the structure organizational and functional, as well as the business philosophy, then there is the legal aspect, in which the laws and regulations are set, under which the new company will operate, as well as the permits or other regulations necessary for the legalization of the organization, Finally, the feasibility of the project is demonstrated, through the financial chapter, which establishes the initial investment of USD \$ 10.562,00, which will be used and executed, under the parameters of the financial statements, as well as the application of the financial indicators, such as the IRR of

KEYWORDS: Advice, consulting, business management, service