



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**PROYECTO DE TITULACIÓN FINAL PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜES**

**“CONSULTORÍA A PYMEs EN BASE A EXPERIENCIAS
MULTINACIONALES”**

Ana Belén Lema
Ma. Isabel Mantilla

Economista Nelson Dávila

GUAYAQUIL – ECUADOR

ENERO DE 2011

INDICE

| | |
|--|----|
| CAPITULO I..... | 4 |
| INTRODUCCION..... | 4 |
| 1. INTRODUCCION..... | 5 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 5 |
| 1.2 JUSTIFICACIÓN..... | 6 |
| 1.3 OBJETIVOS..... | 9 |
| 1.3.1 OBJETIVO GENERAL..... | 9 |
| 1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 9 |
| 1.4 CARACTERIZACION DEL SERVICIO ESTRATEGIAS DE..... | 9 |
| ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO..... | 9 |
| 1.5 ESTRATEGIA DE ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO..... | 10 |
| NESTLE..... | 12 |
| UNILEVER..... | 12 |
| COLGATE..... | 15 |
| KIMBERLY CLARK..... | 17 |
| NOKIA..... | 18 |
| J&J..... | 20 |
| CAPITULO II..... | 23 |
| HIPOTESIS Y..... | 23 |
| MARCO REFERENCIAL..... | 23 |
| 2. HIPOTESIS..... | 24 |
| 2.1. METODOLOGÍA..... | 24 |
| 2.1.1 PROCEDIMIENTOS TEORICOS..... | 24 |
| 2.1.2 PROCEDIMIENTOS EMPIRICOS..... | 24 |
| 2.1.3 TECNICAS..... | 24 |
| 2.2 MARCO REFERENCIAL..... | 25 |
| 2.2.1 MARCO TEÓRICO..... | 25 |
| 2.2.2 MARCO LEGAL Y CONSTITUCION DE UNA EMPRESA..... | 26 |
| CAPITULO III..... | 29 |
| ANÁLISIS SITUACIONAL..... | 29 |
| 3. ANÁLISIS SITUACIONAL..... | 30 |
| 3.1 ANÁLISIS EXTERNO MACROAMBIENTE..... | 30 |
| 3.1.1 ASPECTOS ECONOMICOS..... | 30 |
| 3.1.1.1 INFLACION..... | 30 |
| 3.2 ASPECTO SOCIO – CULTURAL..... | 35 |
| 3.3 ASPECTO POLÍTICO LEGAL..... | 36 |
| 3.4 ASPECTO TECNOLÓGICO..... | 36 |
| 3.5 ASPECTO AMBIENTAL..... | 36 |
| 3.6 ANÁLISIS INTERNO..... | 37 |
| 3.6.1 CLIENTES..... | 37 |
| 3.6.2 PROVEEDORES..... | 38 |
| 3.6.3 INTERMEDIARIOS..... | 38 |
| 3.6.4 COMPETENCIA..... | 38 |
| 3.6.5 SUSTITUTOS..... | 39 |
| 3.7 ANALISIS FODA..... | 39 |
| CAPITULO IV..... | 42 |
| ESTUDIO DE MERCADEO..... | 42 |
| 4. ESTUDIO DE MERCADO..... | 43 |
| 4.1 OBJETIVOS..... | 43 |

| | | |
|-------|--|----|
| 4.2 | DEMANDA ACTUAL..... | 43 |
| 4.2.1 | DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO..... | 43 |
| 4.2.2 | SELECCIÓN DE LA MUESTRA..... | 44 |
| 4.2.3 | APLICACIÓN DE LA ENCUESTA..... | 45 |
| 4.3 | PROYECCIÓN DE LA DEMANDA..... | 46 |
| 4.4 | OFERTA ACTUAL..... | 46 |
| 4.5 | PROYECCIÓN DE LA OFERTA..... | 47 |
| 4.6 | DEMANDA INSATISFECHA..... | 47 |
| 4.7 | ESTRATEGIAS COMERCIALES..... | 48 |
| 4.7.1 | MARKETING MIX..... | 48 |
| 4.8 | ESTRATEGIA DE SERVICIO..... | 52 |
| 4.8 | ESTRATEGIA DE FIDELIZACION DE CLIENTES..... | 54 |
| | CAPITULO V..... | 55 |
| | ESTUDIO TECNICO..... | 55 |
| 5. | ESTUDIO TÉCNICO..... | 56 |
| 5.1 | DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO..... | 56 |
| 5.1.1 | OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO..... | 56 |
| 5.2 | DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA..... | 56 |
| 5.2.1 | MACRO LOCALIZACIÓN..... | 56 |
| 5.2.2 | MICRO LOCALIZACIÓN..... | 57 |
| 5.3.2 | PROCESOS DE CONTRATACION Y ANALISTAS ESPECIALIZADOS..... | 58 |
| 5.3.3 | PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN..... | 59 |
| 5.4 | DETERMINACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN JURÍDICA..... | 59 |
| 5.4.1 | LA EMPRESA..... | 62 |
| | MISION..... | 62 |
| | VISION..... | 63 |
| | VALORES..... | 63 |
| | CAPITULO VI..... | 68 |
| | ESTUDIO FINANCIERO..... | 68 |
| 6. | ESTUDIO FINANCIERO..... | 69 |
| 6.1 | INVERSION DEL PROYECTO..... | 69 |
| 6.2 | AMORTIZACIONES..... | 70 |
| 6.3 | DEPRECIACION..... | 71 |
| 6.4 | SUELDOS..... | 73 |
| 6.5 | COSTOS OPERATIVOS..... | 76 |
| | CAPITULO VI..... | 82 |
| | EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA..... | 82 |
| 7. | EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA..... | 83 |
| 7.1 | PRONÓSTICO FINANCIERO..... | 83 |
| 7.1.1 | ESTADO PRO FORMA DE RESULTADOS..... | 83 |
| 7.1.2 | FLUJO DE CAJA..... | 86 |
| | CAPITULO VIII..... | 91 |
| | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 91 |
| 8. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 92 |
| 8.1 | CONCLUSIONES..... | 92 |
| 8.2 | RECOMENDACIONES..... | 93 |
| | ANEXOS..... | 95 |
| | RESULTADOS DE LA ENCUESTA..... | 97 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla N° 1: EMPRESAS MULTINACIONALES EN ECUADOR..... | 11 |
| Tabla N° 2: INFLACION ECUADOR..... | 31 |
| Tabla N° 3: TASA DE INTERES..... | 31 |
| Tabla N° 4: BALANZA COMERCIAL EXPORTACIONES..... | 33 |
| Tabla N° 5: BALANZA COMERCIAL IMPORTACIONES..... | 33 |
| Tabla N° 6: SECTORIZACION DE LA MUESTRA..... | 44 |
| Tabla N° 7: DEMANDA ACTUAL..... | 46 |
| Tabla N° 8: PROYECCION DE LA DEMANDA..... | 46 |
| Tabla N° 9: OFERTA ACTUAL..... | 46 |
| Tabla N° 10: PROYECCION DE LA OFERTA..... | 47 |
| Tabla N° 11: PROYECCION DEMANDA INSATISFECHA..... | 47 |
| Tabla N° 12: INVERSION INICIAL..... | 69 |
| Tabla N° 13: AMORTIZACIONES..... | 70 |
| Tabla N° 14: DEPRECIACIONES..... | 71 |
| Tabla N° 15: ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS..... | 83 |
| Tabla N° 16: FLUJO DE CAJA..... | 86 |

INDICE DE GRAFICOS

| | |
|--|-----|
| Grafico N° 1: PRODUCTO INTERNO BRUTO | 32 |
| Grafico N° 2: BALANZA COMERCIAL..... | 34 |
| Grafico N° 3: INVESTIGACION CAPIG..... | 44 |
| Grafico N° 4: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL..... | 64 |
| Grafico N° 5: SECTORIZACION DE LA MUESTRA..... | 90 |
| Grafico N° 6: ACEPTACION DEL SERVICIO..... | 97 |
| Grafico N° 7: MONTO A INVERTIR..... | 95 |
| Grafico N° 8: RENTABILIDAD..... | 98 |
| Grafico N° 9: TIPOS DE CONTROL..... | 99 |
| Grafico N° 10: FUENTES DE INFORMACION..... | 99 |
| Grafico N° 11: CONFORMIDAD CON SERVICIOS ACTUALES..... | 100 |
| Grafico N° 12: AREAS DE ASERORAMIENTO..... | 101 |

CAPITULO I

INTRODUCCION

1. INTRODUCCION

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, la mayoría de países del mundo se encuentran regidos por varios paradigmas y cambios, por estándares sociales, económicos y políticos, los mismos que establecen diferencias y nuevas formas de progresar.

Si bien es cierto, existen además, cambios que no son favorables y hasta incluso que no estaban previstos dentro de la panorámica de cada país, lo que repercute en el normal desarrollo de sus actividades. Por lo tanto, se debe considerar la situación regional (lo que se refiere a algunos países de América); En primer lugar, el caso de Estados Unidos con su Recesión Económica, debida a varios factores, entre ellos: disminución del valor de las viviendas (baja en la compra y venta), por falta de liquidez en el mercado; incremento de precio de importación del petróleo (reflejado en los productos refinados, especialmente en la gasolina); quiebra del Lemman Brothers Bank; tiempo prolongado de la guerra con Irak; mayor déficit fiscal; devaluación del dólar frente al euro.

Es importante destacar que, éste ha sido el evento económico más representativo que ha influido a nivel mundial; sin embargo, en algunos de los países sudamericanos se ha enfocado el problema de una manera positiva, es decir, se incrementa las exportaciones de materia prima puesto que, favorece el poder adquisitivo del dólar frente al euro que es superior.

Particularmente, en lo que se refiere a Ecuador, a pesar del decrecimiento de las remesas al país, el ingreso de divisas, en especial de euros, ha beneficiado en algo su economía. Además, existe una recepción favorable del mundo frente a los productos ecuatorianos que se exportan como madera, banano, cacao, camarón, entre otros.

En lo que se refiere al resto de países mencionados, se puede resaltar lo siguiente:

- Venezuela: es uno de los países más favorecido, ya que vende al mundo materia prima (acero, cobre, etc.), alimentos y petróleo.
- Colombia: es el país que más ingresos posee debido a los generados por el turismo a más de las exportaciones básicas.
- Chile: al ser un país industrializado genera productos con mayor valor agregado para el mundo.
- Perú: también depende de las remesas de sus migrantes, de la exportación de materias primas y alimentos.

Debido a los innumerables e intensos cambios dentro del aspecto económico, se debe mencionar que tanto Ecuador como Venezuela han determinado que una parte significativa del gasto del Estado está asignado para el aspecto social de cada uno; mientras que Chile, Colombia y Perú, en lo que se trata de educación, salud y vivienda mantienen un sistema privado, es decir, éstos factores no forman parte del gasto del gobierno, pero cabe destacar que su acceso es universal para sus habitantes.

Al mencionar este tipo de incidencias dentro del desarrollo y progreso económico, político, y social de los países y en especial en el Ecuador, la idea fundamental para la elaboración de este trabajo es realizarlo en base a investigación sobre las problemáticas de cada país y lo que repercute en empresas multinacionales para así analizar cada problema o buena estrategia que estas empresas tengan para brindar una asesoría a las PYMES enfocándose en las áreas más necesitadas que serían el área jurídica, contable y de mercadeo, de esta manera beneficiar su productividad en el mercado Ecuatoriano.

1.2 JUSTIFICACIÓN

En conocimiento de que las inversiones extranjeras y hasta las de propios empresarios o inversionistas ecuatorianos se van cada vez más alejando de la economía de este país, debido a cambios políticos y económicos, inesperados, en especial, al aumento del Riesgo País¹ que a Abril del

¹ <http://www.bce.fln.ec>

2010 se encuentra en 816.00; al impuesto de salida de divisas: "el Banco Central del Ecuador, al momento de ejecutar las transferencias al exterior, ordenadas por las instituciones financieras, retendrá el 1 % del monto de cada transacción" ²; escasez de materia prima industrializada; mínima provisión de servicios de materia prima, aumento en el costo de la mano de obra (directa e indirecta); inestabilidad política del país no permite la proyección a largo plazo.

Se ha considerado el ayudar a disminuir el nivel de desempleo en el Ecuador, con lo que se aportará un mejor nivel de vida y desarrollo de los individuos de este país.

Por lo tanto, se necesita realizar un minucioso estudio para lograr una mejor alternativa que cambie la perspectiva del Ecuador ante el mundo, por lo que se anhela introducir en el mercado de empresas de servicios, una que ayude a Asesorar a las pequeñas y medianas empresas (PYMES)

En el Ecuador hace falta arriesgarse al momento de dar a conocer nuestros productos, con ideas innovadoras creativas y originales que atraigan la atención del consumidor, seguido de una buena administración y control en el área contable y sin dejar los reglamentos jurídicos.

Es importante, para esta investigación, considerar un documento del Ministerio de Industrias y Productividad³, que comenta los parámetros para una inversión extranjera en el Ecuador; con el fin de no obviar ningún factor, se lo expone textualmente:

"En los últimos años, el Ecuador ha emprendido en una serie de acciones para modernizar su economía dentro del nuevo esquema que presenta la tendencia mundial, frente a la globalización económica y a la apertura de mercados.

Dentro de estas acciones se considera de gran importancia, dentro de la política económica, el tratamiento a la inversión y la consecución del

² Circular a las Instituciones del Sistema Financiero, Banco Central del Ecuador.

³ http://www.micip.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=187:parametros-de-la-inversion-extranjera-en-el-ecuador&catid=50:inversiones&Itemid=72

cada vez más complicado objetivo de captar recursos financieros del exterior, vía inversión extranjera directa, orientada a dinamizar la economía nacional y a la generación de una creciente corriente de bienes y servicios, tanto para el mercado interno como para el internacional; a la vez que generar fuentes de trabajo que alivien el problema de desocupación y subocupación que aqueja al país.

En este tema, se ha trabajado en la definición de un marco legal claro, que dé señales al inversionista extranjero de que el Ecuador respetará sus derechos, que su clima de inversiones es favorable y que el país constituye una verdadera alternativa para la colocación de sus capitales.

La Constitución Política promueve la inversión privada en la economía, garantiza la libertad de las empresas y obliga al Estado a estimular la libre competencia y los mercados competitivos. Contiene asimismo disposiciones encaminadas a proteger la propiedad privada y a garantizar el cumplimiento de los contratos. Si bien el Estado sigue siendo responsable de las carreteras y puertos y del abastecimiento de agua potable, la energía eléctrica y las telecomunicaciones, puede delegar los servicios correspondientes al sector privado mediante concesiones o la privatización de empresas estatales. Esas disposiciones se aplican a todos los inversores privados, tanto nacionales como extranjeros.

El Gobierno del Ecuador mantiene una actitud abierta al arbitraje internacional y permite a los inversores extranjeros someter cualquier diferencia a ese arbitraje con arreglo a las condiciones de los tratados internacionales de los que el Ecuador es Parte. Además, el Ecuador es signatario del Convenio sobre Arreglo de Diferencias relativas a Inversiones entre Estados y nacionales de otros Estados, aprobado en Washington en 1965."

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de la implementación de una empresa de Asesoramiento Gerencial para mejorar la eficiencia de las PYMES.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un estudio sobre los errores y aciertos que hayan tenido las empresas Multinacionales.
2. Realizar un estudio sobre las necesidades de las Pymes.
3. Analizar como poder implementar nuevas estrategias administrativas en la Pymes.
4. Realizar un plan de mercadeo para determinar la manera de introducir en el mercado y poder cautivar a la mayor cantidad posible de pequeñas y medianas empresas y así poder asesorarlas en el ámbito necesario.

1.4 CARACTERIZACION DEL SERVICIO ESTRATEGIAS DE ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO

CONSULTORIA GERENCIAL

Esta consultoría consiste en los siguientes elementos:

- **Consultoría Contable**

- o Emisión de libros y registros contables.
- o Preparación y confección de balances mensuales, trimestrales y semestrales
- o Conciliación de cuentas contables.
- o Preparación de estados contables anuales.
- o Control de Inventario y Logística
- o Implementación de sistemas contables

- **Consultoría Financiero**
 - Análisis y evaluación del negocio actual y futuro de la empresa.
 - Evaluación de eficiencia y operatividad
 - Análisis de costos financieros.
 - Determinación y estudios de costos de comercialización y distribución.
 - Diseño e implementación de técnicas de reducción de costos.

- **Consultoría de Investigación de mercado**
 - Estudio del mercado objetivo
 - Micro y Macro segmentación de mercado
 - Estudio de mercado mediante herramientas cualitativas y cuantitativas.
 - Resultado y conclusiones

- **Servicios Tributarios**
 - Asesoramiento integral en Impuestos nacionales, provinciales y municipales.
 - Preparación y confección de las declaraciones juradas de empresas y personas físicas.
 - Verificación de cumplimiento de normas sobre facturación y registración.
 - Asesoramiento ante inspecciones de distintos organismos fiscales.
 - Servicio de actualización permanente en novedades fiscales.

1.5 ESTRATEGIA DE ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO

Mediante una investigación proporcionada por el SRI servicio de rentas internas, se seleccionaron las empresas que constan como grandes contribuyentes entre ellas 22 de las más conocidas empresas multinacionales que operan en Ecuador.

| TABLA N° 1 | | |
|---|--------------------|------------------|
| EMPRESAS MULTINACIONALES EN ECUADOR | | |
| RAZÓN SOCIAL | SECTOR | PROVINCIA |
| OTECEL S.A. | Telecomunicaciones | Pichincha |
| HOLCIM ECUADOR S.A. | Construcción | Guayas |
| NESTLE ECUADOR S.A. | Multisectorial | Pichincha |
| ECUADOR BOTTLING COMPANY CORP. | Multisectorial | Pichincha |
| SCHLUMBERGER SURENCO S.A. | Petrolero | Pichincha |
| UNILEVER ANDINA ECUADOR S.A. | Multisectorial | Guayas |
| GENERAL MOTORS DEL ECUADOR S.A. | Automotriz | Pichincha |
| YANBAL ECUADOR S.A. | Multisectorial | Pichincha |
| MABE ECUADOR S.A. | Multisectorial | Guayas |
| TOYOTA DEL ECUADOR S.A. | Automotriz | Pichincha |
| COLGATE PALMOLIVE DEL ECUADOR SOCIEDAD ANONIMA INDUSTRIAL Y COMERCIAL | Multisectorial | Guayas |
| HALLIBURTON LATIN AMERICA S.A., LLC. | Petrolero | Pichincha |
| KIMBERLY - CLARK ECUADOR S.A. | Multisectorial | Guayas |
| PRODUCTOS AVON ECUADOR S.A. | Multisectorial | Pichincha |
| BAYER S.A. | Multisectorial | Pichincha |
| BRENNTAG ECUADOR S.A. | Multisectorial | Guayas |
| AMANCO PLASTIGAMA S.A. | Construcción | Guayas |
| BAKER HUGHES SERVICES INTERNATIONAL INC | Petrolero | Pichincha |
| JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR S.A. | Multisectorial | Guayas |
| KRAFT FOODS ECUADOR C. LTDA. | Multisectorial | Pichincha |
| NOVOPAN DEL ECUADOR S.A. | Multisectorial | Pichincha |
| NOKIA SIEMENS NETWORKS ECUADOR S.A. | Multisectorial | Guayas |

Unilever también compite en las categorías de cuidado personal y del hogar. Entre sus marcas más conocidas destacan el té Lipton, los productos alimenticios Knorr y Hellmanns y las marcas de cuidado personal Sunsilk/Sedal, Axe, Dove y los limpiadores para el hogar Cif y Surf.

La misión corporativa de Unilever es "Dar vitalidad a la vida", satisfaciendo las necesidades diarias de nutrición, higiene y cuidado personal, con marcas que ayudan a la gente a verse bien, sentirse bien y aprovechar más la vida. La empresa establece 4 prioridades a nivel global:

1. Integrar la sustentabilidad al negocio y como responsabilidad de todos. Consideran las implicaciones sociales económicas y ambientales en el negocio y las marcas. Por ejemplo, tienen un programa llamado Brand Imprint que mide y busca reducir el impacto de las marcas en el ambiente.
2. Enfocarse en cambio climático, agua, empaque y agricultura sostenible como temas prioritarios para reducir el impacto ambiental de la empresa. Uno de sus principales programas es el aseguramiento de que todas sus hojas de te vengan de agricultores certificados: "Rainforest Alliance Certified TM farms".
3. Enfocar las alianzas sociales globales en problemas de nutrición e higiene. Cuentan con dos programas globales: "Global Health through Hygiene Programme" y "Nutrition Enhancement Programme".
4. Continuar trabajando en sus eco eficiencias, el manejo de la cadena de suministros desde los proveedores hasta los consumidores, la salud y seguridad de los empleados y la inversión en la comunidad.

Involucramiento de "stakeholders" externos buscando una relación ganar-ganar

Unilever destaca por su iniciativa para involucrar a interlocutores externos en sus estrategias, buscando y obteniendo beneficios para ambas partes.

Construir este tipo de relaciones ganar – ganar permite el sostenimiento de las acciones de responsabilidad social corporativa en el tiempo.

Unilever tiene un programa global llamado Programme for Responsible Sourcing (PROGRESS), donde unidos a empresas competidoras como Pepsico, evalúan a los proveedores y garantizan que tengan prácticas responsables. Es un modelo eficiente, pues los suplidores reciben solicitudes más estandarizadas de las empresas solicitantes, quienes unidas también comparten un único esfuerzo de evaluación de sus proveedores. Regionalmente, en Brasil tienen un modelo de integración de proveedores pequeños en asociación con la ONG Integrare, donde Unilever se comprometió a comprar USD \$1MM en el 2008 a proveedores locales miembros de Integrare, los cuales actuaron con altos niveles de lealtad y compromiso hacia la empresa, dada la oportunidad otorgada. En Argentina tienen un programa de capacitación de proveedores **PYMES** y de ayuda a los proveedores agricultores para mejorar sus prácticas y calidad de sus productos.

En cuanto a sus relaciones con los "retailers" o minoristas, uno de los objetivos globales de Unilever es convertirse en el proveedor más sostenible para sus "retailers" claves. En el año 2008 Unilever fue elegido por Walmart (el retailer más grande del mundo) como "El suplidor del año para un compromiso con el desarrollo sostenible". Específicamente en Brasil, Unilever y Walmart hicieron una campaña educativa en las tiendas Walmart para enseñar buenos hábitos de consumo de agua e higiene a los compradores, mientras se promocionaban las marcas de Unilever. Por otra parte, Unilever Argentina ofrece programas de capacitación en temas como liderazgo y negociación a la fuerza de ventas de distribuidores y a los autoservicios.

En ayuda comunitaria, sus programas tienden a enfocarse en nutrición e higiene, buscando crear una buena reputación, en el sector alimenticio. Sin embargo, también tienen otros programas comunitarios locales con claros beneficios tangibles tanto para la comunidad, como para la empresa. En Argentina tienen un programa llamado "Jóvenes para SUMAR. (Sinergia Unilever para una Mejor Argentina)" que busca insertar

en el mundo laboral a jóvenes con escasos recursos (como "merchandisers" de Unilever). También tienen en Argentina Centros de Formación Técnica (CFT) para la comunidad donde dan capacitaciones para ser operarios de plantas de Unilever.

En todos estos esfuerzos podemos notar un interés de Unilever en educar a la comunidad cercana, pero de una forma estratégica, buscando claros beneficios para el negocio. Es claro que Unilever se enfoca en capacitar a sectores conectados a la empresa, como sus proveedores, compradores en las tiendas de sus minoristas y posibles futuros trabajadores de la empresa.



COLGATE

Colgate es una empresa pública de origen estadounidense, con más de 36.000 empleados y ventas cercanas a los USD \$14.000 millones. Tienen operaciones en más de 80 países y venta de sus productos en más de 200 países. Tienen marcas y productos en 4 categorías distintas: cuidado bucal, cuidado personal, cuidado del hogar y nutrición animal. Entre sus marcas más conocidas se encuentran Colgate, Palmolive, Suavitel y Fab. La visión de Colgate es "Ser la mejor empresa global de productos al consumidor" y para ello establecen 3 valores corporativos enunciados como 1) Cuidar, 2) Trabajo en equipo global y 3) Mejora Continua. El valor de Cuidar muestra un claro compromiso con la RSC, tal y como se refleja en sus comunicaciones corporativas: "Cuidar - Colgate es una empresa preocupada por las personas, ya sean empleados de la empresa, clientes, accionistas o socios de negocios. Nuestro compromiso es actuar con compasión, integridad y honestidad en todo momento, escuchar respetuosamente a los demás y valorar las diferencias. También estamos comprometidos a proteger el ambiente a nivel mundial y a contribuir al mejoramiento de las comunidades donde vive y trabaja el personal de Colgate".

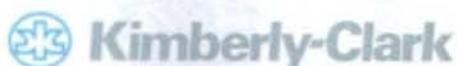
Su estrategia global de sustentabilidad es resumida por ellos mismos en un modelo de 3Ps: People (gente), Performance (resultados) y Planet.

Programa filantrópico estratégico de educación para la salud bucal, con más de 40 años de ejecución

Desde hace más de 40 años, el compromiso de Colgate-Palmolive ha sido impartir educación sobre la salud bucal a niños de todo el mundo. Hoy en día lo hacen principalmente por medio de su programa "Sonrisas Brillantes, Futuros Brillantes", una iniciativa dirigida a niños escolares, con varios frentes para promover la importancia de la salud bucal mediante la educación y la prevención.

En varios países de la región todos los días un equipo de Colgate visita escuelas públicas en las principales ciudades, entregando pastas, cepillos dentales y materiales informativos. Desde 1989, año en que se lanzó el programa en México, se han beneficiado a casi 19 millones de niños, lo cual demuestra que México es uno de los países con mayor ejecución del programa en el mundo.

Lo interesante de este programa es su sostenimiento en el tiempo, con beneficios más intangibles que tangibles, pero igualmente vistos como ventajas estratégicas para el negocio. Es muy posible que en un principio este programa no hiciera sentido financiero para la empresa, con altos costos y complejidades de ejecución y escasos beneficios tangibles a corto plazo. Sin embargo, también es muy posible que el sostenimiento en el tiempo del programa, haya sido uno de los pilares fundamentales para incentivar la prueba y uso del producto, construir la imagen de la marca y lograr su posicionamiento como líder del mercado bucal en la región de Latinoamérica. Por otro lado, este programa ha permitido a Colgate establecer alianzas con gobiernos, profesionales dentales, profesionales de la educación, escuelas y comunidades, que seguramente también han contribuido a afianzar el posicionamiento y la credibilidad de la marca.



KIMBERLY CLARK

Kimberly Clark es una compañía con presencia global, de origen estadounidense. La empresa cuenta con un equipo de trabajo de más de 53.000 empleados alrededor del mundo, con centros de producción en 37 países y puntos de venta en más de 150 países. Sus ventas superaron los USD \$19.000 millones en el año 2008, siendo la 2da compañía americana en productos para el hogar y el cuidado personal después de Procter & Gamble. Entre sus marcas más conocidas están: Huggies, Pull-Ups, Plenitud, Poise, Kotex, Kleenex, Scott, entre otras.

La misión de Kimberly Clark es mejorar la salud, la higiene y el bienestar de las personas cada día y en todas partes del mundo. Globalmente declaran enfocarse en iniciativas de sustentabilidad que generen ventaja competitiva, es decir que mejoren los resultados de negocio, mientras contribuyen a la comunidad o el ambiente. Sus esfuerzos de sustentabilidad se dividen en 4 áreas: productos, operaciones, empleados y comunidades.

Comprometidos con la reducción del impacto ambiental bajo una visión global y acciones locales

En Kimberly Clark a nivel global y regional se puede notar un elevado compromiso por la protección del medio ambiente, lo cual probablemente haya surgido como respuesta a la gran utilización de fibra proveniente de la madera, la material prima principal de la mayoría de los productos de la empresa. Uno de los principales compromisos de Kimberly Clark es utilizar fibra virgen sustentable o fibra reciclada. Llamamos a fibra virgen sustentable aquella que proviene de proveedores certificados bajo alguna de las 5 certificaciones globales reconocidas por Kimberly Clark. En el caso de Brazil, el 100% de la fibra utilizada proviene de proveedores certificados bajo el Sistema Brasileiro de Certificação Florestal (CERFLOR). Otro aspecto a destacar de Kimberly Clark en el área medioambiental es su programa global "Vision 2010", el cual se repite cada 5 años, siendo

esta su 3ra ejecución, donde la empresa se establece metas de mejoría en las áreas de ambiente, salud y seguridad. El compromiso asumido con este programa incluye cumplir con los requisitos legales y corporativos, prevenir la contaminación, optimizar la calidad del agua residual, la disminución de su consumo, la conservación de la energía y la reducción de las emisiones gaseosas y desechos sólidos. Lo interesante de este programa es que las metas son aterrizadas a cada centro operativo de Kimberly Clark en el mundo, midiéndose año tras año no solo las mejoras globales, sino también la cantidad de centros que lograron sus objetivos. También vale la pena destacar que todas las unidades industriales operativas de Kimberly Clark poseen un sistema de gestión ambiental llamado "Environmental Management System (EMS)" que responde y excede los lineamientos básicos de las normas internacionales ISO 14000. Es auditado en forma anual en las plantas de papel "tissue" y bianualmente en las plantas de protección femenina, infantil y adultos.



NOKIA

Los consumidores latinoamericanos están ansiosos por las facilidades que los smartphones pueden ofrecer. Una investigación hecha por el instituto IDC muestra que en este año, el mercado latinoamericano de dispositivos inteligentes crecerá un 37.5% en volumen, llegando a 17 millones de unidades. En 2011, serán 25 millones, llegando a un 15.4% del mercado total. Nokia lidera la adopción de los smartphones, servicios móviles y las aplicaciones en la región. Este crecimiento proporciona un sensible cambio en las dinámicas del sector, y convierte al ecosistema formado por proveedores de contenido, desarrolladores de aplicativos, la industria y los operadores, en un sector cada vez más importante.

Es en este escenario que Nokia realiza Ovi Expedition II, evento que da continuidad a la edición hecha en México durante el 2009, con la presencia de representantes de los medios de comunicación de 12

países. Durante dos días, ejecutivos de la empresa estarán junto con invitados y desarrolladores, con el fin de hablar acerca de las tendencias en el cambio del comportamiento de los consumidores, con el aumento de la cantidad de subscriptores móviles y del uso de smartphones.

Es un hecho que la posibilidad de personalización proporcionada por las aplicaciones disponibles para descargas, gratuitas y pagas, están revolucionando la manera cómo las personas usan sus celulares. "No vivimos en un mundo en el que solamente una opción es suficiente. Las personas quieren soluciones que comprendan sus necesidades específicas, que estén acorde con sus realidades. Por eso, cada vez más, nuestra intención es trabajar con socios locales que hagan nuestro portafolio global de productos y servicios más relevante para cada usuario", explica Purnima Kochikar, vice-presidente de las comunidades de desarrolladores y de Fórum Nokia. *Nokia N8 llega a América Latina* Durante Ovi Expedition II, Nokia aprovecha la oportunidad para lanzar en América Latina uno de los dispositivos más esperados de los últimos tiempos, el Nokia N8. Es el primer modelo con Symbian^3, la nueva versión de la plataforma de smartphones más popular del mundo. El sistema operativo es extremadamente rápido, con desempeño sorprendente, pero aun así muy fácil de usar.

"El nuevo Symbian refuerza nuestro liderazgo en este segmento. Mucho se habla del espacio ocupado por los sistemas operativos de la competencia, pero es un hecho que vendemos 260 mil dispositivos Symbian diariamente en el mundo y tenemos 40% del mercado", dijo Olivier Puech, vice-presidente de Nokia para América Latina. Según el reporte del segundo trimestre del instituto Gartner, en nuestra región, la distancia en relación con la competencia es aun más amplia: 44,2% de los smartphones vendidos son Nokia.

Con una sofisticada cámara de 12MP, con capacidad de grabar videos en alta definición (HD), el Nokia N8 es el dispositivo más poderoso que el consumidor puede encontrar para crear, reproducir y compartir

contenido, sea en sus cuentas de redes sociales, como Facebook y Twitter, o en su casa. Además del lanzamiento del Smartphone, la empresa aprovecha para mostrar los nuevos integrantes de la familia Symbian^3, recientemente anunciados en Nokia World: Nokia C6, Nokia C7 y Nokia E7, así como las últimas novedades de los servicios Ovi.

Johnson+Johnson

J&J

Johnson & Johnson, es un conglomerado de más de 200 empresas bajo un modelo totalmente descentralizado de toma de decisiones, se encuentra sólidamente posicionada en la mente de consumidores de todo el mundo como un fabricante de bienes de consumo masivo para el tocador.

Sin embargo, lo cierto es que este rubro sólo representa una porción minoritaria de los 61.000 millones de dólares que factura anualmente la compañía. La mayor parte de sus ingresos se derivan de la venta de artefactos médicos (desde prótesis hasta medidores de glucosa) y medicamentos.

Ahora bien, lo interesante del caso desde el punto de vista del management, es la manera descentralizada en que la compañía gestiona sus múltiples negocios globales. J&J es un conglomerado de más de 200 empresas diseminadas a lo largo y ancho del planeta que operan en culturas y ambientes de negocios variados.

La principal restricción que enfrentan estas organizaciones es la pérdida de control. En efecto, en los esquemas centralizados, de toma de decisiones, los altos directivos pueden fijar directamente el rumbo de las distintas unidades de la compañía.

De esta forma, es posible alcanzar una mejor coordinación y una ejecución más eficaz de la estrategia corporativa.

No obstante, si bien la centralización fortalece el control de gestión, también puede incrementar los riesgos a los que se expone la organización.

Una mala decisión estratégica lleva a toda la organización en la dirección equivocada. Las estructuras descentralizadas, por el contrario, suelen reducir su exposición a los errores estratégicos del top management.

Al disponer las unidades de cierta libertad para implementar sus propias políticas, los resultados de cada una son relativamente independientes y se reducen los riesgos de un derrumbe generalizado como consecuencia de un error cometido en la cúspide. En segundo lugar, la descentralización es más eficaz para responder más ajustadamente a los heterogéneos deseos de los clientes locales (y demás stakeholders, sin olvidar al gobierno).

Las distintas empresas del conglomerado J&J son dirigidas por ejecutivos criados en el país donde operan.

Así, es más probable que comprendan la idiosincrasia local y tomen mejores decisiones de marketing, capital humano, relaciones públicas, etc.

Bajo este tipo de estructura, las empresas tienen más oportunidades de responder mejor al contexto local que si las órdenes emanasen directamente de la casa matriz a miles de kilómetros de distancia.

Finalmente, los esquemas descentralizados brindan extraordinarias oportunidades para el desarrollo del capital humano.

J&J ofrece a sus empleados la posibilidad de desplazarse entre sus múltiples empresas, aprendiendo (y equivocándose) en unidades marginales para ir alcanzando progresivamente puestos de mayor responsabilidad en las compañías más importantes del grupo.

Uno de los casos más curiosos es una estrategia de marketing que utilizaron en una de sus marcas O.B. Johnson & Johnson deseaba aumentar considerablemente la notoriedad de su marca de tampones

o.b. Y puesto que la gran mayoría de las mujeres con edades comprendidas entre los 14 y los 18 años utiliza Windows Live Messenger,⁴ la empresa decidió colaborar con Microsoft Advertising para crear un Paquete Temático, La campaña fue un rotundo éxito.

Solución creativa

Dado que las chicas dedican cada vez más tiempo a utilizar los servicios de mensajería instantánea y a navegar por Internet, los anunciantes deben luchar por conseguir llegar a este mercado mediante la televisión y otros canales offline tradicionales. JJCBV decidió contar con Microsoft Advertising ⁵para desarrollar un Paquete Temático para Windows Live Messenger con el que pretendía dar a conocer su marca de tampones.

Las usuarias podían descargar guiños, iconos gestuales, fondos y avatares temáticos para mostrar basados en el vóley playa. Los contenidos se diseñaron para dar a conocer los vínculos entre la marca o.b. y dicho deporte.

Resultados de la campaña

La campaña fue un rotundo éxito a la hora de aumentar el conocimiento y mejorar la percepción de la marca o.b.:

- El consumo de la marca entre el público objetivo aumentó seis puntos porcentuales
- El conocimiento del patrocinio de la marca del vóley playa creció 15 puntos porcentuales
- El conocimiento del sitio web de la marca subió 10 puntos porcentuales
- Se registraron más de 160.000 descargas
- El 77% de las jóvenes que utilizaban otra marca de tampones afirmaron que seguramente utilizarían tampones o.b. en el futuro.

⁴ <http://www.virtualum.edu.co/mercadeo/info/index.php/biblioteca/283-el-gigante-de-los-productos-de-cuidado-personal-ve-aumentar-el-consumo-de-su-marca-gracias-a-los-paquetes-tematicos.html>

⁵ <http://www.virtualum.edu.co/mercadeo/info/index.php/biblioteca/283-el-gigante-de-los-productos-de-cuidado-personal-ve-aumentar-el-consumo-de-su-marca-gracias-a-los-paquetes-tematicos.html>

CAPITULO II

HIPOTESIS Y

MARCO REFERENCIAL

2. HIPOTESIS

Los índices financieros de rentabilidad obtenidos determinarán la factibilidad para la implementación de una empresa de servicios dedicada al asesoramiento contable, jurídico, financiero y de mercadeo, para las pequeñas y medianas empresas de Guayaquil.

2.1. METODOLOGÍA

2.1.1 PROCEDIMIENTOS TEORICOS

Permiten revelar las relaciones esenciales del objeto de investigación, son fundamentales para la comprensión de los hechos, por lo que se tomará en consideración los siguientes métodos:

- Método Hipotético – Deductivo.
- Método Inductivo - Deductivo
- Método Histórico – Lógico

2.1.2 PROCEDIMIENTOS EMPIRICOS

Permiten efectuar el análisis de la información, así como verificar y comprobar las concepciones teóricas. Se aplicará en esta investigación lo siguiente:

- **Medición.**- Se la utilizará en el plan de mercadeo, para medir y tabular las encuestas efectuadas, establecer resultados y así obtener conclusiones.

2.1.3 TECNICAS

Posibilitan la recolección de la información. Las que se utilizarán son:

- **Muestreo:** Selecciona una muestra confiable para aplicar las encuestas.
- **Encuesta:** Aplicada en la muestra seleccionada.

2.2 MARCO REFERENCIAL

2.2.1 MARCO TEÓRICO⁶

- **Estudio de Factibilidad.** Pretende analizar la viabilidad de un emprendimiento, mediante la proyección y análisis de diversos aspectos económicos y financieros, de los resultados de este estudio se determina si ES o No es factible.

- **Gestión.** Es un proceso ordenado, lógico y sistemático que asegura el cumplimiento de un determinado objetivo, administrativamente se considera a la "Gestión" como un conjunto de herramientas administrativas enfocadas al desarrollo y comprobación de un proyecto en determinada área o campo de especialización:

- Posición de tu producto
- Posición de un vector ideal
- Posiciones de productos competidores

- **Posicionamiento.** Es una estrategia continuada y combinada de presencia, servicio y calidad para lograr una alta prioridad en la mente del cliente cuando toma decisiones de compra.

- **Proyecto.** Es un conjunto de actividades y acciones emprendidas que tiene como propósito alcanzar determinadas metas y objetivos mediante el uso eficiente de medios y recursos, para crear un producto o un servicio único.

- **Riesgo País.** Indicador construido a partir de la diferencia entre la tasa de interés que debe pagar un país para colocar sus bonos de deuda y la tasa que pagan los bonos del tesoro de los EEUU. Introduce la evaluación de factores políticos e institucionales al análisis económico.

- **Teoría de la demanda.** Es el total demandado para cada precio por cada consumidor. Esto, llevaría a la curva de demanda del bien, que

⁶ <http://www.gratisweb.com/economiafacil/diccionario.htm>

generalmente se representa como una curva descendente, debido a que en el eje de abscisas se representa el precio, y en el de ordenadas la cantidad de bien demandada. Significa que cuanto menor es el precio, mayor es la cantidad demandada.

- **Teoría de la oferta.** La oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual. Gráficamente se representa mediante la curva de oferta; debido a que la oferta es directamente proporcional al precio, las curvas de oferta son casi siempre crecientes. Además, la pendiente de una curva de oferta suele ser también creciente (es decir, suele ser una función convexa), debido a la ley de los rendimientos decrecientes.

- * Determinar la cuota de cada producto que ocupa la mente de los consumidores
- * Determinar la localización actual de cada producto en el espacio del producto
- * Determinar las combinaciones favoritas de atributos de quienes constituyen los mercados objetivos (respecto a un vector ideal)
- * Identificar productos competidores

Generalmente, el proceso de posicionamiento de producto comprende: Un proyecto es una empresa planificada que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto y un lapso de tiempo previamente definidos.

2.2.2 MARCO LEGAL Y CONSTITUCION DE UNA EMPRESA

Según la Legislación Ecuatoriana reconoce a dos tipos de personas: personas naturales y personas jurídicas. Las primeras son individuos capaces de contratar y ejercer actividades económicas.

Al hablar de persona jurídica, se está hablando de una persona física, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles y de ser presentadas judicial y extrajudicialmente (Art. 583 del Código Civil).

Las personas jurídicas deben constituirse por medio de una escritura pública y ante los órganos competentes que identifiquen su actividad u objeto, para lo cual debe realizar los siguientes procedimientos según ley:

- Requisitos para crear una sociedad anónima o limitada:
- Registro de la empresa en la superintendencia de compañías.
- Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes)
- Obtención de la Patente Municipal.
- Obtención del Permiso del Cuerpo de Bomberos de la Ciudad de Quito.
- Registro de la empresa en el Registro Mercantil.
- Registro en la cámara de comercio.
- Otros requisitos de ley según la actividad.

Es de vital importancia, incluir dentro de capítulo, las disposiciones legales para las inversiones, las mismas que se encuentran en un documento del Ministerio de Industrias y Productividad; de igual forma se lo transcribe textualmente:

"La INVERSION EXTRANJERA DIRECTA (IED), en el Ecuador se rige por la Ley de promoción y garantía de la inversión promulgada en 1997, compatible con la Decisión 291 de la COMUNIDAD ANDINA (CAN).

La Ley de la inversión reconoce los beneficios económicos potenciales de la IED, como la generación de empleo, el incremento y diversificación de las exportaciones, el desarrollo de tecnologías apropiadas y la integración de la economía nacional en la economía mundial.

La ley establece un Sistema Nacional de Promoción de Inversiones, que es un sistema de reglas e instituciones públicas y privadas que trata de políticas y cuestiones relacionadas con la participación de empresas extranjeras en la economía ecuatoriana.

La coordinación general del sistema está encomendada al Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad (MICIP), mientras que la responsabilidad de formular las políticas nacionales de

inversión corresponde al Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI)".⁷

Entre las instituciones que participan en el sistema figuran el Ministerio de Relaciones Exteriores, la Corporación Financiera Nacional, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) y otras entidades públicas y privadas, incluidas las asociaciones de productores y profesionales.

En esta Ley se declara como prioridad nacional a la inversión en los sectores productivos y de servicios.

Las inversiones extranjeras podrán efectuarse en todos los sectores de la economía, sin restricción ni autorización previa del MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACION PESCA Y COMPETITIVIDAD (MICIP) o de cualquier organismo del Estado, salvo aquellos relacionados con áreas estratégicas del Estado, para los cuales se requiere la autorización de la entidad correspondiente al área de la inversión. Para efectos de esta Ley, se entiende como inversión extranjera, cualquier clase de transferencia de capital destinada a la producción de bienes y servicios, que puede comprender:⁸

- Recursos Financieros en moneda libremente convertible.
- Bienes físicos tales como plantas industriales, maquinarias nuevas o reacondicionadas, equipos, repuestos, partes, piezas, materias primas y productos intermedios.
- Contribuciones tecnológicas y tangibles, tales como marcas, modelos industriales, asistencia técnica, conocimientos técnicos patentados y no patentados que puedan presentarse en debida forma.

Toda inversión extranjera debe ser registrada en el Banco Central del Ecuador, con los documentos justificativos del caso.

⁷ http://www.micip.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=188%3Adisposiciones-legales-para-las-inversiones&catid=50%3Ainversiones&Itemid=72

⁸ http://www.micip.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=188%3Adisposiciones-legales-para-las-inversiones&catid=50%3Ainversiones&Itemid=72

CAPITULO III

ANALISIS SITUACIONAL

3. ANÁLISIS SITUACIONAL

3.1 ANÁLISIS EXTERNO MACROAMBIENTE

En este análisis se consideran las fuerzas que intervienen en la empresa y todas las actividades económicas que se llevan a cabo en el país.

3.1.1 ASPECTOS ECONOMICOS

Existen varios factores que inciden dentro de este campo y que afectan directa o indirectamente a la empresa, dentro de éstos se encuentran los siguientes:

3.1.1.1 INFLACION

Es el incremento permanente y sostenido de los precios, que ocasionan la pérdida del poder adquisitivo de la moneda a través del tiempo.

En la siguiente tabla se muestran los valores mensuales de este factor, desde el año 2009, con el fin de tener en consideración este análisis comparativo:

| TABLA N° 2 INFLACIÓN | | |
|----------------------------|------------|--------------|
| AÑO | MES | INFLACIÓN |
| 2009 | ENERO | 8,36% |
| | FEBRERO | 7,85% |
| | MARZO | 7,44% |
| | ABRIL | 6,52% |
| | MAYO | 5,41% |
| | JUNIO | 4,54% |
| | JULIO | 3,85% |
| | AGOSTO | 3,33% |
| | SEPTIEMBRE | 3,29% |
| | OCTUBRE | 3,50% |
| | NOVIEMBRE | 4,02% |
| | DICIEMBRE | 4,31% |
| 2010 | ENERO | 4,44% |
| | FEBRERO | 4,31% |
| | MARZO | 3,35% |
| Proyección Promedio | | 6,64% |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Las Autoras

Fecha: Abril 2010

Se puede considerar a este factor, de alto impacto para el país y las actividades futuras involucradas con las asesorías.

3.1.1.2 TASA DE INTERES

La tasa de interés activa es el porcentaje de las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones del mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos; favorecen de forma directa a la banca.

La tasa de interés pasiva es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero, mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen; los beneficiados son los depositantes.

A continuación, se detallan los valores de estas variables:

| TABLA N° 3 TASAS DE INTERES | | |
|--------------------------------|--------------|--------------|
| Fecha | Activa | Pasiva |
| 31/10/2009 | 9,19% | 5,44% |
| 30/11/2009 | 9,19% | 5,44% |
| 31/12/2009 | 9,19% | 5,24% |
| 31/01/2010 | 9,13% | 5,24% |
| 28/02/2010 | 9,10% | 5,16% |
| 31/03/2010 | 9,21% | 4,87% |
| 30/04/2010 | 9,12% | 4,86% |
| Tendencia | 9,31% | 5,32% |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Las Autoras

Fecha: Abril 2010

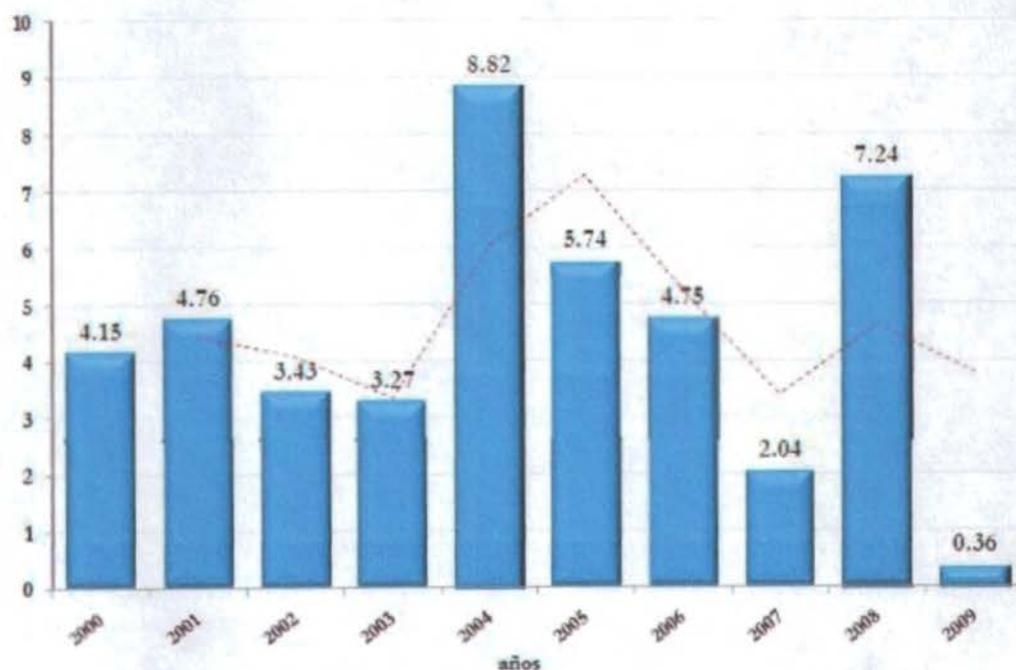
Para esta investigación, se considera que mediante un préstamo se podría obtener liquidez, en el caso de que el aporte de los accionistas no sea suficiente, además, si es el caso, se podría invertir parte del dinero en

pólizas o depósitos a plazo para también disponer de dinero en cualquier momento; sería considerado como un plan de contingencia económico.

3.1.1.3 PRODUCTO INTERNO BRUTO

Es la producción de bienes y servicios de un país. Se mide con la sumatoria de todos los sectores productivos del Ecuador, como son: Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura; Explotación de minas y canteras; Industrias manufactureras (excluyendo la refinación del petróleo); Suministro de electricidad y agua; Construcción y obras públicas; Comercio al por mayor y al por menor; Transporte y almacenamiento; servicios de intermediación financiera; Servicios gubernamentales; Servicio doméstico; Otros servicios; entre otros elementos del PIB.

GRÁFICO N° 1
Producto Interno Bruto
variación anual (%)



Fuente y Elaboración: Banco Central del Ecuador

3.1.1.4 BALANZA COMERCIAL

Es el registro de las importaciones y las exportaciones de un país en un período de tiempo.

En lo que se refiere a las exportaciones e importaciones del país, en enero/febrero de 2010⁹, en valor FOB que se comercializaron en América, se detalla a continuación:

| TABLA N° 4 BALANZA COMERCIAL EXPORTACIONES | | |
|--|------------|---------------|
| DESTINO | PETROLERAS | NO PETROLERAS |
| EE.UU. | 34,51% | 22,02% |
| PANAMÁ | 25,15% | |
| ITALIA | | 9,82% |
| CHILE | 7,48% | |
| PERÚ | 15,47% | 2,64% |
| ALEMANIA | | 504,00% |
| URUGUAY | 1,80% | |
| ESPAÑA | | 414,00% |
| NICARAGUA | 0,82% | |
| COLOMBIA | | 10,00% |
| CHINA | 3,23% | |
| VENEZUELA | 5,32% | 4,27% |

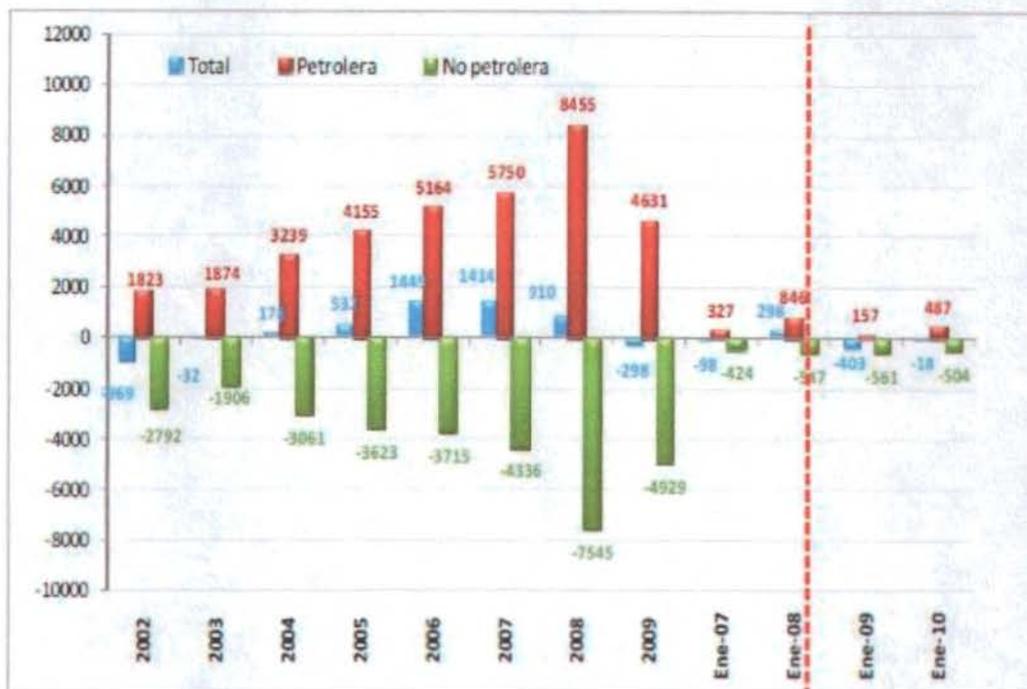
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Las Autoras

| TABLA N° 5 BALANZA COMERCIAL IMPORTACIONES | | |
|--|------------|---------------|
| DESTINO | PETROLERAS | NO PETROLERAS |
| VENEZUELA | 42,96% | |
| EE.UU. | 38,02% | 25,11 |
| PERÚ | 8,56% | 4,13 |
| COLOMBIA | 3,32% | 10,87 |
| MÉXICO | 0,074% | 4,93 |
| CHILE | 6,83% | 3,51 |
| ALEMANIA | 0,063% | 3,21 |
| JAPÓN | | 4,64 |
| ARGENTINA | | 4,31 |
| CHINA | | 8,74 |
| BRASIL | 0,037% | 5,55 |

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

⁹<http://www.bce.fin.ec/docs.php?pat=/documentos/Estadisticas/SectorExterno/Balanzapagos/balanzarcial/ebca201004.pdf>

GRÁFICO N° 2
Balanza Comercial
USD millones



Esta variable es fundamental para el desarrollo del país y se lo incluye en esta investigación, ya que determina el flujo de económico desde y hacia las empresas del exterior.

Análisis

El país necesita exportar más productos con valor agregado, los indicadores relacionados con el PIB registran un aumento pero, este obedece a un incremento considerable en el gasto del gobierno; la Balanza comercial permite observar un alto número de importaciones en artículos que fácilmente pueden ser fabricados a nivel nacional. Es importante precisar que la industrialización, además de generar mayor riqueza, reparte de mejor manera la riqueza pues, genera productos intermedios que pueden dar origen a la constitución de otras empresas.

3.1.1.5 RIESGO PAIS

Es un índice que intenta medir el grado de riesgo que posee un país para las inversiones extranjeras. Los inversionistas, al momento de realizar sus elecciones de dónde y cómo invertir, buscan maximizar sus ganancias, pero, tienen en cuenta el riesgo, que resultaría la probabilidad de que las ganancias sean menor que lo esperado o que existan pérdidas.

Es la sobretasa que paga un país por sus bonos en relación a la tasa que pagan el Tesoro de Estados Unidos, es decir, es la diferencia que existe entre el rendimiento de un título público emitido por el gobierno nacional y un título de características similares emitido por el Tesoro de los Estados Unidos.

El riesgo país está relacionado con la eventualidad de que un Estado soberano se vea imposibilitado o incapacitado de cumplir sus obligaciones con algún agente extranjero, por razones que surgen en cualquier relación crediticia.

En conclusión, este indicador es una brújula para los inversionistas extranjeros, en el cual se muestran las condiciones económicas de un país, además, permite hacer una comparación con países similares.

Como se estableció anteriormente, el valor a Abril de 2010 es de 816,00.

3.2 ASPECTO SOCIO – CULTURAL

Las PYMES por lo general no cuentan con un departamento financiero (a excepción de las grandes empresas que cuentan con auditores, abogados etc.) debido a que muchos empresarios tienen la idea equivocada, de que las compañías por ellos dirigidas son islas excluida del entorno que los rodea. Piensan que porque entre comillas no obtienen pérdidas su negocio marcha muy bien, creen innecesaria la contabilidad porque piensan conocerla sin ni siquiera haberla estudiado, o quizás los costos de contratar a alguien son muy elevados.

3.3 ASPECTO POLÍTICO LEGAL

En el Ecuador, si bien es cierto, el gobierno desarrolla una política pública para guiar el comercio y establece un conjunto de leyes y regulaciones que, limitan los negocios en beneficio de la sociedad; sin embargo, una adecuada optimización de los recursos y el aprovechar las pocas o demasiadas oportunidades que el Gobierno como tal, proporciona para el desarrollo de las entidades, se logrará fomentar la competencia protegiendo a las empresas, asegurar mercados justos para los bienes y servicios, resguardando a los consumidores y en sí, a los intereses de la sociedad.

3.4 ASPECTO TECNOLÓGICO

Como es de conocimiento general, el Ecuador se ha convertido en un consumidor de tecnología ya que, el generarla implicaría costos demasiado elevados y por el momento, no se posee la capacidad adquisitiva para poder desarrollarla.

Sin embargo, la herramienta tecnológica más utilizada es el Internet, lo que se convierte en un factor positivo, mediante el cual se pueden extender las fronteras de comercio y la comunicación con los países vecinos y así ofrecer la asesoría integral, obteniendo un mayor ingreso para el país y cultivando la confianza en el mundo de los negocios.

3.5 ASPECTO AMBIENTAL

Al realizar el análisis se deben tomar en cuenta las actividades humanas y el uso del entorno natural y sus recursos.

El impacto ambiental que genera toda actividad económica, se convierte en un instrumento de análisis, que permite tomar decisiones a través de las cuales, un proyecto o investigación puede garantizar su idoneidad y vida útil en el largo plazo. Por tal Razón, al desarrollar cualquier actividad económica, se debe prevenir que la instalación del mismo no afecte al ecosistema o al menos, se disminuya al máximo posible cualquier tipo de contaminación.

De acuerdo, con la clasificación establecida por la Corporación Financiera Nacional, este trabajo corresponde a la Categoría II, es decir, Neutral al Ambiente lo cual significa que las acciones a desarrollar no tendrán ningún tipo de influencia en este medio.

3.6 ANÁLISIS INTERNO

Para el desarrollo de este factor incidentes, se ha considerado las cinco Fuerzas de Porter, puesto que, además de abarcar las características de este micro entorno, proyecta para analizar las mejores alternativas para esta investigación.

3.6.1 CLIENTES

El sector de pequeñas y medianas empresas son aquellas que poseen de 5 a 50 empleados cuyo capital está valorado aproximadamente en \$150.000, lo cual este va a ser nuestro mercado objetivo al cual vamos a ofrecer nuestro servicio de asesoramiento.

Este tipo de clientes son aquellos que manejan sus empresas de una manera personal es decir que manejan sus propios registros de manera empírica, no mantienen un control regular, etc es por esto que estos hechos indican que no existe una política contable suficientemente específica para este tipo de empresas.

Es aquí cuando nace la oportunidad de ingresar a este mercado en expansión, Esto se podrá hacer aplicando los conceptos y herramientas contables, financieras, fiscales y de mercadeo para que así las pequeñas y medianas empresas contratantes de la asesoría tengan la posibilidad de realizar un análisis profundo de su situación económica actual y futura.

Las PYMES por lo general no cuentan con un departamento financiero (a excepción de las grandes empresas que cuentan con auditores, abogados etc.) debido a que muchos empresarios tienen la idea equivocada, de que las compañías por ellos dirigidas son islas excluida

del entorno que los rodea. Piensan que porque entre comillas no obtienen pérdidas su negocio marcha muy bien, creen innecesaria la contabilidad porque piensan conocerla sin ni siquiera haberla estudiado, o quizás los costos de contratar a alguien son muy elevados

3.6.2 PROVEEDORES

Para el caso de nuestra empresa el nombre correcto a proveedores es fuentes de información, las cuales se detallan a continuación:

- Diarios suscripciones exterior.
- Revistas especializadas en negocios
- Otras investigadoras de mercado en el exterior

3.6.3 INTERMEDIARIOS

Debido a que el giro del negocio trata de acercar la empresa al cliente, no existen intermediarios en el proceso de asesoría.

Únicamente se considerará el trato directo con el cliente como estrategia de mercadeo, el interés y compromiso con las necesidades específicas de los clientes brindarán a la empresa una posición estable en el mercado, además de generar una imagen corporativa sólida.

3.6.4 COMPETENCIA

Entre las principales investigadoras de mercado se encuentran:

- Brandin
- Macan Ericsson
- Rivas Herrera
- Santiago Pérez
- Informe confidencial.
- Cedatos
- Etc.

Aunque esta lista incluye empresas líderes en su ramo, estas atienden cuentas grandes, sus costos son altos y en general realizan estudios sobre emprendimientos que ya cuentan con presencia en Ecuador.

3.6.5 SUSTITUTOS

Este producto no tiene un sustituto perfecto, el funcionamiento se caracteriza por brindar servicios de consultoría con membresías anuales, lo cual permite a la empresa operar con presupuesto cierto y mantener sus costos operativos relativamente bajos.

Sustitutos no perfectos considerados

- Contratación directa de un asesor.
- Contratación de una empresa investigadora y asesora por horas.
- Contratación empresas asesoras por proyectos.
- Afiliación a boletines de cámaras de comercio (Información incompleta)
- Investigación propia.

La posibilidad de sustituir a la empresa con un grupo de asesores propio supone también un aumento considerable en los costos de la compañía que contrata.

3.7 ANALISIS FODA

FORTALEZAS

- ❖ Planeación inicial de la empresa bien estructurada.
- ❖ Personal profesional especializado.
- ❖ Fuentes de información propias.
- ❖ Servicios innovadores y con precios competitivos.
- ❖ Canales de información exclusivos.
- ❖ Sistema de retroalimentación.

- ❖ Investigación de mercado permanente.
- ❖ Contactos internacionales.
- ❖ Convenios con revistas especializadas.

OPORTUNIDADES

- ❖ La complejidad del país requiere asesoría especializada y conocedora del medio.
- ❖ En Ecuador existen muchas fuentes de inversión
- ❖ Gran porcentaje de insatisfacción con la oferta actual.
- ❖ Nichos de mercado desolados.
- ❖ Competencia enfoca sus esfuerzos a mercados cautivos.
- ❖ Las PYMES no tiene fuentes baratas de información y asesoría.
- ❖ Pequeña y mediana empresa buscan constantemente inversionistas para ampliar sus operaciones.
- ❖ Las investigadoras de mercado tercerizan ciertos estudios de mercado a empresas pequeñas.

DEBILIDADES

- ❖ Las PYMES administran sus empresas de manera personal
- ❖ Empresa con bajo presupuesto
- ❖ Los costo de investigación son elevados
- ❖ Los sueldos del personal especializado son costos fijos altos y permanentes.
- ❖ Se requiere mantener competitividad.
- ❖ La empresa puede ser fácilmente copiada.

AMENAZAS

- ❖ En el aspecto económico encontramos claras desventajas para la creación de nuevas empresas, debido a que los indicadores económicos reflejan desaceleración económica.

- ❖ La inflación y el aumento en el sueldo real son estadísticas que pronostican un aumento fuerte de los costos de las empresas en general.
- ❖ El crecimiento del PIB se debe en gran medida al gasto público.
- ❖ Políticas internas desfavorables para la inversión extranjera (Impuesto a la salida de capitales, carga impositiva, legislación laboral inflexible, etc.)

CAPITULO IV

ESTUDIO DE MERCADEO

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 OBJETIVOS

1. Clasificar a las empresas que tienen o no un servicio de asesoría contable, financiera, fiscal y de mercadeo.
2. Determinar si las pequeñas y medianas empresas han utilizado los servicios de una empresa de asesoramiento gerencial.
3. Conocer las expectativas de los clientes con el nuevo servicio a ofrecer.
4. Determinar si las pequeñas o medianas empresas estarían dispuestas a que una empresa asesora contable, financiera y fiscal se encargue de llevarle la contabilidad, pago de los respectivos impuestos y mejorar su situación financiera, estrategias de mercadeo y toma de decisiones.
5. Conocer el nivel de competencia existente, al cual se enfocaría la empresa, para mejorar los servicios e innovar las actividades en el mercado.

4.2 DEMANDA ACTUAL

4.2.1 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO

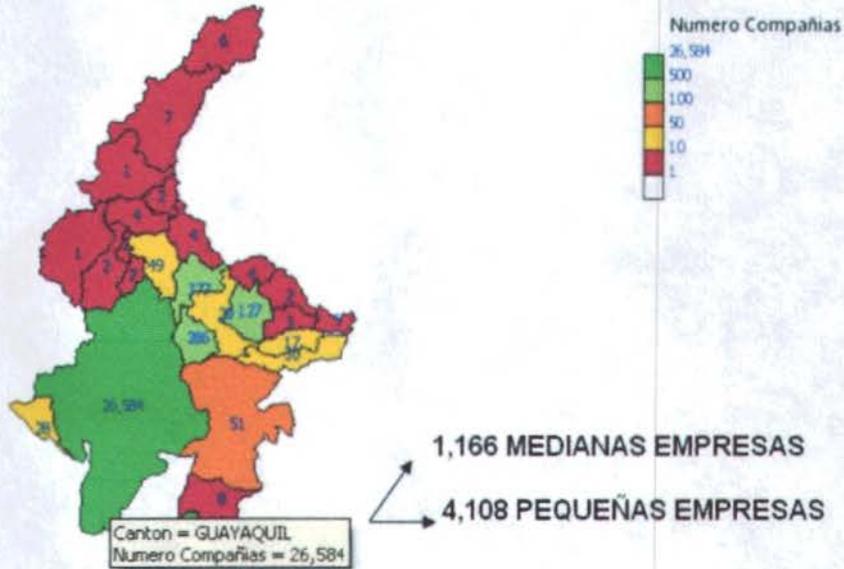
Las Pequeñas y medianas empresas en el Ecuador son aproximadamente 15.000, con un promedio de 22 empleados, se concentran en mayor proporción en las ciudades de mayor desarrollo (Quito y Guayaquil) 77%. Esta información fue recolectada mediante una investigación proporcionada por La Superintendencia de Compañías De las cuales 1420 empresas están afiliadas a la CAPIG.

GRAFICO N° 3

DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LAS COMPAÑIAS EN LA PROVINCIA DE GUAYAS

[Haga clic aquí para VER los parámetros actuales de esta consulta y/o modificarlos](#)

AÑO SELECCIONADO: 2009



Fuente:
SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑIA
Elaboración: Las Autoras
Fecha: Abril 2009

4.2.2 SELECCIÓN DE LA MUESTRA

La muestra será probabilística, es decir, que todos los miembros del conjunto universo tienen la misma probabilidad de ser elegidos y también será estratificada; es decir:

| TABLA N° 6 SECTORIZACION DE LA MUESTRA | |
|---|-----------------------|
| UNIVERSO | ESTRATOS |
| GUAYAQUIL | 20% NORTE |
| | 65% NORTE - CENTRO |
| | 10% CENTRO - SUR |
| | 5 % SUR |

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

La expresión matemática¹⁰ que se aplica es:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{e^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

Siendo,

P: Probabilidad de éxito: asignado el 50%

Q: Probabilidad de fracaso: determinada por el 50%

N: Universo: 1420 empresas

e: Margen de error: 5 % estimado

z: $1,96 \approx 2$ con el 95% de confianza

n: Muestra

Sustituyendo datos, el resultado de la muestra es el siguiente:

$$n = 303$$

Se efectuaron en total 303 encuestas.

4.2.3 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Los datos a obtener son:

- ❖ Generales: Nombre, sector.
- ❖ Deductivos: Tipo de Asesoría
- ❖ Específicos:
 - Aceptación
 - Precio a pagar por asesoramiento.
 - Especificación de consultorías.
 - Manejo administrativo

El formato de la encuesta que se aplicó en la investigación se lo encontrara en el índice de anexos.

¹⁰ Jany C., José Nicolás, Investigación Integral de Mercados, Editorial Mc Graw Hill, Tercera Edición, año2005, p.51.

En base a la información obtenida, en las respuestas de la encuesta se expone la demanda actual:

| TABLA N° 7 DEMANDA ACTUAL | | | | |
|------------------------------|---------|------------|-----------------|----------------|
| PRODUCTO | MUESTRA | ACEPTACION | DATO PRELIMINAR | DEMANDA ACTUAL |
| PAQUETE ASESORAMIENTO | 1420 | 0.61% | 0.27% | 388 |

Fuente: Investigación Directa (Encuestas)

Elaborado por: Las Autoras

Fecha: Abril 2010

4.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La proyección de la demanda está basada en los datos de la Tabla N° 7 y en la tasa de crecimiento (0,050575) de los datos estadísticos de la SC; lo que significa que la demanda para el servicio a ofrecer tendrá un crecimiento notable y que beneficiará para ampliar la cartera de clientes con nuevas empresas, a continuación los datos proyectados:

| TABLA N° 8 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA | | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Producto | Año 2010 | Año 2011 | Año 2012 | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 |
| PAQUETE ASESORAMIENTO | 388 | 355 | 372 | 391 | 411 | 431 |

Fuente: Investigación Directa (Encuestas)

Elaborado por: Las Autoras

Fecha: Abril 2010

4.4 OFERTA ACTUAL

Las cantidades de la Oferta Actual o Demanda Satisfecha, se exponen a continuación:

| TABLA N° 9 OFERTA ACTUAL | | |
|-----------------------------|----------|------------------------------------|
| PRODUCTO | UNIVERSO | DEMANDA SATISFECHA (OFERTA ACTUAL) |
| | | 61.00% |
| PAQUETE ASESORAMIENTO | 388 | 206 |

Fuente: Investigación Directa (Encuestas)

Elaborado por: Las Autoras

Fecha: Abril 2010

4.5 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Se determinó en base a los datos de la tabla anterior enfocados con la tasa de crecimiento de regresión lineal, asumiendo un comportamiento similar así como se lo realizó en la cantidad demandada , ya que son resultados reales de lo que las empresas consumen actualmente en el mercado. En resumen, la siguiente tabla:

TABLA N° 10
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

| PRODUCTO | Año 2010 | Año 2011 | Año 2012 | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 |
|-----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| PAQUETE ASESORAMIENTO | 206 | 216 | 227 | 239 | 250 | 263 |

Fuente: Investigación Directa (Encuestas)
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

4.6 DEMANDA INSATISFECHA

Se puede ver que el porcentaje de la demanda insatisfecha es relativamente bajo con un 27% lo cual es beneficioso para este nuevo servicio de asesoramiento ya que nos dice que la demanda que necesita de asesoramiento gerencial es alta.

La siguiente tabla expone la demanda insatisfecha:

TABLA N° 11
PROYECCIÓN DEMANDA INSATISFECHA

| PRODUCTO | UNIVERSO | DEMANDA INSATISFECHA |
|-----------------------|----------|----------------------|
| | | 27.00% |
| PAQUETE ASESORAMIENTO | 338 | 132 |

Fuente: Investigación Directa (Encuestas)
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

4.7 ESTRATEGIAS COMERCIALES

4.7.1 MARKETING MIX

4.7.1.1 PRODUCTO

Paquetes de Asesoramientos Gerencia dividido en 5 elementos

- Consultoría Contable
- Consultoría Financiero
- Consultoría de Investigación de mercado
- Servicios Tributarios

El costo de todo el paquete de asesoría es uno solo, pero este varía dependiendo las necesidades de los clientes.

NOMBRE

El nombre de la empresa es la denominación que constituye todas las actividades como estructura comercial a la que representa. Debe ser atractivo, fácil de recordar y denotar fuerza, entrega y trabajo.

En base a lo anterior, se ha escogido **"LEMANTI" S.A.**

SLOGAN

El slogan es una frase que describe la mayor fortaleza que le proporciona ventaja competitiva a la empresa.

Por tal razón, se analizó que el personal (directivos, gerentes, coordinadores, asesores, asistentes, entre otros) de la empresa en estudio estará ampliamente capacitado en los servicios a ofrecer, además de manejar y presentar alternativas con eficiencia, por lo que es apropiada la siguiente frase: **ASESORAMIENTO INTEGRAL OPORTUNO.**

SÍMBOLO

El símbolo es la representación gráfica que expone y condensa en un ícono el nombre y slogan de una empresa, es la huella que se desea dejar en los clientes. La empresa en estudio guiará su imagen en base al Nombre y Slogan.

LEMANTI

Asesoramiento Integral Oportuno

La letra que se ha escogido es Comic Sans MS en tamaño 18 y 12, ya que representa un tipo de letra juvenil y divertida, que ayudará para que los clientes tengan presente que es una empresa de gente joven y dispuesta a romper paradigmas.

Es también importante, considerar los colores que identificarán a la empresa, ya que armonizan y dan vida a la imagen corporativa. Existen distintos significados en los colores, por ello, se ha tratado de escoger los más idóneos según lo que la empresa anhela transmitir al mercado. Estos son: azul expresa confianza, armonía, amistad, fidelidad, verdad, constancia, fiabilidad y poder; naranja el color del fuego flameante, puede significar humildad, rejuvenecimiento, intuición.

Lo que se pretende es atraer al cliente, no sólo con la buena combinación y utilización de lo que expresa cada color, sino también demostrar el ímpetu con que se ha realizado la investigación para la empresa, de tal forma que su ejecución sea exitosa y que en el funcionamiento de la misma se rompan paradigmas y se logre soluciones integrales innovadoras a satisfacción de todos sus clientes.

4.7.1.2 PRECIO

Para definir el mejor precio del servicio a ofrecer, se han considerado los costos fijos y variables (como límite inferior) que tendrá la empresa, el precio máximo aceptado en el mercado (como límite superior), lo que

beneficia para proponer un precio competitivo que, además de permitir obtener una utilidad razonable conforme a las ventajas que ofrece el servicio, se encuentre en el mismo rango en relación con los precios de productos similares de la competencia.

4.7.1.3 PLAZA

La plaza de la empresa se encuentra en la ciudad de Guayaquil y no se necesita de otros canales, puesto que no amerita por el servicio que se presta a los clientes.

4.7.1.4 PROMOCIÓN

La comunicación es necesaria para atraer la atención de nuestros posibles o futuros clientes, para que ellos sepan quiénes somos y que servicio ofrecemos.

Las empresas de consultoría han desarrollado diferentes formas de comunicación las cuales han dado resultados y aquellas también nos va a ser de gran utilidad para darnos a conocer en el mercado y las vamos a exponer a continuación:

- Campañas de Publicidad.
- Brochure
- Seminarios/Conferencias.
- Internet.

Dentro de esta mezcla promocional se encuentran combinados cinco de los elementos comunicacionales básicos del marketing, que son: publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, mercadotecnia directa y relaciones públicas.

En primera instancia, para el proyecto se ha decidido utilizar como medio publicitario la creación de una página web con el servicio para el

mercado consumidor, especificando que se ofrecen asesorías administrativas, contables, financieras, jurídicas, mercantiles y de mercadeo, para así dar a conocer a la futura empresa y tener una interactividad con los clientes y darnos a conocer en el mercado nacional e internacional; publicidad móvil en el vehículo de la empresa; venta personal (ayuda de los asesores de ventas) para mejorar el proceso de negociación y la retroalimentación entre la empresa y el cliente; además de marketing directo, usando referencias personales y laborales entre los clientes; se usarán herramientas estratégicas que buscan la relación directa e interactiva entre ambas partes como lo son: e-mailing, e-commerce, e-business, para optimizar tiempo y recursos para ambas partes, con el fin de manejar apropiadamente la información almacenada en bases de datos que podrán ayudar en descubrir oportunidades rápidas e innovadoras de negocio y así poder generar nuevas propuestas, es decir, lo que se busca es fidelizar a los clientes mediante un proceso de generación de valor adicional personalizado.

Adicionalmente vamos a aplicar otros tipos de estrategias a lo cual vamos a necesitar ciertos medios para darnos a conocer y difundir la publicidad de nuestra empresa que a continuación vamos a exponer:

- **MEDIOS PRINCIPALES**

Vamos a utilizar un periódico local para promover eventos especiales como la promoción de seminarios y conferencias o para buscar personal para empresas. La empresa va a crear una base de datos de los posibles clientes y así enviarles un email con invitaciones a seminarios o conferencias.

- **REVISTAS ESPECIALIZADAS**

Nuestra empresa va a difundir sus servicios y su publicidad mediante revistas especializadas de la Cámara de Comercio de Guayaquil, y de la Cámara de Comercio Ecuatoriano y otras revistas distribuidas a miembros y empresas que son ideales para mensajes corporativos.

- **RELACIONES DE PRENSA**

Nuestra empresa va a distribuir artículos informativos a los medios acompañados de fotos. Esta es una manera eficiente de que el mensaje y publicidad de nuestra empresa llegue a los mayores sectores de mercado.

- **CORREO DIRECTO PERSONALIZADO**

Esta estrategia es para alcanzar personas o clientes claves potenciales a los cuales se les quiere dar a conocer nuestros servicios y beneficios que nuestra empresa le brinda.

4.8 ESTRATEGIA DE SERVICIO

La compañía, ofrecerá un asesoramiento integral en áreas como: administración, finanzas, contabilidad, legal e investigación de mercado; cuenta con personal capacitado; y tiene como objetivo buscar soluciones integrales ofrece una serie de paquetes promocionales de consultoría y asesoría empresarial que harán iniciar un buen negocios y ayudarán a optimizar y mejorar los que ya estén operando.

Para hacer más atractivos los servicios brindados para los clientes se ha desarrollado un paquete promocional completo y a un precio económico.

PAQUETE PROMOCIONAL LEMANTI

Incluye:

- Asesoría y Consulta previa
- Estudio del mercado objetivo
- Asesoría en la elaboración de planes de negocio y evaluación de proyectos de inversión
- Diseño de sistemas de información para toma de decisiones.
- Planeación Estratégica
- Procesos

Aplicación de paquete de evaluaciones:

- Financiera
- Contable

Consultoría general para proponer mejoras en las áreas de:

- Finanzas
- Recursos humanos
- Producción
- Mercadotecnia y Ventas
- Inventarios

Consultoría a problemas y situaciones particulares.

- Planeación
- Organización
- Ejecución y
- Control

✓ *Servicio Tributario*

Esta estrategia de servicio es la clave de la calidad que se va a ofrecer al cliente y permiten no solo vender en una ocasión, sino consiguen la fidelización del consumidor.

4.8 ESTRATEGIA DE FIDELIZACION DE CLIENTES

- Calidad en el servicio prestado al Cliente.
- Tener en cuenta que el cliente se sienta satisfecho con el trabajo realizado.
- Tiempo efectivo en el desarrollo de la propuesta.
- Accesibilidad a obtener correcta información.
- Confidencia de información de nuestros clientes.
- Programas dentro de la empresa en contacto frecuente con el personal.
- Mantener múltiples contactos con los clientes.
- Recordar aniversarios, cumpleaños y otras ocasiones importantes de los clientes.

CAPITULO V

ESTUDIO TECNICO

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

5.1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio tiene como objetivo determinar la optimización del servicio a ofrecer, la utilización y distribución de los recursos necesarios, el tamaño, entre otros; con el fin de establecer las condiciones ideales que permitan a la empresa trabajar con eficiencia.

De acuerdo al estudio de mercado realizado, la demanda anual del universo 1420 paquetes de asesoría integral.

De los valores expuestos del consumo del universo se ha considerado cubrir un 6.2% del mercado para esta investigación, el cual es inferior al máximo de 10% determinado en el criterio de Gabriel Baca Urbina en su libro "Evaluación de Proyectos"¹¹, es decir, se ofrecerá al mercado 280 paquetes de asesoría.

5.2 DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

5.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN

Se refiere a la "primera aproximación de la localización, es decir, la determinación de una región o zona muy grande probable de localización"¹².

La empresa se ubicará en la ciudad de Guayaquil, puesto que existe un mercado consumidor potencial para una probable viabilidad de las actividades comerciales, además de ser una de las ciudades más importantes, se encuentran algunas de las poderosas empresas comerciales, grandes investigadoras de mercado que junto con instituciones gubernamentales, aportarán con información relevante acorde a las necesidades de la empresa, es decir, benefician a la economía del Ecuador y así también, para que las nuevas empresas extranjeras inversionistas tengan un nivel óptimo de comunicación. Se

¹¹ BACA U., Gabriel, 1995, "Evaluación de Proyectos", MC-Graw Hill, México, 3ª Edición, p.88

¹² BARREÑO, Luis, 2004, "Compendio de Proyectos y Presupuestos", Quito, 1ª Edición, p.65

debe tener en consideración que, Quito, es un poderoso motor de la economía nacional, lo que sería también un importante factor a considerar, para la instalación de posibles sucursales de la empresa.

5.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

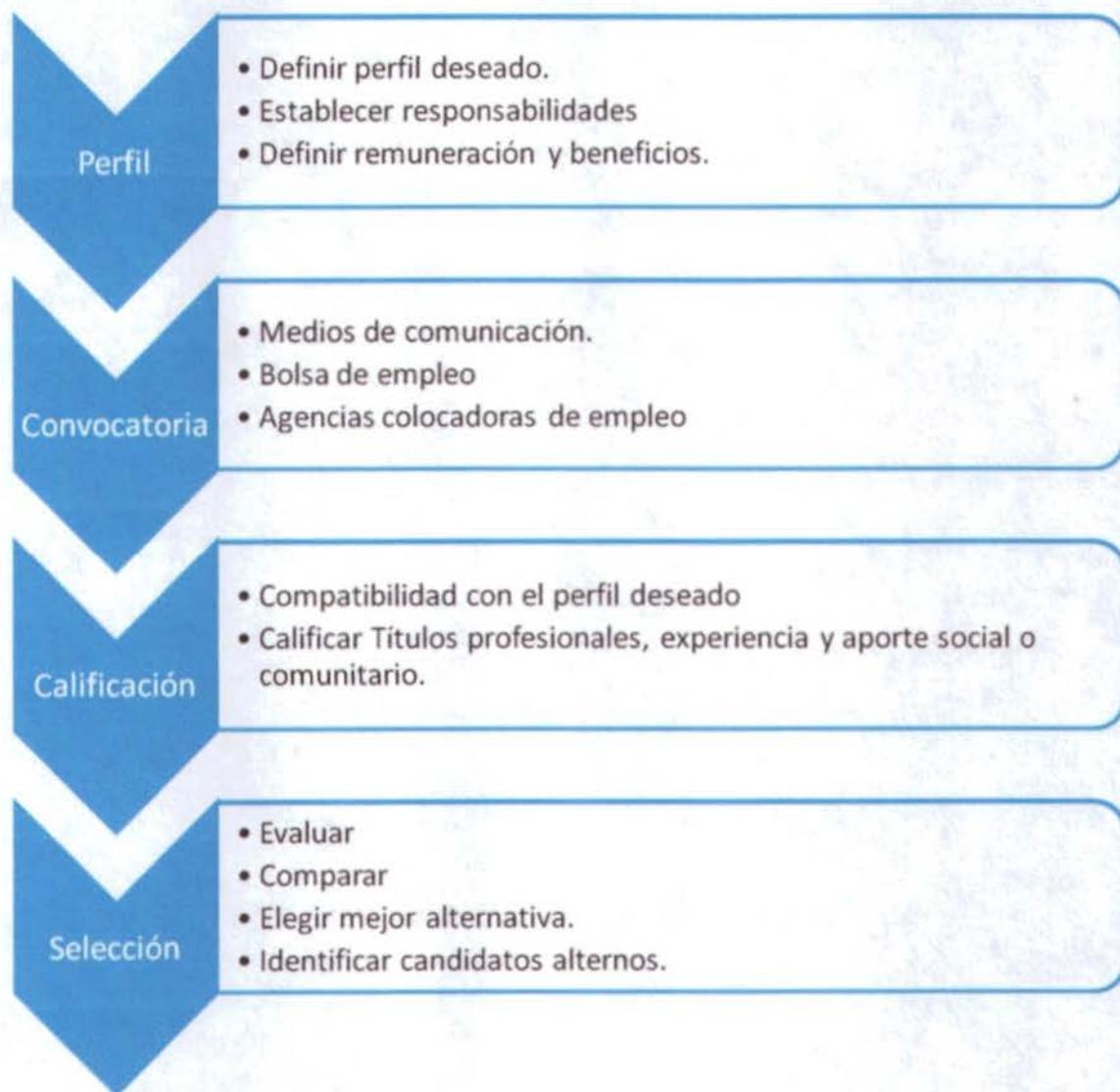
Consiste en el "análisis exhaustivo de la región escogida, en este nivel se llegará a establecer la circunscripción parroquial y, por último la localización del terreno dentro de la parroquia"¹³.

Al respecto, se decidió que la localidad adecuada es en Guayaquil, en el Centro económico financiero de la ciudad, específicamente en las calles Clemente Ballén N° 1518 y José de Antepara. Se debe resaltar que con la facilidad de la tecnología, mediante el Internet, también se podrían realizar la mayor cantidad de actividades, para así cumplir con el asesoramiento integral.

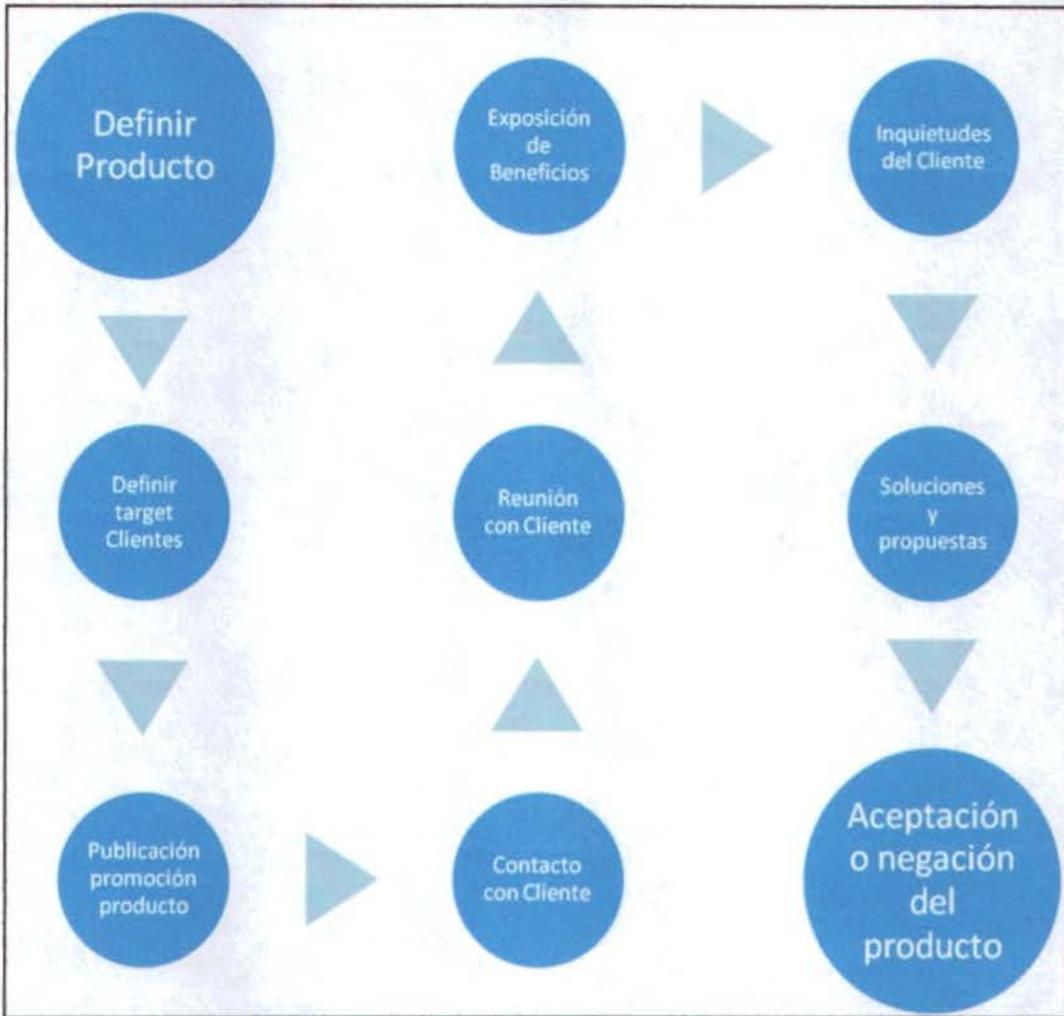
¹³ BARREÑO, Luis, 2004, "Compendio de Proyectos y Presupuestos", Quito, 1° Edición, p.65

5.3.2 PROCESOS DE CONTRATACION Y ANALISTAS ESPECIALIZADOS

Se considerarán los siguientes criterios:



5.3.3 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN



5.4 DETERMINACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN JURÍDICA

Para desarrollar esta investigación, se ha determinado que se organizará como una Sociedad Anónima y se sujetará en el marco legal existente, siendo:

De acuerdo a la base legal y a la constitución, como requisitos deberá constituirse con dos o más accionistas, si contratare la compañía una institución de derecho público o de derecho privado con finalidad social o publica, por excepción, puede formarse una compañía de esta especie con esa sola entidad (Art. 147 ley de C):

- Nombre de la sociedad (Art. 293 I.P.I)
- Solicitud (Art.136 LC)
- Objetivo social (Art.145 L.T.T)
- Capital (Art.160 L.C)

Existen varios aspectos legales¹⁴ que se deben considerar para la constitución de la empresa, los cuales son:

- REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC (Registro Único de Contribuyentes)

El servicio de Rentas Internas mantiene una base legal en la cual solicita los siguientes requisitos:

- * Copia de cedula de identidad
- * Copia de papeleta de votación del representante legal
- * Copia del nombramiento del representante legal de la empresa
- * Copia de los estatutos de la empresa
- *Copia de pago de luz, agua, teléfono de la empresa
- * Llenar formulario # 01
 - Obtención de Patente Municipal

- REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL

- * Copia de constitución de la empresa
- * Copia del registro Único de Contribuyentes
- * Nombramiento del representante legal
- * Copias de cedula de identidad
- * Copia del certificado de votación del representante
- * Llenar formulario del inicio de funcionamiento

- REQUISITOS PARA AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO

- * Copia de la escritura de constitución
- * Copia de cedula de identidad del representante
- * Copia de certificado de votación del representante
- * Llenar formulario del inicio de funcionamiento

¹⁴ REYES, Cesar. Consulta Jurídica 2002

- REQUISITOS PARA CALIFICACIÓN PATRONAL EN EL IESS

- * Copia de la escritura de constitución
- * Copia del RUC
- * Copia del nombramiento del representante
- * Copia de la cedula de identidad
- * Copia del certificado de votación del representante
- * Copia de la cedula de los empleados y trabajadores
- * Llenar el formulario presentado por el IESS

- CONTENIDO PARA LA ESCRITURA PÚBLICA

Según Art. 162-LC La escritura de fundación debe contener lo siguiente:

- * Lugar y fecha en que se celebra el contrato
- * El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas que lo constituyen
- * El objetivo social debidamente concretado
- * Su denominación y duración
- * El importe de capital
- * La indicación de lo que cada accionista suscribe y paga en dinero u otros bienes, el valor atribuido a estos y a la parte capital no pagado.
- * Domicilio de la compañía
- * La forma de administración y las facultades del administrador
- * La forma y las épocas de convocar a las juntas generales
- * La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía.
- * Las normas de reparto de las utilidades
- * La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente.
- * La forma de proceder a la designación de liquidadores

- REQUISITOS DE FUNCIONALIDAD

Debe regularse la escritura de gobierno, administración y fiscalización de la compañía.

Se presenta a la Superintendencia de Compañías tres copias notariadas de la escritura solicitándose con firma de abogado. La aprobación de la constitución junto con el certificado de afiliación de la compañía a la

cámara correspondiente, las que tienen como objetivo social el comercio no requiere presentar esta afiliación.

La Superintendencia de Compañías de aprobarla dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil.

Se publicará por una sola vez en un periódico de mayor circulación en el domicilio de la compañía, un extracto de la escritura y razón social de su aprobación. Una edición del periódico se entregara en la Superintendencia de Compañías.

Se inscribirá en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías para lo que se acompañara: un certificado del RUC, copia de los nombramientos del representante legal, copia de la escritura de constitución, con las razones que debe sentar el notario que otorgó la escritura y el Registrador Mercantil conforme se ordene en la resolución aprobada.

5.4.1 LA EMPRESA

La empresa manejará su Identidad Corporativa, en base a los siguientes componentes:

MISION

Se identifica como la gestión característica y principal, es decir, abarca todas las actividades que se realicen en el presente, por el desarrollo de todos los involucrados (accionistas, empleados, clientes, sociedad, gobierno, etc.) de la empresa.

“Nuestra misión es la de ofrecer servicios de consultoría de la más alta calidad en los campos administrativo, contables, financiero y de mercadeo; aplicando las más modernas técnicas de trabajo con metodologías creativas que nos permitan contribuir al crecimiento de la sociedad e incrementar la productividad de nuestros clientes”.

VISION

Es lo que la empresa quiere llegar a conseguir en un futuro cercano, abarca todas las actividades del mañana por el desarrollo de todos quienes la conforman.

“Ser reconocidos como una de las opciones en consultoría de mayor calidad y confiabilidad a nivel nacional e Internacional, generando fidelidad a nuestros clientes y acercándolos al futuro de éxito que realmente desean”.

VALORES

Son cualidades positivas que definen parámetros de conducta que limitan el accionar de la empresa con un objetivo común: el beneficio de todos; tienen base en la Misión y Visión de la misma. Dentro de los valores que tendrá la empresa en estudio, algunos se enumeran a continuación:

- Honestidad
- Respeto
- Trabajo en equipo
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Entrega
- Servicio
- Fidelidad

5.4.1.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La estructura organizacional para toma de decisiones y responsabilidades está basada en la estructura jerárquica, mientras que la comunicación y retroalimentación por el sistema horizontal. La división de actividades estará desarrollada bajo la gestión de las Coordinaciones de área, según el siguiente organigrama:

GRÁFICO N° 4



Elaborado por: Las Autoras

5.4.1.2. FUNCIONES DEL PERSONAL DE LA EMPRESA

* Junta General de Socios.-

Son responsabilidades, funciones y competencias de la Junta de Socios las siguientes:

- Aprobar los reglamentos internos.
- Reformar estatutos, manuales y reglamentos.
- Designar o remover al Gerente General y/o Coordinadores de área.
- Autorizar la compra, venta, enajenación o gravamen de hipoteca de los bienes de la empresa.
- Aprobar el presupuesto anual.
- Resolver sobre la disolución de la empresa.

*** Gerencia General.-**

Son responsabilidades, funciones y competencias de la Gerencia General las siguientes:

- Representar legalmente y ejercitar toda clase de acciones en su nombre.
- Planificar las labores, servicios, personal, seguridad, financieros y administrativos.
- Cumplir con todo lo referente a la Identidad Corporativa.
- Coordinar con el área administrativa, financiera la elaboración de presupuestos.
- Elaborar el plan anual de actividades y presentar un informe a la Junta de Socios.
- Controlar, evaluar y distribuir las actividades, que competen a las distintas áreas y coordinaciones.
- Impartir las instrucciones necesarias y tomar decisiones.

*** Coordinador de Gestión Administrativa Financiera.-**

- Promover la gestión administrativa mediante la planeación, organización, dirección, coordinación y control.
- Promulgar principios de calidad total y servicio al cliente según estándares internacionales.
- Establecer el sistema de remuneración que ofrecerá incentivos económicos, profesionales y grupales por el cumplimiento de metas.
- Incentivar el trabajo en equipo y la responsabilidad compartida.
- Registrar, controlar y evaluar los ingresos, egresos y demás movimientos financieros.

*** Coordinador de Gestión Contable y Tributaria.-**

- Realizar las declaraciones de impuestos, obligaciones con el SRI y al estado.
- Efectuar el pago de los servicios básicos (agua, luz y teléfono) de las adquisiciones, materiales y equipos.
- Manejar los libros contables y la presentación de los distintos balances de la empresa.

*** Coordinador de Gestión de Mercadeo.-**

- Desarrollar estrategias específicas para cubrir las necesidades en los servicios.
- Manejar la publicidad y las relaciones públicas.
- Establecer convenios con empresa para obtener mejores beneficios.
- Pautar en revistas financieras, administrativas y/o económicas para dar a conocer el giro del negocio.

Se debe tomar en cuenta que dentro de estas Coordinaciones, se encuentran los Asesores Profesionales, quienes serán los encargados de instruir a los clientes, con los mejores y actuales índices en el área, y así captar nuevas inversiones que aporten al país y a la empresa en sí.

*** Asistentes.-**

- Proporcionar ayuda a los clientes, asistir a reuniones, organizar documentos, preparar citas y demás actividades que le designe el jefe inmediato (Gerente General o Coordinador).
- Estará encargada(o) de la central telefónica.

*** Mensajero.-**

- Recolectar correspondencia interna.
- Realizar trámites bancarios, pago de servicios básicos.
- Entrega de documentos de y para clientes.

Dependiendo de las funciones que cumpla cada colaborador dentro de la empresa, a más de trabajar en equipo, se les dará la potestad de tomar decisiones según el área en la que se desenvuelvan con el fin de que la empresa obtenga mejores resultados y las necesidades de los clientes sean totalmente cubiertas, es decir, se aplicará la teoría de Empoderamiento (Empowerment)¹⁵, que es "el hecho de delegar poder y autoridad a los subordinados y de conferirles el sentimiento de que son dueños de su propio trabajo".

¹⁵ <http://www.managershelp.com/nocion-de-empowerment.htm>

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 INVERSION DEL PROYECTO

TABLA N° 12
ACTIVOS FIJOS

| DESCRIPCION | CANT. | PRECIO U. | SUBTOTAL | TOTAL |
|---------------------------------------|-------|--------------|--------------|----------------------|
| Terreno | 1 | \$ 40,775.66 | \$ 40,775.66 | \$ 40,775.66 |
| Edificio | 1 | \$ 65,777.00 | \$ 65,777.00 | \$ 65,777.00 |
| Muebles de Oficina | | | | \$ 3,600.00 |
| Sillas mobiliario | 8 | \$ 45.00 | \$ 360.00 | |
| Sillones Tipo Gerente | 3 | \$ 200.00 | \$ 600.00 | |
| Sillas de Escritorio | 4 | \$ 60.00 | \$ 240.00 | |
| Escritorio Tipo Gerente | 3 | \$ 350.00 | \$ 1,050.00 | |
| Escritorio modulares | 4 | \$ 200.00 | \$ 800.00 | |
| Mesa de Reunion | 1 | \$ 340.00 | \$ 340.00 | |
| Archivador | 7 | \$ 30.00 | \$ 210.00 | |
| Equipos de Oficina | | | | \$ 5,850.00 |
| Computador oficina | 7 | \$ 600.00 | \$ 4,200.00 | |
| Impresora Multifuncion | 2 | \$ 150.00 | \$ 300.00 | |
| Router | 1 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | |
| Computador Portatil | 1 | \$ 1,000.00 | \$ 1,000.00 | |
| Telefono | 2 | \$ 100.00 | \$ 200.00 | |
| Vehiculos | | | | \$ 15,600.00 |
| Chevrolet Aveo | 1 | \$ 15,600.00 | \$ 15,600.00 | |
| Activo Diferido | | | | \$ 1,200.00 |
| Gastos de Organización y Constitucion | 1 | \$ 1,200.00 | \$ 1,200.00 | |
| TOTAL INVERSIONES | | | | \$ 132,802.66 |

Elaborado por: Las Autoras

APORTACION ACCIONISTAS CONSULTORA

APORTACION PROPIA

\$32,802.66

APORTACION SISTEMA FINANCIERO

\$100,000.00

6.2 AMORTIZACIONES

TABLA N° 13

TABLA DE AMORTIZACION DE PRESTAMO (Banco Bolivariano)

| PERIODO | INICIO | PAGO CAPITAL | INTERES | SALDO | PAGO INTERES | PAGO ANUAL |
|---------|---------------|----------------------|----------------------|--------------|--------------------|---------------------|
| 1 | \$ 100,000.00 | \$ 10,000.00 | \$(13,500.00) | \$ 90,000.00 | \$13,500.00 | \$ 23,500.00 |
| 2 | \$ 90,000.00 | \$ 10,000.00 | \$(12,150.00) | \$ 80,000.00 | \$12,150.00 | \$ 22,150.00 |
| 3 | \$ 80,000.00 | \$ 10,000.00 | \$(10,800.00) | \$ 70,000.00 | \$10,800.00 | \$ 20,800.00 |
| 4 | \$ 70,000.00 | \$ 10,000.00 | \$ (9,450.00) | \$ 60,000.00 | \$ 9,450.00 | \$ 19,450.00 |
| 5 | \$ 60,000.00 | \$ 10,000.00 | \$ (8,100.00) | \$ 50,000.00 | \$ 8,100.00 | \$ 18,100.00 |
| 6 | \$ 50,000.00 | \$ 10,000.00 | \$ (6,750.00) | \$ 40,000.00 | \$ 6,750.00 | \$ 16,750.00 |
| 7 | \$ 40,000.00 | \$ 10,000.00 | \$ (5,400.00) | \$ 30,000.00 | \$ 5,400.00 | \$ 15,400.00 |
| 8 | \$ 30,000.00 | \$ 10,000.00 | \$ (4,050.00) | \$ 20,000.00 | \$ 4,050.00 | \$ 14,050.00 |
| 9 | \$ 20,000.00 | \$ 10,000.00 | \$ (2,700.00) | \$ 10,000.00 | \$ 2,700.00 | \$ 12,700.00 |
| 10 | \$ 10,000.00 | \$ 10,000.00 | \$ (1,350.00) | \$ 0.00 | \$ 1,350.00 | \$ 11,350.00 |
| | | \$ 100,000.00 | \$(74,250.00) | | \$74,250.00 | \$174,250.00 |

Fuente: Banco Bolivariano

6.3 DEPRECIACION

TABLA N° 14

DEPRECIACIÓN

| DESCRIPCION | SUBTOTAL | VIDA UTIL | VALOR RESIDUAL | VALOR A DEPRECIAR | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|---------------------------|-------------|-----------|----------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Activo Fijo | | | | | | | | | | | | | | |
| Terreno | \$40,775.66 | | | | | | | | | | | | | |
| Edificio | \$65,777.00 | 20 | \$6,577.70 | \$ 59,199.30 | \$ 2,959.97 | \$ 2,959.97 | \$ 2,959.97 | \$ 2,959.97 | \$ 2,959.97 | \$ 2,959.97 | \$ 2,959.97 | \$ 2,959.97 | \$ 2,959.97 | \$ 2,959.97 |
| Vehiculo | | | | | | | | | | | | | | |
| Chevrolet Aveo | \$15,600.00 | 5 | \$1,560.00 | \$ 14,040.00 | \$ 2,808.00 | \$ 2,808.00 | \$ 2,808.00 | \$ 2,808.00 | \$ 2,808.00 | | | | | |
| Muebles de Oficina | | | | | | | | | | | | | | |
| Sillas mobiliario | \$ 360.00 | 10 | \$ 36.00 | \$ 324.00 | \$ 32.40 | \$ 32.40 | \$ 32.40 | \$ 32.40 | \$ 32.40 | \$ 32.40 | \$ 32.40 | \$ 32.40 | \$ 32.40 | \$ 32.40 |
| Sillones Tipo Gerente | \$ 600.00 | 10 | \$ 60.00 | \$ 540.00 | \$ 54.00 | \$ 54.00 | \$ 54.00 | \$ 54.00 | \$ 54.00 | \$ 54.00 | \$ 54.00 | \$ 54.00 | \$ 54.00 | \$ 54.00 |
| Sillas de Escritorio | \$ 240.00 | 10 | \$ 24.00 | \$ 216.00 | \$ 21.60 | \$ 21.60 | \$ 21.60 | \$ 21.60 | \$ 21.60 | \$ 21.60 | \$ 21.60 | \$ 21.60 | \$ 21.60 | \$ 21.60 |
| Escritorio Tipo Gerente | \$ 1,050.00 | 10 | \$ 105.00 | \$ 945.00 | \$ 94.50 | \$ 94.50 | \$ 94.50 | \$ 94.50 | \$ 94.50 | \$ 94.50 | \$ 94.50 | \$ 94.50 | \$ 94.50 | \$ 94.50 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|-------------|----|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Escritorio modulares | \$ 800.00 | 10 | \$ 80.00 | \$ 720.00 | \$ 72.00 | \$ 72.00 | \$ 72.00 | \$ 72.00 | \$ 72.00 | \$ 72.00 | \$ 72.00 | \$ 72.00 | \$ 72.00 | \$ 72.00 |
| Mesa de Reunion | \$ 340.00 | 10 | \$ 34.00 | \$ 306.00 | \$ 30.60 | \$ 30.60 | \$ 30.60 | \$ 30.60 | \$ 30.60 | \$ 30.60 | \$ 30.60 | \$ 30.60 | \$ 30.60 | \$ 30.60 |
| Archivador | \$ 210.00 | 10 | \$ 21.00 | \$ 189.00 | \$ 18.90 | \$ 18.90 | \$ 18.90 | \$ 18.90 | \$ 18.90 | \$ 18.90 | \$ 18.90 | \$ 18.90 | \$ 18.90 | \$ 18.90 |
| Equipos de oficina | | | | | | | | | | | | | | |
| Computador oficina | \$ 4,200.00 | 3 | \$ 420.00 | \$ 3,780.00 | \$ 1,259.87 | \$ 1,259.87 | \$ 1,259.87 | | | | | | | |
| Impresora Multifuncion | \$ 300.00 | 3 | \$ 30.00 | \$ 270.00 | \$ 89.99 | \$ 89.99 | \$ 89.99 | | | | | | | |
| Router | \$ 150.00 | 3 | \$ 15.00 | \$ 135.00 | \$ 45.00 | \$ 45.00 | \$ 45.00 | | | | | | | |
| Computador Portatil | \$ 1,000.00 | 3 | \$ 100.00 | \$ 900.00 | \$ 299.97 | \$ 299.97 | \$ 299.97 | | | | | | | |
| Telefono | \$ 200.00 | 3 | \$ 20.00 | \$ 180.00 | \$ 59.99 | \$ 59.99 | \$ 59.99 | | | | | | | |

AMORTIZACION

| DESCRIPCION | SUBTOTAL | VIDA UTIL | VALOR RESIDUAL | VALOR A AMORTIZAR | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|---------------------------------------|-------------|-----------|----------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Activo Diferido | | | | | | | | | | | | | | |
| Gastos de Organización y Constitucion | \$ 1,200.00 | 10 | \$ 120.00 | \$ 1,080.00 | \$ 108.00 | \$ 108.00 | \$ 108.00 | \$ 108.00 | \$ 108.00 | \$ 108.00 | \$ 108.00 | \$ 108.00 | \$ 108.00 | \$ 108.00 |

Elaborado por: Las Autoras

6.4 SUELDOS

SUELDOS COORDINADORES AÑO 1

| Uní | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|---|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|----------|-------------|
| 1 | Coordinador Contable | \$7,200.00 | \$600.00 | \$264.00 | \$300.00 | | \$874.80 | \$9,238.80 |
| 1 | Coordinador Juridico | \$7,200.00 | \$600.00 | \$264.00 | \$300.00 | | \$874.80 | \$9,238.80 |
| 1 | Coordinador Administrativo y Financiero | \$7,200.00 | \$600.00 | \$264.00 | \$300.00 | | \$874.80 | \$9,238.80 |
| | | | | | | | | \$27,716.40 |

SUELDOS COORDINADORES AÑO 2

| Uní | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|---|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|----------|-------------|
| 1 | Coordinador Contable | \$7,920.00 | \$660.00 | \$290.40 | \$330.00 | \$660.00 | \$962.28 | \$10,822.68 |
| 1 | Coordinador Juridico | \$7,920.00 | \$660.00 | \$290.40 | \$330.00 | \$660.00 | \$962.28 | \$10,822.68 |
| 1 | Coordinador Administrativo y Financiero | \$7,920.00 | \$660.00 | \$290.40 | \$330.00 | \$660.00 | \$962.28 | \$10,822.68 |
| | | | | | | | | \$32,468.04 |

SUELDOS COORDINADORES AÑO 3

| Uní | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|---|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | Coordinador Contable | \$8,712.00 | \$726.00 | \$319.44 | \$363.00 | \$726.00 | \$1,058.51 | \$11,904.95 |
| 1 | Coordinador Juridico | \$8,712.00 | \$726.00 | \$319.44 | \$363.00 | \$726.00 | \$1,058.51 | \$11,904.95 |
| 1 | Coordinador Administrativo y Financiero | \$8,712.00 | \$726.00 | \$319.44 | \$363.00 | \$726.00 | \$1,058.51 | \$11,904.95 |
| | | | | | | | | \$35,714.85 |

SUELDOS COORDINADORES AÑO 4

| Uní | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|---|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 2 | Coordinador Contable | \$19,166.40 | \$1,597.20 | \$320.54 | \$798.60 | \$1,597.20 | \$2,328.72 | \$25,808.66 |
| 2 | Coordinador Juridico | \$19,166.40 | \$1,597.20 | \$320.54 | \$798.60 | \$1,597.20 | \$2,328.72 | \$25,808.66 |
| 2 | Coordinador Administrativo y Financiero | \$19,166.40 | \$1,597.20 | \$320.54 | \$798.60 | \$1,597.20 | \$2,328.72 | \$25,808.66 |
| | | | | | | | | \$77,425.98 |

SUELDOS COORDINADORES AÑO 5

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|---|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 2 | Coordinador Contable | \$21,083.04 | \$1,756.92 | \$352.59 | \$878.46 | \$1,756.92 | \$2,561.59 | \$28,389.52 |
| 2 | Coordinador Juridico | \$21,083.04 | \$1,756.92 | \$352.59 | \$878.46 | \$1,756.92 | \$2,561.59 | \$28,389.52 |
| 2 | Coordinador Administrativo y Financiero | \$21,083.04 | \$1,756.92 | \$352.59 | \$878.46 | \$1,756.92 | \$2,561.59 | \$28,389.52 |
| | | | | | | | | \$85,168.57 |

SUELDOS COORDINADORES AÑO 6

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|---|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 2 | Coordinador Contable | \$23,191.34 | \$1,932.61 | \$387.85 | \$966.31 | \$1,932.61 | \$2,817.75 | \$31,228.48 |
| 2 | Coordinador Juridico | \$23,191.34 | \$1,932.61 | \$387.85 | \$966.31 | \$1,932.61 | \$2,817.75 | \$31,228.48 |
| 2 | Coordinador Administrativo y Financiero | \$23,191.34 | \$1,932.61 | \$387.85 | \$966.31 | \$1,932.61 | \$2,817.75 | \$31,228.48 |
| | | | | | | | | \$93,685.43 |

SUELDOS COORDINADORES AÑO 7

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|---|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|--------------|
| 3 | Coordinador Contable | \$42,092.29 | \$3,507.69 | \$426.64 | \$1,753.85 | \$3,507.69 | \$5,114.21 | \$56,402.37 |
| 3 | Coordinador Juridico | \$42,092.29 | \$3,507.69 | \$426.64 | \$1,753.85 | \$3,507.69 | \$5,114.21 | \$56,402.37 |
| 3 | Coordinador Administrativo y Financiero | \$42,092.29 | \$3,507.69 | \$426.64 | \$1,753.85 | \$3,507.69 | \$5,114.21 | \$56,402.37 |
| | | | | | | | | \$169,207.12 |

SUELDOS COORDINADORES AÑO 8

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|---|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|--------------|
| 3 | Coordinador Contable | \$46,301.51 | \$3,858.46 | \$469.30 | \$1,929.23 | \$3,858.46 | \$5,625.63 | \$62,042.59 |
| 3 | Coordinador Juridico | \$46,301.51 | \$3,858.46 | \$469.30 | \$1,929.23 | \$3,858.46 | \$5,625.63 | \$62,042.59 |
| 3 | Coordinador Administrativo y Financiero | \$46,301.51 | \$3,858.46 | \$469.30 | \$1,929.23 | \$3,858.46 | \$5,625.63 | \$62,042.59 |
| | | | | | | | | \$186,127.77 |

SUELDOS COORDINADORES AÑO 9

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|---|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|---------------------|
| 3 | Coordinador Contable | \$50,931.67 | \$4,244.31 | \$516.23 | \$2,122.15 | \$4,244.31 | \$6,188.20 | \$68,246.87 |
| 3 | Coordinador Juridico | \$50,931.67 | \$4,244.31 | \$516.23 | \$2,122.15 | \$4,244.31 | \$6,188.20 | \$68,246.87 |
| 3 | Coordinador Administrativo y Financiero | \$50,931.67 | \$4,244.31 | \$516.23 | \$2,122.15 | \$4,244.31 | \$6,188.20 | \$68,246.87 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$204,740.60 |

SUELDOS COORDINADORES AÑO 10

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|---|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|---------------------|
| 3 | Coordinador Contable | \$56,024.89 | \$4,668.74 | \$567.86 | \$2,334.37 | \$4,668.74 | \$6,807.02 | \$75,071.63 |
| 3 | Coordinador Juridico | \$56,024.89 | \$4,668.74 | \$567.86 | \$2,334.37 | \$4,668.74 | \$6,807.02 | \$75,071.63 |
| 3 | Coordinador Administrativo y Financiero | \$56,024.89 | \$4,668.74 | \$567.86 | \$2,334.37 | \$4,668.74 | \$6,807.02 | \$75,071.63 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$225,214.88 |

6.5 COSTOS OPERATIVOS

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 1

| CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|--------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|----------|--------------------|
| Asistente Contable | \$5,400.00 | \$450.00 | \$264.00 | \$225.00 | | \$656.10 | \$6,995.10 |
| Asistente Juridico | \$5,400.00 | \$450.00 | \$264.00 | \$225.00 | | \$656.10 | \$6,995.10 |
| Asistsnte Administrativo | \$5,400.00 | \$450.00 | \$264.00 | \$225.00 | | \$656.10 | \$6,995.10 |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | \$20,985.30 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 2

| CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|--------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|----------|--------------------|
| Asistente Contable | \$5,940.00 | \$495.00 | \$290.40 | \$247.50 | \$495.00 | \$721.71 | \$8,189.61 |
| Asistente Juridico | \$5,940.00 | \$495.00 | \$290.40 | \$247.50 | \$495.00 | \$721.71 | \$8,189.61 |
| Asistsnte Administrativo | \$5,940.00 | \$495.00 | \$290.40 | \$247.50 | \$495.00 | \$721.71 | \$8,189.61 |
| Auxiliar Contable | \$3,960.00 | \$330.00 | \$290.40 | \$165.00 | | \$481.14 | \$5,226.54 |
| Auxiliar Juridico | \$3,960.00 | \$330.00 | \$290.40 | \$165.00 | | \$481.14 | \$5,226.54 |
| Auxiliar Administrativo | \$3,960.00 | \$330.00 | \$290.40 | \$165.00 | | \$481.14 | \$5,226.54 |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | \$40,248.45 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 3

| Unj | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|--------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|----------|--------------------|
| 1 | Asistente Contable | \$6,534.00 | \$544.50 | \$291.50 | \$272.25 | \$544.50 | \$793.88 | \$8,980.63 |
| 1 | Asistente Juridico | \$6,534.00 | \$544.50 | \$291.50 | \$272.25 | \$544.50 | \$793.88 | \$8,980.63 |
| 1 | Asistsnte Administrativo | \$6,534.00 | \$544.50 | \$291.50 | \$272.25 | \$544.50 | \$793.88 | \$8,980.63 |
| 1 | Auxiliar Contable | \$4,356.00 | \$363.00 | \$291.50 | \$181.50 | \$363.00 | \$529.25 | \$6,084.25 |
| 1 | Auxiliar Juridico | \$4,356.00 | \$363.00 | \$291.50 | \$181.50 | \$363.00 | \$529.25 | \$6,084.25 |
| 1 | Auxiliar Administrativo | \$4,356.00 | \$363.00 | \$291.50 | \$181.50 | \$363.00 | \$529.25 | \$6,084.25 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$45,194.66 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 4

| Unj | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|--------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------------|
| 1 | Asistente Contable | \$7,187.40 | \$598.95 | \$320.65 | \$299.48 | \$598.95 | \$873.27 | \$9,878.61 |
| 1 | Asistente Juridico | \$7,187.40 | \$598.95 | \$320.65 | \$299.48 | \$598.95 | \$873.27 | \$9,878.61 |
| 1 | Asistsnte Administrativo | \$7,187.40 | \$598.95 | \$320.65 | \$299.48 | \$598.95 | \$873.27 | \$9,878.61 |
| 2 | Auxiliar Contable | \$9,583.20 | \$798.60 | \$320.65 | \$399.30 | \$798.60 | \$1,164.36 | \$13,064.71 |
| 2 | Auxiliar Juridico | \$9,583.20 | \$798.60 | \$320.65 | \$399.30 | \$798.60 | \$1,164.36 | \$13,064.71 |
| 2 | Auxiliar Administrativo | \$9,583.20 | \$798.60 | \$320.65 | \$399.30 | \$798.60 | \$1,164.36 | \$13,064.71 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$68,830.2 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 5

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|--------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | Asistente Contable | \$7,900.20 | \$658.35 | \$658.85 | \$329.18 | \$658.35 | \$959.87 | \$11,164.79 |
| 1 | Asistente Juridico | \$7,900.20 | \$658.35 | \$658.85 | \$329.18 | \$658.35 | \$959.87 | \$11,164.79 |
| 1 | Asistsnte Administrativo | \$7,900.20 | \$658.35 | \$658.85 | \$329.18 | \$658.35 | \$959.87 | \$11,164.79 |
| 2 | Auxiliar Contable | \$10,533.60 | \$877.80 | \$658.85 | \$438.90 | \$877.80 | \$1,279.83 | \$14,666.78 |
| 2 | Auxiliar Juridico | \$10,533.60 | \$877.80 | \$658.85 | \$438.90 | \$877.80 | \$1,279.83 | \$14,666.78 |
| 2 | Auxiliar Administrativo | \$10,533.60 | \$877.80 | \$658.85 | \$438.90 | \$877.80 | \$1,279.83 | \$14,666.78 |
| | | | | | | | | \$77,494.72 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 6

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|--------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | Asistente Contable | \$8,690.22 | \$724.19 | \$724.73 | \$362.09 | \$724.19 | \$1,055.86 | \$12,281.27 |
| 1 | Asistente Juridico | \$8,690.22 | \$724.19 | \$724.73 | \$362.09 | \$724.19 | \$1,055.86 | \$12,281.27 |
| 1 | Asistsnte Administrativo | \$8,690.22 | \$724.19 | \$724.73 | \$362.09 | \$724.19 | \$1,055.86 | \$12,281.27 |
| 2 | Auxiliar Contable | \$11,586.96 | \$965.58 | \$724.73 | \$482.79 | \$965.58 | \$1,407.82 | \$16,133.46 |
| 2 | Auxiliar Juridico | \$11,586.96 | \$965.58 | \$724.73 | \$482.79 | \$965.58 | \$1,407.82 | \$16,133.46 |
| 2 | Auxiliar Administrativo | \$11,586.96 | \$965.58 | \$724.73 | \$482.79 | \$965.58 | \$1,407.82 | \$16,133.46 |
| | | | | | | | | \$85,244.19 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 7

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|--------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|--------------|
| 2 | Asistente Contable | \$21,018.76 | \$1,751.56 | \$797.20 | \$875.78 | \$1,751.56 | \$2,553.78 | \$28,748.64 |
| 2 | Asistente Juridico | \$21,018.76 | \$1,751.56 | \$797.20 | \$875.78 | \$1,751.56 | \$2,553.78 | \$28,748.64 |
| 2 | Asistsnte Administrativo | \$21,018.76 | \$1,751.56 | \$797.20 | \$875.78 | \$1,751.56 | \$2,553.78 | \$28,748.64 |
| 2 | Auxiliar Contable | \$12,745.66 | \$1,062.14 | \$1,062.14 | \$531.07 | \$1,062.14 | \$1,548.60 | \$18,011.74 |
| 2 | Auxiliar Juridico | \$12,745.66 | \$1,062.14 | \$1,062.14 | \$531.07 | \$1,062.14 | \$1,548.60 | \$18,011.74 |
| 2 | Auxiliar Administrativo | \$12,745.66 | \$1,062.14 | \$1,062.14 | \$531.07 | \$1,062.14 | \$1,548.60 | \$18,011.74 |
| | | | | | | | | \$140,281.14 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 8

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|--------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|--------------|
| 2 | Asistente Contable | \$23,120.59 | \$1,926.72 | \$876.92 | \$963.36 | \$1,926.72 | \$2,809.15 | \$31,623.46 |
| 2 | Asistente Juridico | \$23,120.59 | \$1,926.72 | \$876.92 | \$963.36 | \$1,926.72 | \$2,809.15 | \$31,623.46 |
| 2 | Asistsnte Administrativo | \$23,120.59 | \$1,926.72 | \$876.92 | \$963.36 | \$1,926.72 | \$2,809.15 | \$31,623.46 |
| 2 | Auxiliar Contable | \$14,020.25 | \$1,168.35 | \$1,168.35 | \$584.18 | \$1,168.35 | \$1,703.46 | \$19,812.94 |
| 2 | Auxiliar Juridico | \$14,020.25 | \$1,168.35 | \$1,168.35 | \$584.18 | \$1,168.35 | \$1,703.46 | \$19,812.94 |
| 2 | Auxiliar Administrativo | \$14,020.25 | \$1,168.35 | \$1,168.35 | \$584.18 | \$1,168.35 | \$1,703.46 | \$19,812.94 |
| | | | | | | | | \$154,309.20 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 9

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|--------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|---------------------|
| 2 | Asistente Contable | \$25,432.70 | \$2,119.39 | \$964.61 | \$1,059.70 | \$2,119.39 | \$3,090.07 | \$34,785.87 |
| 2 | Asistente Juridico | \$25,432.70 | \$2,119.39 | \$964.61 | \$1,059.70 | \$2,119.39 | \$3,090.07 | \$34,785.87 |
| 2 | Asistsnte Administrativo | \$25,432.70 | \$2,119.39 | \$964.61 | \$1,059.70 | \$2,119.39 | \$3,090.07 | \$34,785.87 |
| 2 | Auxiliar Contable | \$15,422.22 | \$1,285.19 | \$642.59 | \$642.59 | \$1,285.19 | \$1,873.80 | \$21,151.58 |
| 2 | Auxiliar Juridico | \$15,422.22 | \$1,285.19 | \$642.59 | \$642.59 | \$1,285.19 | \$1,873.80 | \$21,151.58 |
| 2 | Auxiliar Administrativo | \$15,422.22 | \$1,285.19 | \$642.59 | \$642.59 | \$1,285.19 | \$1,873.80 | \$21,151.58 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$167,812.35 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 10

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|--------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|---------------------|
| 2 | Asistente Contable | \$27,975.95 | \$2,331.33 | \$1,061.08 | \$1,165.66 | \$2,331.33 | \$3,399.08 | \$38,264.42 |
| 2 | Asistente Juridico | \$27,975.95 | \$2,331.33 | \$1,061.08 | \$1,165.66 | \$2,331.33 | \$3,399.08 | \$38,264.42 |
| 2 | Asistsnte Administrativo | \$27,975.95 | \$2,331.33 | \$1,061.08 | \$1,165.66 | \$2,331.33 | \$3,399.08 | \$38,264.42 |
| 2 | Auxiliar Contable | \$16,964.51 | \$1,413.71 | \$706.85 | \$706.85 | \$1,413.71 | \$2,061.19 | \$23,266.82 |
| 2 | Auxiliar Juridico | \$16,964.51 | \$1,413.71 | \$706.85 | \$706.85 | \$1,413.71 | \$2,061.19 | \$23,266.82 |
| 2 | Auxiliar Administrativo | \$16,964.51 | \$1,413.71 | \$706.85 | \$706.85 | \$1,413.71 | \$2,061.19 | \$23,266.82 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$184,593.74 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 4

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|-----------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | GERENTE GENERAL | \$26,400.00 | \$2,200.00 | \$352.72 | \$1,100.00 | \$2,200.00 | \$3,207.60 | \$35,460.32 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$35,460.32 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 5

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|-----------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | GERENTE GENERAL | \$29,040.00 | \$2,420.00 | \$387.99 | \$1,210.00 | \$2,420.00 | \$3,528.36 | \$39,006.35 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$39,006.35 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 6

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|-----------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | GERENTE GENERAL | \$31,944.00 | \$2,662.00 | \$426.79 | \$1,331.00 | \$2,662.00 | \$3,881.20 | \$42,906.98 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$42,906.98 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 7

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|-----------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | GERENTE GENERAL | \$35,138.40 | \$2,928.20 | \$469.46 | \$1,464.10 | \$2,928.20 | \$4,269.32 | \$47,197.68 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$47,197.68 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 8

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|-----------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | GERENTE GENERAL | \$38,652.24 | \$3,221.02 | \$516.41 | \$1,610.51 | \$3,221.02 | \$4,696.25 | \$51,917.45 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$51,917.45 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 9

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|-----------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | GERENTE GENERAL | \$42,517.46 | \$3,543.12 | \$568.05 | \$1,771.56 | \$3,543.12 | \$5,165.87 | \$57,109.19 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$57,109.19 |

SUELDOS OPERATIVOS AÑO 10

| Uni | CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
|-----|-----------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | GERENTE GENERAL | \$38,652.24 | \$3,221.02 | \$624.86 | \$1,610.51 | \$3,221.02 | \$4,696.25 | \$52,025.89 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | \$52,025.89 |

| SUELDOS ADMINISTRATIVOS AÑO 1 | | | | | | | |
|----------------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|----------|------------|
| CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
| Sueldos Secretaria Recepcionista | \$3,168.00 | \$264.00 | \$264.00 | \$132.00 | | \$384.91 | \$4,212.91 |
| | | | | | | | \$4,212.91 |

| SUELDOS CORDINADORES AÑO 2 | | | | | | | |
|----------------------------------|--------------|----------------------|----------------------|------------|------------------|----------|------------|
| CARGO | SUELDO ANUAL | DECIMO TERCER SUELDO | DECIMO CUARTO SUELDO | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | IESS | TOTAL |
| Sueldos Secretaria Recepcionista | \$3,484.80 | \$290.40 | \$264.00 | \$145.20 | \$290.40 | \$423.40 | \$4,898.20 |
| | | | | | | | \$4,898.20 |

| ANO 3 | ANO 4 | ANO 5 | ANO 6 | ANO 7 | ANO 8 | ANO 9 | ANO 10 |
|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| \$5,388.02 | \$5,926.83 | \$6,519.51 | \$7,171.46 | \$7,888.61 | \$8,677.47 | \$9,545.21 | \$10,499.73 |

CAPITULO VI

EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA

7. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

7.1 PRONÓSTICO FINANCIERO

7.1.1 ESTADO PRO FORMA DE RESULTADOS

TABLA N° 15

ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| VENTAS | | | | | | | | | | |
| Cantidad de Clientes | 20 | 28 | 39 | 55 | 77 | 108 | 151 | 151 | 151 | 151 |
| Costo Mensual | 450 | 450 | 450 | 518 | 518 | 518 | 569 | 569 | 569 | 626 |
| Costo Anual | \$5,400.00 | \$5,400.00 | \$5,400.00 | \$6,210.00 | \$6,210.00 | \$6,210.00 | \$6,831.00 | \$6,831.00 | \$6,831.00 | \$7,514.10 |
| Total del Ingreso | \$108,000.00 | \$151,200.00 | \$211,680.00 | \$340,804.80 | \$477,126.72 | \$667,977.41 | \$1,028,685.21 | \$1,028,685.21 | \$1,028,685.21 | \$1,131,553.73 |
| COSTOS OPERATIVOS Y SERVICIOS | | | | | | | | | | |
| Personal Operativo | \$65,056.49 | \$89,953.28 | \$99,120.90 | \$199,250.02 | \$220,393.17 | \$239,067.11 | \$375,369.50 | \$412,643.61 | \$451,725.54 | \$485,858.40 |
| Otros Costos Operativos | \$65,056.49 | \$89,953.28 | \$99,120.90 | \$199,250.02 | \$220,393.17 | \$239,067.11 | \$375,369.50 | \$412,643.61 | \$451,725.54 | \$485,858.40 |
| Sueldos Coordinadores | \$27,716.40 | \$32,468.04 | \$35,714.84 | \$77,425.97 | \$85,168.57 | \$93,685.43 | \$169,207.12 | \$186,127.77 | \$204,740.60 | \$225,214.88 |
| Sueldos Operativos | \$20,985.30 | \$40,248.45 | \$45,194.66 | \$68,830.21 | \$77,494.72 | \$85,244.19 | \$140,281.14 | \$154,309.20 | \$167,812.35 | \$184,593.74 |
| Sueldo Gerente | | | | \$35,460.32 | \$39,006.35 | \$42,906.98 | \$47,197.68 | \$51,917.45 | \$57,109.19 | \$52,025.89 |
| Servicios Basicos | \$2,400.00 | \$2,652.00 | \$2,930.46 | \$3,238.16 | \$3,578.16 | \$3,953.87 | \$4,369.03 | \$4,827.78 | \$5,334.69 | \$5,894.84 |

| | | | | | | | | | | |
|---|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Gastos de Mantenimiento | \$2,500.00 | \$2,762.50 | \$3,052.56 | \$3,373.08 | \$3,727.26 | \$4,118.62 | \$4,551.07 | \$5,028.93 | \$5,556.97 | \$6,140.45 |
| Depreciacion de Activos Fijos | \$7,846.79 | \$7,846.79 | \$7,846.79 | \$6,091.97 | \$6,091.97 | \$3,283.97 | \$3,283.97 | \$3,283.97 | \$3,283.97 | \$3,283.97 |
| Amortizacion de Activos Diferido | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 |
| Gastos de Investigacion y Desarrollo | \$2,500.00 | \$2,762.50 | \$3,052.56 | \$3,373.08 | \$3,727.26 | \$4,118.62 | \$4,551.07 | \$5,028.93 | \$5,556.97 | \$6,140.45 |
| Gastos Varios | \$1,000.00 | \$1,105.00 | \$1,221.03 | \$1,349.23 | \$1,490.90 | \$1,647.45 | \$1,820.43 | \$2,011.57 | \$2,222.79 | \$2,456.18 |
| Utilidad Bruta | \$42,943.51 | \$61,246.72 | \$112,559.10 | \$141,554.78 | \$256,733.55 | \$428,910.30 | \$653,315.70 | \$616,041.60 | \$576,959.67 | \$645,695.33 |
| Gastos Administrativos | \$5,712.91 | \$6,555.70 | \$7,219.56 | \$7,950.67 | \$8,755.86 | \$9,642.63 | \$10,619.25 | \$11,694.83 | \$12,879.40 | \$14,184.01 |
| Sueldos y Salarios | \$4,212.91 | \$4,898.20 | \$5,388.02 | \$5,926.83 | \$6,519.51 | \$7,171.46 | \$7,888.61 | \$8,677.47 | \$9,545.21 | \$10,499.73 |
| Gastos Varios | \$1,500.00 | \$1,657.50 | \$1,831.54 | \$2,023.85 | \$2,236.35 | \$2,471.17 | \$2,730.64 | \$3,017.36 | \$3,334.18 | \$3,684.27 |
| Gastos de Ventas | \$10,600.00 | \$11,560.00 | \$23,200.00 | \$30,817.84 | \$38,911.70 | \$49,859.77 | \$69,441.25 | \$71,141.94 | \$73,012.71 | \$80,213.98 |
| Gastos de Publicidad | \$9,600.00 | \$10,560.00 | \$11,616.00 | \$12,777.60 | \$14,055.36 | \$15,460.90 | \$17,006.99 | \$18,707.68 | \$20,578.45 | \$22,636.30 |
| Otros Gastos de Ventas | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 |
| Bono por Cumplimiento (Comision) | | | \$10,584.00 | \$17,040.24 | \$23,856.34 | \$33,398.87 | \$51,434.26 | \$51,434.26 | \$51,434.26 | \$56,577.69 |
| Utilidad Operacional | \$26,630.60 | \$43,131.02 | \$82,139.54 | \$102,786.27 | \$209,065.99 | \$369,407.90 | \$573,255.21 | \$533,204.83 | \$491,067.56 | \$551,297.34 |
| Gastos Financieros | \$13,500.00 | \$12,150.00 | \$10,800.00 | \$9,450.00 | \$8,100.00 | \$6,750.00 | \$5,400.00 | \$4,050.00 | \$2,700.00 | \$1,350.00 |
| (-) Gastos Financieros | \$13,500.00 | \$12,150.00 | \$10,800.00 | \$9,450.00 | \$8,100.00 | \$6,750.00 | \$5,400.00 | \$4,050.00 | \$2,700.00 | \$1,350.00 |

| | | | | | | | | | | |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Utilidad Antes de Participacion Trabajadores | \$13,130.60 | \$30,981.02 | \$71,339.54 | \$93,336.27 | \$200,965.99 | \$362,657.90 | \$567,855.21 | \$529,154.83 | \$488,367.56 | \$549,947.34 |
| (-) Participacion Trabajadores | \$1,969.59 | \$4,647.15 | \$10,700.93 | \$14,000.44 | \$30,144.90 | \$54,398.68 | \$85,178.28 | \$79,373.22 | \$73,255.13 | \$82,492.10 |
| Utilidad Antes de Impuestos | \$11,161.01 | \$26,333.86 | \$60,638.61 | \$79,335.83 | \$170,821.09 | \$308,259.21 | \$482,676.93 | \$449,781.60 | \$415,112.43 | \$467,455.24 |
| (-) Impuesto a la Renta | \$2,790.25 | \$6,583.47 | \$15,159.65 | \$19,833.96 | \$42,705.27 | \$77,064.80 | \$120,669.23 | \$112,445.40 | \$103,778.11 | \$116,863.81 |
| Utilidad antes de Reserva Legal | \$8,370.76 | \$19,750.40 | \$45,478.96 | \$59,501.87 | \$128,115.82 | \$231,194.41 | \$362,007.70 | \$337,336.20 | \$311,334.32 | \$350,591.43 |
| (-) 10% Reserva Legal | \$837.08 | \$1,975.04 | \$4,547.90 | \$5,950.19 | \$12,811.58 | \$23,119.44 | \$36,200.77 | \$33,733.62 | \$31,133.43 | \$35,059.14 |
| Utilidad Neta | \$7,533.68 | \$17,775.36 | \$40,931.06 | \$53,551.68 | \$115,304.24 | \$208,074.97 | \$325,806.93 | \$303,602.58 | \$280,200.89 | \$315,532.28 |

TABLA N° 16

FLUJO DE EFECTIVO

| CONCEPTO | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--------------------------------------|-------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| INGRESOS OPERACIONALES | | | | | | | | | | | |
| VENTAS | | | | | | | | | | | |
| Cantidad de Clientes | | 20 | 28 | 39 | 55 | 77 | 108 | 151 | 151 | 151 | 151 |
| Costo Mensual | | 450 | 450 | 450 | 518 | 518 | 518 | 569 | 569 | 569 | 626 |
| Costo Anual | | \$5,400.00 | \$5,400.00 | \$5,400.00 | \$6,210.00 | \$6,210.00 | \$6,210.00 | \$6,831.00 | \$6,831.00 | \$6,831.00 | \$7,514.10 |
| Total del Ingreso | | \$108,000.00 | \$151,200.00 | \$211,680.00 | \$340,804.80 | \$477,126.72 | \$667,977.41 | \$1,028,685.21 | \$1,028,685.21 | \$1,028,685.21 | \$1,131,553.73 |
| EGRESOS OPERACIONALES | | | | | | | | | | | |
| Otros Costos Operativos | | \$65,056.49 | \$89,953.28 | \$99,120.90 | \$199,250.02 | \$220,393.17 | \$239,067.11 | \$375,369.50 | \$412,643.61 | \$451,725.54 | \$485,858.40 |
| Sueldos Coordinadores | | \$27,716.40 | \$32,468.04 | \$35,714.84 | \$77,425.97 | \$85,168.57 | \$93,685.43 | \$169,207.12 | \$186,127.77 | \$204,740.60 | \$225,214.88 |
| Sueldos Operativos | | \$20,985.30 | \$40,248.45 | \$45,194.66 | \$68,830.21 | \$77,494.72 | \$85,244.19 | \$140,281.14 | \$154,309.20 | \$167,812.35 | \$184,593.74 |
| Sueldo Gerente | | | | \$35,460.32 | \$39,006.35 | \$42,906.98 | \$47,197.68 | \$51,917.45 | \$57,109.19 | \$52,025.89 | |
| Servicios Básicos | | \$2,400.00 | \$2,652.00 | \$2,930.46 | \$3,238.16 | \$3,578.16 | \$3,953.87 | \$4,369.03 | \$4,827.78 | \$5,334.69 | \$5,894.84 |
| Gastos de Mantenimiento | | \$2,500.00 | \$2,762.50 | \$3,052.56 | \$3,373.08 | \$3,727.26 | \$4,118.62 | \$4,551.07 | \$5,028.93 | \$5,556.97 | \$6,140.45 |
| Depreciación de Activos Fijos | | \$7,846.79 | \$7,846.79 | \$7,846.79 | \$6,091.97 | \$6,091.97 | \$3,283.97 | \$3,283.97 | \$3,283.97 | \$3,283.97 | \$3,283.97 |
| Amortización de Activos Diferido | | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 | \$108.00 |
| Gastos de Investigación y Desarrollo | | \$2,500.00 | \$2,762.50 | \$3,052.56 | \$3,373.08 | \$3,727.26 | \$4,118.62 | \$4,551.07 | \$5,028.93 | \$5,556.97 | \$6,140.45 |
| Gastos Varios | | \$1,000.00 | \$1,105.00 | \$1,221.03 | \$1,349.23 | \$1,490.90 | \$1,647.45 | \$1,820.43 | \$2,011.57 | \$2,222.79 | \$2,456.18 |
| Gastos Administrativos | | \$5,712.91 | \$6,555.70 | \$7,219.56 | \$7,950.67 | \$8,755.86 | \$9,642.63 | \$10,619.25 | \$11,694.83 | \$12,879.40 | \$14,184.01 |
| Sueldos y Salarios | | \$4,212.91 | \$4,898.20 | \$5,388.02 | \$5,926.83 | \$6,519.51 | \$7,171.46 | \$7,888.61 | \$8,677.47 | \$9,545.21 | \$10,499.73 |
| Gastos Varios | | \$1,500.00 | \$1,657.50 | \$1,831.54 | \$2,023.85 | \$2,236.35 | \$2,471.17 | \$2,730.64 | \$3,017.36 | \$3,334.18 | \$3,684.27 |

| | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gastos de Ventas | | \$10,600.00 | \$11,560.00 | \$23,200.00 | \$30,817.84 | \$38,911.70 | \$49,859.77 | \$69,441.25 | \$71,141.94 | \$73,012.71 | \$80,213.98 |
| Gastos de Publicidad | | \$9,600.00 | \$10,560.00 | \$11,616.00 | \$12,777.60 | \$14,055.36 | \$15,460.90 | \$17,006.99 | \$18,707.68 | \$20,578.45 | \$22,636.30 |
| Otros Gastos de Ventas | | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 |
| Bono por Cumplimiento (Comisión) | | | | \$10,584.00 | \$17,040.24 | \$23,856.34 | \$33,398.87 | \$51,434.26 | \$51,434.26 | \$51,434.26 | \$56,577.69 |
| TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES | | \$81,369.40 | \$108,068.98 | \$129,540.46 | \$238,018.53 | \$268,060.73 | \$298,569.51 | \$455,430.00 | \$495,480.38 | \$537,617.64 | \$580,256.39 |
| EGRESOS FISCALES | | \$11,351.29 | \$18,384.60 | \$35,011.98 | \$43,812.65 | \$89,114.38 | \$157,460.12 | \$244,350.03 | \$227,278.56 | \$209,317.55 | \$234,990.49 |
| (-) Participación Trabajadores | | \$3,994.59 | \$6,469.65 | \$12,320.93 | \$15,417.94 | \$31,359.90 | \$55,411.18 | \$85,988.28 | \$79,980.72 | \$73,660.13 | \$82,694.60 |
| (-) Impuesto a la Renta | | \$5,659.00 | \$9,165.34 | \$17,454.65 | \$21,842.08 | \$44,426.52 | \$78,499.18 | \$121,816.73 | \$113,306.03 | \$104,351.86 | \$117,150.68 |
| (-) 10% Reserva Legal | | \$1,697.70 | \$2,749.60 | \$5,236.40 | \$6,552.62 | \$13,327.96 | \$23,549.75 | \$36,545.02 | \$33,991.81 | \$31,305.56 | \$35,145.21 |
| FLUJO NETO OPERACIONAL | 0.00 | 15,279.31 | 24,746.42 | 47,127.56 | 58,973.62 | 119,951.61 | 211,947.78 | 328,905.18 | 305,926.27 | 281,750.01 | 316,306.85 |
| TOTAL INGRESOS POR INVERSIÓN | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| TOTAL EGRESOS POR INVERSIÓN | 132,802.66 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| FLUJO NETO DE INVERSIÓN | -132,802.66 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| FLUJO DE CAJA DISPONIBLE PARA ACREEDORES (FREE CASH FLOW) | -132,802.66 | 15,279.31 | 24,746.42 | 47,127.56 | 58,973.62 | 119,951.61 | 211,947.78 | 328,905.18 | 305,926.27 | 281,750.01 | 316,306.85 |

INGRESOS POR FINANCIAMIENTO

| | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| APORTE ACCIONISTAS | 32,802.66 | | | | | | | | | | |
| PRESTAMOS BANCARIOS | 100,000.00 | | | | | | | | | | |
| TOTAL INGRESOS POR FINANCIAMIENTO | 132,802.66 | 0.00 |

EGRESOS POR FINANCIAMIENTO

| | | | | | | | | | | | |
|---|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| PAGO DE DIVIDENDOS A ACCIONISTAS | | | | | | | | | | | |
| FINANCIEROS: | | | | | | | | | | | |
| PAGO DE CAPITAL | | 10,000.00 | 10,000.00 | 10,000.00 | 10,000.00 | 10,000.00 | 10,000.00 | 10,000.00 | 10,000.00 | 10,000.00 | 10,000.00 |
| PAGO DE INTERESES | | 13,500.00 | 12,150.00 | 10,800.00 | 9,450.00 | 8,100.00 | 6,750.00 | 5,400.00 | 4,050.00 | 2,700.00 | 1,350.00 |
| TOTAL EGRESOS POR FINANCIAMIENTO | 0.00 | 23,500.00 | 22,150.00 | 20,800.00 | 19,450.00 | 18,100.00 | 16,750.00 | 15,400.00 | 14,050.00 | 12,700.00 | 11,350.00 |

| | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| FLUJO NETO POR FINANCIAMIENTO | 132,802.66 | -23,500.00 | -22,150.00 | -20,800.00 | -19,450.00 | -18,100.00 | -16,750.00 | -15,400.00 | -14,050.00 | -12,700.00 | -11,350.00 |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|

| | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| FLUJO NETO GENERADO | 0.00 | -8,220.69 | 2,596.42 | 26,327.56 | 39,523.62 | 101,851.61 | 195,197.78 | 313,505.18 | 291,876.27 | 269,050.01 | 304,956.85 |
|----------------------------|-------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|

| | | | | | | | | | | | |
|---|-------------|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| SALDO INICIAL DE CAJA Y EQUIVALENTES DE CAJA | 0.00 | 0.00 | -8,220.69 | -5,624.27 | 20,703.29 | 60,226.91 | 162,078.52 | 357,276.30 | 670,781.48 | 962,657.75 | 1,231,707.77 |
|---|-------------|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|

| | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| FLUJO TOTAL ACUMULADO | 0.00 | -8,220.69 | -5,624.27 | 20,703.29 | 60,226.91 | 162,078.52 | 357,276.30 | 670,781.48 | 962,657.75 | 1,231,707.77 | 1,536,664.61 |
|------------------------------|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|

| | | | | | | | | | | | |
|---|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Indice de cobertura de servicio a la deuda (FCF) | | 0.65 | 1.12 | 2.27 | 3.03 | 6.63 | 12.65 | 21.36 | 21.77 | 22.19 | 27.87 |
|---|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|

| | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|--|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| FCF | | 15,279.31 | 24,746.42 | 47,127.56 | 58,973.62 | 119,951.61 | 211,947.78 | 328,905.18 | 305,926.27 | 281,750.01 | 316,306.85 |
| PAGOS DE CAPITAL + INTERES | | 23,500.00 | 22,150.00 | 20,800.00 | 19,450.00 | 18,100.00 | 16,750.00 | 15,400.00 | 14,050.00 | 12,700.00 | 11,350.00 |

| RESUMEN | |
|---------|---------------|
| VAN | \$ 675,992.26 |
| TIR | 197% |

*** Criterio del VAN**

Valor Actual Neto positivo, según el criterio del VAN dice que con un resultado positivo, el emprendimiento es factible.

*** Criterio de TASA INTERNA DE RETORNO (T.I.R.)**

Según el criterio de la TIR, cuando este indicador es más alto que la tasa de descuento el emprendimiento es viable.

*** Criterio Relación Beneficio Costo**

Según este criterio la relación debe superar a la unidad para que sea factible el proyecto, por tanto el emprendimiento es viable.

En conjunto todos los criterios dan a entender que la GESTIÓN ECONÓMICA, TÉCNICA Y FINANCIERA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA AL CONTABLE, JURÍDICO, FINANCIERO Y DE MERCADEO, PARA LAS PYMES EN ECUADOR, ESPECÍFICAMENTE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, es un proyecto FACTIBLE.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

Es importante destacar que el proyecto objeto de esta investigación tiene la categoría de servicios, por lo que se desarrollan fuentes de trabajo para personal calificado, es decir, profesionales, y elimina el subempleo, genera beneficios importantes a las comunidades porque mejoran el estándar de vida del medio.

Los resultados arrojados por la investigación de mercados y el análisis financiero concluyen en la factibilidad del proyecto de creación de una empresa asesora Contable, Financiera y Fiscal para las PYMEs, contando con alta aceptabilidad dentro de las PYMEs.

Para las PYMES contar con un departamento Contable indica costos operativos elevado por ésta razón necesitan contratar servicios externos de asesoría Contable, Financiera y Fiscal a costos bajos que les brinde mayor productividad a corto plazo.

Con el tratamiento de datos se ha determinado que el mercado se encuentra subatendido, ya que la mayoría de empresas de control externo solo se enfocan en las empresas grandes e industriales.

Culminados los estudios pertinentes del proyecto se determinó que la Asesoría Contable, Financiera y Fiscal cuenta con los recursos necesarios para la ejecución de cualquier tipo de asesoría, permitiendo así dar mayores beneficios a las PYMEs y un crecimiento en su entorno económico.

Es importante destacar que esta empresa tiene visión y compromiso con el país, no solo por la confianza en todas las áreas involucradas para el desarrollo de la nación, sino también por el servicio creado por esta investigación, el asesoramiento a pequeñas y medianas empresas, con lo que se anhela contribuir a solucionar uno de los problemas más graves

que afectan a la credibilidad del mismo, sea por factores económicos, políticos y hasta sociales entre otros.

Es importante destacar que los indicadores proyectados, como se comprobó en capítulos detallados anteriormente, son ampliamente satisfactorios, aun cuando este tipo de emprendimientos suelen ser subestimados por considerar que las proyecciones son optimistas, en este caso se ha efectuado un estudio conservador y con el que se puede reflejar que el Ecuador ofrece amplias oportunidades en cuanto a crecimiento de las PYMEs, y mucho más en un país donde la competencia es un riesgo.

Es por esto que, el desarrollo de este proyecto debe ser más que una investigación, un ejemplo de emprendimiento real y objetivo dirigido a satisfacer las verdaderas necesidades del mercado ecuatoriano, dando ejemplo en la integración con el desarrollo de la comunidad.

8.2 RECOMENDACIONES

Para obtener los beneficios determinados en el estudio económico y financiero, se debe tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

Aplicar estrategias comerciales y de servicio, con la finalidad de captar el mercado determinado en el tamaño del proyecto, en base a liderazgo en calidad, costos y precios.

Se deberá implantar la empresa dentro de un análisis de micro localización que no altere la inversión inicial, es decir, el costo previsto para la adquisición del edificio y los posteriores costos de comercialización.

Aplicar de manera efectiva los principios y funciones de la Administración en todas las actividades de la empresa lo que logrará convertirla en una exitosa dentro del mercado.

Mantener los márgenes de ventas propuestos de acuerdo a los diferentes criterios evaluados, análisis técnico, costos – ingresos, capacidad instalada para que se alcance el nivel de ingresos y de utilidad neta detalladas en esta investigación.

Las PYMEs deben priorizar sus esfuerzos para cumplir con las metas más ambiciosas, sin dejar de lado el compromiso con el desarrollo económico, cultural social, educativo y ambiental del país.

La ejecución de este proyecto, a más de brindar fuentes de trabajo, proporcionará al mercado consumidor un servicio integral de calidad y asesorías adecuadas, con el fin de romper paradigmas y establecer nuevas formas de comunicación con los clientes.

Por las razones anteriormente expuestas, se recomienda la implementación de esta empresa de servicios dedicada al asesoramiento integral en el área financiera, contable, jurídica y de mercadeo.

ANEXOS

ENCUESTA

Instrucciones para Encuestadores

Lea claramente las preguntas y marque con un círculo la respuesta. Escriba con letra impresa.

NOMBRE DE LA EMPRESA: _____
SECTOR: _____

1. ¿ESTARÍA DISPUESTO A INVERTIR EN UN SERVICIO DE ASESORIA GERENCIAL?

SI

NO

2.- ¿CUÁL SERÍA EL VALOR PROMEDIO QUE ESTARIA DISPUESTO A PAGAR?

DE 0 A \$200.00

DE \$201 A \$ 500.00

DE \$ 501 A \$ 800.00

DE \$ 801.00 A \$ 1600.00

MÁS DE \$ 1600.00

3. ¿QUÉ RENTABILIDAD ESPERA SOBRE LA INVERSIÓN?

MENOS DE 10%

10% - 25%

25% - 40%

40% - 55%

MÁS DE 55%

4. SEGÚN SU NECESIDAD EMPRESARIAL, ¿COMO LLEVA EL CONTROL GERENCIAL DE SU EMPRESA?

CONTROL INTERNO

NINGUNO

CONTROL EXTERNO

OTROS _____

5. ¿QUÉ MEDIOS UTILIZA PARA OBTENER AYUDA CON RESPECTO A PROBLEMAS ADMINISTRATIVOS QUE AFRENTE SU EMPRESA?

NAVEGACIÓN POR INTERNET

CONTACTOS PROFESIONALES

TELEVISIÓN/RADIO

FERIAS /EVENTOS

OTROS _____

6.¿ESTÁ CONFORME CON LOS SERVICIOS ACTUALES DE LAS CONSULTORAS EN GENERAL?

SI

NO

7. QUÉ TIPO DE ASESORÍA TIENE MÁS ALTO IMPACTO PARA SU EMPRESA?

ADMINISTRATIVA

DE MERCADEO

JURÍDICA

MERCANTIL

FINANCIERA

CONTABLE

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!

La cantidad de encuestas que se realizaron en cada sector de Guayaquil, se demuestra en el siguiente gráfico:



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Pregunta N° 1

En el siguiente gráfico se puede estimar el porcentaje de aceptación que tendría el servicio de consultoría en Guayaquil. Con un 61% de aceptación se puede concluir que es un porcentaje bastante en el cual se encontrarían los clientes potenciales.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

Pregunta N° 2

Las pequeñas y medianas empresas estarían dispuestas a invertir por un servicio de asesoramiento gerencial y pagar por este un aproximado de \$1000.00 puesto que esperan un buen servicio y que llene todas sus expectativas.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

Pregunta N° 3

A pesar de que las empresas no arriesgan en gran cantidad su capital, esperan recibir índices de rentabilidad entre el 25% - 40% de su inversión, seguido de un esperado entre 10% - 25%; lo que indica que conocen de los beneficios que posee cada una de sus actividades económicas en el país, por su productividad, riqueza en sus tierras, accesos a diferentes tipos de mercado.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

Pregunta N° 4

Las PYMES en Guayaquil por lo general llevan un control interno en sus empresas seguido con un 23% de empresas que buscan asesoría por otros medios.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

Pregunta n° 5

La manera más rápida por la que las personas y en especial las PYMES, recolectan información sobre cómo afrontar los diferentes problemas según la cultura ecuatoriana, rigiéndose a sus propios conocimientos puesto que la mayoría de estas son familiares no dejan de administrarlas de manera empírica sin ningún control, seguido con un 30% de empresas que buscan ayuda de un profesional y un 17% por medio de navegación por internet.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras

Pregunta N° 6

Dentro de las PYMES que estarían dispuestas a invertir en un paquete de asesoramiento, el 45% no está conforme con los servicios que se brindan, porque por lo que ellos por lo manejan sus empresas de manera personal y no conocen de alguna empresa que les brinde este servicio con un precio económico y acorde a sus necesidades; sin embargo, existe un 55% de éstas empresas que no tienen ningún inconveniente al respecto.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

Pregunta N° 7

Las áreas que tienen mayor interés para las empresas, en lo que se refiere a que les gustaría el asesoramiento son: consultoría en el área contable con un 37%, jurídica con un 32% y asesoramiento financiero con un 19%, éste último se ha relacionado también los inventarios por similar o semejante información que manejan las empresas en general.

Por la importancia que tienen el resto de asesorías, se las integrará dentro del paquete de asesoramiento.

*** Criterio del VAN**

Valor Actual Neto positivo, según el criterio del VAN dice que con un resultado positivo, el emprendimiento es factible.

*** Criterio de TASA INTERNA DE RETORNO (T.I.R.)**

Según el criterio de la TIR, cuando este indicador es más alto que la tasa de descuento el emprendimiento es viable.

*** Criterio Relación Beneficio Costo**

Según este criterio la relación debe superar a la unidad para que sea factible el proyecto, por tanto el emprendimiento es viable.

En conjunto todos los criterios dan a entender que la GESTIÓN ECONÓMICA, TÉCNICA Y FINANCIERA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA AL CONTABLE, JURÍDICO, FINANCIERO Y DE MERCADEO, PARA LAS PYMES EN ECUADOR, ESPECÍFICAMENTE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, es un proyecto FACTIBLE.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

Es importante destacar que el proyecto objeto de esta investigación tiene la categoría de servicios, por lo que se desarrollan fuentes de trabajo para personal calificado, es decir, profesionales, y elimina el subempleo, genera beneficios importantes a las comunidades porque mejoran el estándar de vida del medio.

Los resultados arrojados por la investigación de mercados y el análisis financiero concluyen en la factibilidad del proyecto de creación de una empresa asesora Contable, Financiera y Fiscal para las PYMEs, contando con alta aceptabilidad dentro de las PYMEs.

Para las PYMES contar con un departamento Contable indica costos operativos elevado por ésta razón necesitan contratar servicios externos de asesoría Contable, Financiera y Fiscal a costos bajos que les brinde mayor productividad a corto plazo.

Con el tratamiento de datos se ha determinado que el mercado se encuentra subatendido, ya que la mayoría de empresas de control externo solo se enfocan en las empresas grandes e industriales.

Culminados los estudios pertinentes del proyecto se determinó que la Asesoría Contable, Financiera y Fiscal cuenta con los recursos necesarios para la ejecución de cualquier tipo de asesoría, permitiendo así dar mayores beneficios a las PYMEs y un crecimiento en su entorno económico.

Es importante destacar que esta empresa tiene visión y compromiso con el país, no solo por la confianza en todas las áreas involucradas para el desarrollo de la nación, sino también por el servicio creado por esta investigación, el asesoramiento a pequeñas y medianas empresas, con lo que se anhela contribuir a solucionar uno de los problemas más graves

que afectan a la credibilidad del mismo, sea por factores económicos, políticos y hasta sociales entre otros.

Es importante destacar que los indicadores proyectados, como se comprobó en capítulos detallados anteriormente, son ampliamente satisfactorios, aun cuando este tipo de emprendimientos suelen ser subestimados por considerar que las proyecciones son optimistas, en este caso se ha efectuado un estudio conservador y con el que se puede reflejar que el Ecuador ofrece amplias oportunidades en cuanto a crecimiento de las PYMEs, y mucho más en un país donde la competencia es un riesgo.

Es por esto que, el desarrollo de este proyecto debe ser más que una investigación, un ejemplo de emprendimiento real y objetivo dirigido a satisfacer las verdaderas necesidades del mercado ecuatoriano, dando ejemplo en la integración con el desarrollo de la comunidad.

8.2 RECOMENDACIONES

Para obtener los beneficios determinados en el estudio económico y financiero, se debe tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

Aplicar estrategias comerciales y de servicio, con la finalidad de captar el mercado determinado en el tamaño del proyecto, en base a liderazgo en calidad, costos y precios.

Se deberá implantar la empresa dentro de un análisis de micro localización que no altere la inversión inicial, es decir, el costo previsto para la adquisición del edificio y los posteriores costos de comercialización.

Aplicar de manera efectiva los principios y funciones de la Administración en todas las actividades de la empresa lo que logrará convertirla en una exitosa dentro del mercado.

Mantener los márgenes de ventas propuestos de acuerdo a los diferentes criterios evaluados, análisis técnico, costos – ingresos, capacidad instalada para que se alcance el nivel de ingresos y de utilidad neta detalladas en esta investigación.

Las PYMEs deben priorizar sus esfuerzos para cumplir con las metas más ambiciosas, sin dejar de lado el compromiso con el desarrollo económico, cultural social, educativo y ambiental del país.

La ejecución de este proyecto, a más de brindar fuentes de trabajo, proporcionará al mercado consumidor un servicio integral de calidad y asesorías adecuadas, con el fin de romper paradigmas y establecer nuevas formas de comunicación con los clientes.

Por las razones anteriormente expuestas, se recomienda la implementación de esta empresa de servicios dedicada al asesoramiento integral en el área financiera, contable, jurídica y de mercadeo.

ANEXOS

ENCUESTA

Instrucciones para Encuestadores

Lea claramente las preguntas y marque con un círculo la respuesta. Escriba con letra impresa.

NOMBRE DE LA EMPRESA: _____
SECTOR: _____

1. ¿ESTARÍA DISPUESTO A INVERTIR EN UN SERVICIO DE ASESORIA GERENCIAL?

SI NO

2.- ¿CUÁL SERÍA EL VALOR PROMEDIO QUE ESTARIA DISPUESTO A PAGAR?

DE 0 A \$200.00 DE \$201 A \$ 500.00 DE \$ 501 A \$ 800.00

DE \$ 801.00 A \$ 1600.00 MÁS DE \$ 1600.00

3. ¿QUÉ RENTABILIDAD ESPERA SOBRE LA INVERSIÓN?

MENOS DE 10% 10% - 25% 25% - 40%

40% - 55% MÁS DE 55%

4. SEGÚN SU NECESIDAD EMPRESARIAL, ¿COMO LLEVA EL CONTROL GERENCIAL DE SU EMPRESA?

CONTROL INTERNO NINGUNO

CONTROL EXTERNO OTROS _____

5. ¿QUÉ MEDIOS UTILIZA PARA OBTENER AYUDA CON RESPECTO A PROBLEMAS ADMINISTRATIVOS QUE AFRENTE SU EMPRESA?

NAVEGACIÓN POR INTERNET CONTACTOS PROFESIONALES

TELEVISIÓN/RADIO FERIAS /EVENTOS

OTROS _____

6.¿ESTÁ CONFORME CON LOS SERVICIOS ACTUALES DE LAS CONSULTORAS EN GENERAL?

SI NO

7. QUÉ TIPO DE ASESORÍA TIENE MÁS ALTO IMPACTO PARA SU EMPRESA?

ADMINISTRATIVA DE MERCADEO JURÍDICA
MERCANTIL FINANCIERA CONTABLE

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!

La cantidad de encuestas que se realizaron en cada sector de Guayaquil, se demuestra en el siguiente gráfico:



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Pregunta N° 1

En el siguiente gráfico se puede estimar el porcentaje de aceptación que tendría el servicio de consultoría en Guayaquil. Con un 61% de aceptación se puede concluir que es un porcentaje bastante en el cual se encontrarían los clientes potenciales.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

Pregunta N° 2

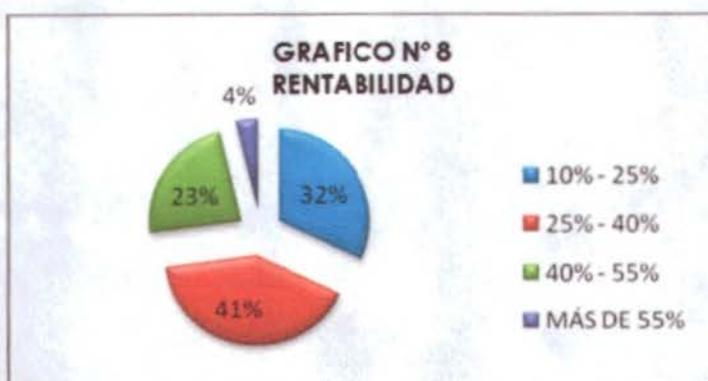
Las pequeñas y medianas empresas estarían dispuestas a invertir por un servicio de asesoramiento gerencial y pagar por este un aproximado de \$1000.00 puesto que esperan un buen servicio y que llene todas sus expectativas.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

Pregunta N° 3

A pesar de que las empresas no arriesgan en gran cantidad su capital, esperan recibir índices de rentabilidad entre el 25% - 40% de su inversión, seguido de un esperado entre 10% - 25%; lo que indica que conocen de los beneficios que posee cada una de sus actividades económicas en el país, por su productividad, riqueza en sus tierras, accesos a diferentes tipos de mercado.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

Pregunta N° 4

Las PYMES en Guayaquil por lo general llevan un control interno en sus empresas seguido con un 23% de empresas que buscan asesoría por otros medios.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

Pregunta n° 5

La manera más rápida por la que las personas y en especial las PYMES, recolectan información sobre cómo afrontar los diferentes problemas según la cultura ecuatoriana, rigiéndose a sus propios conocimientos puesto que la mayoría de estas son familiares no dejan de administrarlas de manera empírica sin ningún control, seguido con un 30% de empresas que buscan ayuda de un profesional y un 17% por medio de navegación por internet.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras

Pregunta N° 6

Dentro de las PYMES que estarían dispuestas a invertir en un paquete de asesoramiento, el 45% no está conforme con los servicios que se brindan, porque por lo que ellos por lo manejan sus empresas de manera personal y no conocen de alguna empresa que les brinde este servicio con un precio económico y acorde a sus necesidades; sin embargo, existe un 55% de éstas empresas que no tienen ningún inconveniente al respecto.

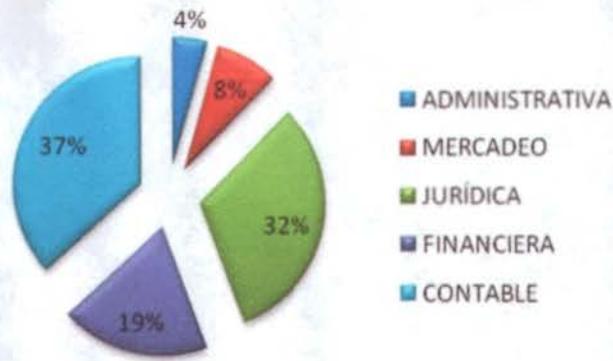


Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010

Pregunta N° 7

Las áreas que tienen mayor interés para las empresas, en lo que se refiere a que les gustaría el asesoramiento son: consultoría en el área contable con un 37%, jurídica con un 32% y asesoramiento financiero con un 19%, éste último se ha relacionado o también los inventarios por similar o semejante información que manejan las empresas en general. Por la importancia que tienen el resto de asesorías, se las integrará dentro del paquete de asesoramiento.

GRAFICO N° 12
AREAS DE ASESORAMIENTO



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Las Autoras
Fecha: Abril 2010