

# PLAN DE NEGOCIOS. UN ENFOQUE PRÁCTICO EN EL SECTOR COMERCIO

OSCAR ROMERO HIDALGO / AUGUSTO HIDALGO SÁNCHEZ / HENRY CORREA GUAICHA





# Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio

Oscar Romero Hidalgo  
Augusto Hidalgo Sánchez  
Henry Correa Guaicha  
Coordinadores



Primera edición en español, 2018

Este texto ha sido sometido a un proceso de evaluación por pares externos con base en la normativa editorial de la UTMACH

---

Ediciones UTMACH

Gestión de proyectos editoriales universitarios

146 pag; 22X19cm - (Colección REDES 2017)

Título: Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio.

/ Oscar Romero Hidalgo / Augusto Hidalgo Sánchez / Henry Correa Guaicha  
(Coordinadores)

ISBN: 978-9942-24-109-2

*Publicación digital*

---

**Título del libro:** Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio.

**ISBN:** 978-9942-24-109-2

**Comentarios y sugerencias:** [editorial@utmachala.edu.ec](mailto:editorial@utmachala.edu.ec)

**Diseño de portada:** MZ Diseño Editorial

**Diagramación:** MZ Diseño Editorial

**Diseño y comunicación digital:** Jorge Maza Córdova, Ms.

© Editorial UTMACH, 2018

© Oscar Romero / Augusto Sánchez / Henry Correa, por la coordinación

D.R. © UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, 2018

Km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje

[www.utmachala.edu.ec](http://www.utmachala.edu.ec)

Machala - Ecuador

Advertencia: “Se prohíbe la reproducción, el registro o la transmisión parcial o total de esta obra por cualquier sistema de recuperación de información, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro, existente o por existir, sin el permiso previo por escrito del titular de los derechos correspondientes”.



César Quezada Abad, Ph.D

**Rector**

Amarilis Borja Herrera, Ph.D

**Vicerrectora Académica**

Jhonny Pérez Rodríguez, Ph.D

**Vicerrector Administrativo**

**COORDINACIÓN EDITORIAL**

Tomás Fontaines-Ruiz, Ph.D

**Director de investigación**

Karina Lozano Zambrano, Ing.

**Jefe Editor**

Elida Rivero Rodríguez, Ph.D

Roberto Aguirre Fernández, Ph.D

Eduardo Tusa Jumbo, Msc.

Irán Rodríguez Delgado, Ms.

Sandy Soto Armijos, M.Sc.

Raquel Tinóco Egas, Msc.

Gissela León García, Mgs.

Sixto Chilinguina Villacis, Mgs.

**Consejo Editorial**

Jorge Maza Córdova, Ms.

Fernanda Tusa Jumbo, Ph.D

Karla Ibañez Bustos, Ing.

**Comisión de apoyo editorial**



# Índice

## Capítulo I

Desarrollo de una idea y plan de negocios en el sector comercio ..... 13

Oscar Romero Hidalgo; Augusto Hidalgo Sánchez

## Capítulo II

Plan de negocios. Análisis de mercado ..... 41

Mauricio Noblecilla Grunauer; José Ollague Valarezo

## Capítulo III

Plan de negocios. Análisis técnico ..... 60

Oscar Romero Hidalgo; Priscila García Cuenca

## **Capítulo IV**

Plan de negocios. Análisis económico ..... 84

Martha Cecilia Aguirre Benalcázar

## **Capítulo V**

Plan de negocios. Análisis financiero ..... 116

Marcia Jaramillo Paredes; Cindy Arias Jaramillo

## **Capítulo VI**

Plan de negocios. Análisis ambiental con prácticas sociales  
en el sector comercio ..... 134

Henry Correa Guaicha



# Dedicatoria

A mi Dios por guiarme en todos mis caminos, y ser parte de todos mis logros, a mis padres que desde el cielo me acompañan, a mi adorada Priscila, a toda mi familia que son mi fuente de inspiración, y a mis estudiantes de la Universidad Técnica de Machala.

Oscar Romero Hidalgo

En memoria del Dr. Rafael Cárdenas Castillo, maestro ejemplar de la Universidad Nacional de Trujillo, Perú.

Augusto Hidalgo Sánchez

A Dios por darme la salud, los conocimientos y la perseverancia para desarrollarlo. A personas muy especiales en mi vida: Elvia María Guaicha Flores (+); mi madre, mi formadora, mi inspiración. Héctor Polivio Correa Soto (+); mi padre, mi amigo, mi guía Laura Elizabeth Alvarado Correa, esposa, amiga, compañera Angie Elizabeth y Nohelia Dayanna Correa Alvarado, mis hijas, mi vida, mis amigas del alma Henry Patricio Correa Alvarado, mi hijo, mi amigo incondicional, mi vida.

Henry Correa Guaicha

A mi Dios por ser mi baluarte y fortaleza en todos los emprendimientos que he enfrentado durante toda mi vida a nivel personal y profesional, a mi esposa Roxana Betancourt y mi hijo Mauricio Noblecilla por ser mi sustento y la razón de mi vida. A mis padres y hermanos que me dieron todo para ser la persona que soy en la actualidad.

Mauricio Noblecilla Grunauer

A Dios, y a mi familia, quienes son los que me dan el ánimo y la confianza para seguir realizando actividades y alcanzar mi éxito profesional y personal.

José Ollague Valarezo

A Dios, por ser mi guía y protector, a Oscar por su paciencia, comprensión a las horas dedicadas a la elaboración de esta obra.

Priscila García Cuenca

A Dios, porque es mi dirección y protección para cumplir mis metas, a mi familia por su comprensión y estímulo constante, porque son mi fortaleza y mi apoyo incondicional.

Martha Aguirre Benalcázar

A Dios, por todas las bendiciones recibidas. A mis padres Segundo y Dora, seres llenos de amor, grandes motivadores de mis logros y referentes de vida. A mis hermanos Fernando y Yoneli, por compartir experiencias de familia de las cuales hemos disfrutado y sobresalido en el transitar de la vida.

Marcia Jaramillo Paredes

A Dios, quien ha puesto en mi vida a las personas correctas en el momento justo, a mis padres por su apoyo incondicional, principalmente a mi madre que es mi razón de existir.

Cindy Arias Jaramillo

# Introducción

En el Ecuador y el mundo muchas personas tienen iniciativa emprendedora, algunas de ellas empiezan a operar sus negocios sin tener el mínimo conocimiento efectivo de cómo impulsar su idea de negocio; se apoyan de su único aliado la experiencia adquirida en trabajos realizados, lo cual si bien es cierto es un punto a favor requiere de complementar con un documento técnico, que contenga el camino a trazar a la hora de emprender, y de llevar a la ejecución un plan de negocios.

Esta necesidad de emprender viene de la mano de muchos elementos que acondicionan la creación de nuevas empresas, es allí donde los planes de negocios juegan un rol vital, por ello es importante conocer paso a paso la elaboración de una planificación direccionada en este caso de estudio al sector comercio.

En el presente libro, se explica de manera muy didáctica cada paso del diseño del plan de negocios en el sector comercio. A continuación se presenta los 6 capítulos que conforman cada una de estas unidades desarrolladas:

Capítulo I: Desarrollo de una idea y plan de negocios en el sector comercio; en este apartado se identifica la idea de negocios y como se puede desarrollar un emprendimiento en el sector comercio.

Capítulo II: Plan de negocios. Análisis de Mercado; se determina cómo se desarrolla un plan de negocios a través de un análisis de mercado, identificando el mercado potencial para satisfacer las necesidades de los clientes.

Capítulo III: Plan de negocios. Análisis Técnico; se desarrolla un análisis técnico que gestione la capacidad instalada de la empresa, definiendo el producto o el servicio y el proceso a la hora de ser comercializados en el mercado.

Capítulo IV: Plan de negocios. Análisis Económico; se analiza la situación económica que se estructura en la empresa y cómo evolucionan los resultados de las inversiones.

Capítulo V: Plan de negocios. Análisis Financiero; se complementa el proceso financiero que identifica, como se gestionan los gastos y se recupera la inversión en la actividad del negocio.

Capítulo VI: Plan de negocios. Análisis Ambiental con prácticas sociales en el sector comercio; se establece el análisis ambiental a través del manejo de las políticas de responsabilidad social y ambiental, que tiendan a disminuir el impacto con el medio ambiente donde se desarrolla la actividad comercial.

El texto tiene como objetivo desarrollar un plan de negocios orientado al sector comercio; mismo que abarcará desde la idea del negocio hasta concretar con cada fase del estudio del plan, imprescindibles procesos de un plan de negocios; esperamos que este compendio sirva de guía para los futuros profesionales emprendedores, y que las ideas de negocios que se propongan se cristalicen.

# 03 Capítulo | Plan de negocios. Análisis técnico

Oscar Romero Hidalgo; Priscila García Cuenca

Cuando describimos al análisis técnico de un plan de negocios, no es necesariamente explicar tanto tecnicismo, es más bien enfocar como se estructuran y se procesan las actividades del negocio. Existen muchas definiciones de análisis técnico de las cuales podemos expresar que el análisis técnico tiene como objetivo principal establecer un proceso bien estructurado para la elaboración y comercialización de los productos o servicios, determinando la tecnología, maquinaria, equipos, insumos, materia prima, suministros entre otros.

Con este estudio se pretende garantizar la cantidad y calidad de los productos para los clientes, es importante tomar en cuenta que para el análisis técnico se debe tener como base el estudio de mercado, ya que su información es clave para este proceso.

---

**Oscar Romero Hidalgo:** Doctor en Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Magíster en Dirección de Empresas de la Universidad Andina Simón Bolívar. Ingeniero Comercial de la Universidad Técnica de Machala.

**Priscila García Cuenca:** Ingeniera Comercial en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Machala. Licenciada en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Machala. Abogada de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador de la Universidad de Guayaquil.

Entendamos bajo otros conceptos que es un análisis técnico, (Toro López, 2016) lo determina como el propósito de establecer cuál es el proceso de elaborar y vender productos o servicios, utilizando equipos, máquinas, tecnología, talento humano, materia prima y servicios requeridos para el efecto. Al estudio técnico también se le conoce como análisis de operaciones donde se determina su administración desde la estructura del negocio, el tipo de empresa que se va a constituir, la contratación de personal, seguros y requerimientos de capacitación (Tokan, 2016). Un análisis técnico identifica las características del producto, la descripción de su proceso, diagramas de los procesos, maquinaria y equipo, materias primas, insumos, rendimientos, áreas del negocio, programa de producción, requerimiento de mano de obra, localización entre las principales condiciones para su estructura y adaptación en el plan de negocios (Moyano Castillejo, 2015).

Otra forma de estructurar un plan de negocios dentro de su análisis técnico es la composición de materiales y suministros, proceso y programa de producción, tecnología aplicada, análisis de la localización, infraestructura disponible y uso del negocio (Pedraza Rendón, 2014).

Al momento de elaborar productos o servicios, es importante evidenciar en el análisis o estudio técnico todo el proceso con claridad de cada una de sus características, el diseño del producto que fue descrito en el análisis del mercado es el prerrequisito primordial y nos ayudará a definir el proceso productivo.

El estudio técnico es un insumo que aporta la información cuantitativa y cualitativa concerniente a los factores de los productos o servicios que deberá contener el nuevo plan de negocios, esto es: tecnología; infraestructura, equipamiento, cálculo de materiales y mano de obra, aspectos legales, licencias, permisos, obligaciones tributarias. De acuerdo al informe del Ministerio de Industrias y Competitividad (MIPRO, 2017) en el Ecuador existen creadas 1.322.537 Mipymes con un alto porcentaje de microempresas; y según datos del Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) en el año 2016 más del

90% la integran las medianas, pequeñas y microempresas, las mismas que se encuentran legalmente constituidas y su estructura organizacional cumple con las normativas jurídicas propias de la nación.

Ahora bien, una vez que hemos explicado que es un análisis técnico y como se estructura, procedemos a determinar cada una de las matrices para la elaboración del análisis técnico que forma parte del plan de negocios propuesto.

Iniciaremos con la identificación de los equipos y maquinarias que se requieren al momento de saber cuál es nuestro producto o servicio y las necesidades de nuestro mercado de análisis:

### **1. Equipos y maquinarias: Infraestructura y equipamiento.**

Establecemos los requerimientos de equipamiento, maquinarias, tecnología y la infraestructura necesaria para el proceso de instalación del negocio o planta.

Los emprendedores deben hacer conciencia de que no se debe invertir en maquinaria y equipo que en realidad no prestará las facilidades para producir o comercializar, todo lo que se adquiera deberá ser comprado en función de lo que realmente se necesita en el negocio, además de agregar valor al proceso productivo; los detalles técnicos de los equipos, maquinarias y toda la infraestructura tecnológica será detallada en cada una de las matrices propuestas y que se encuentran ilustradas con ejemplos que se explican a continuación:

Cuadro 3.1: Matriz de descripción de equipo, maquinaria y tecnología

Descripción del equipo, maquinaria y tecnología	Cantidad	Función
Equipo de Computación Computadora LG P. Intel dual core g4400 3.3 ghz i1151 6ta gen Disco duro 500gb hitachi sata mb gigabyte h110m-h lga1151 Memoria ddr4 4gb kingston pc2133 Dvd rw sata marca samsung Case (solo) + lector tarj.sd teclado y mouse parlantes Marca Genius km-130 usb Monitor 20 pulgadasled samsung ls20d300nh vga	2	Registro de productos, información administrativa y financiera
Impresora Multifuncional Velocidad ISO ESAT de 7,0/4,8 ipm en blanco y negro/color Resolución de impresión de 4800 ppp y gotas de tinta de 2 picolitros Fotografía de 10 x 15 cm en 56 seg.* Easy-WebPrint EX Escáner de 600 ppp con modo de escaneo automático Bandeja de salida de apertura automática Sistema ChromaLife100	1	Impresiones Copias Escaneo
Regulador de energía	1	Estabilizador de energía
Equipo digital para mezcla electrónica	1	Batido automático
Equipo eléctrico para mezcla de pintura	1	Combinación de pinturas

Fuente: Elaboración propia (2017).

2. Distribución de espacios: Se describe y gráfica el lugar donde funcionará el negocio, con todas sus áreas disponibles que forman parte de la empresa, esta ilustración gráfica ayuda al emprendedor a ubicar su negocio y establecer como definirá sus áreas funcionales tanto para la producción como para la comercialización de sus productos o servicios; brindando espacios para el buen desempeño de los empleados y una personalizada atención de sus clientes.

El objetivo de la distribución de espacios es poner a disposición del cliente los productos o servicios en el momento, lugar y cantidad que demanden, todo ello al mínimo costo,



considerándose áreas de fácil acceso, satisfaciendo en todo momento sus necesidades más apremiantes (Marín Martínez, 2016).

Para determinar la localización óptima del negocio se debe tomar en cuenta algunos factores tales como: condicionantes geográficos, físicos, infraestructura para transporte de materia prima, insumos o materiales, servicios de asistencia técnica y capacitación del talento humano, servicios financieros, servicios básicos, seguridad, régimen legal entre otras (Luna González, 2016).

- Localización del negocio: Se describe en detalle la ubicación del local, sus características y facilidades con que cuenta (infraestructura, áreas físicas).
- Nombre del negocio: Identificación de cuál es el nombre del negocio
- Estará ubicado en las calles: dirección exacta del negocio
- Junto a cerca o cerca de: referencia de un lugar cercano al negocio
- El local cuenta con lo siguiente: descripción puntual de las áreas funcionales del negocio

3. Capacidad de producción: Determinación del tamaño óptimo del proyecto: Una de las esenciales tareas del emprendedor es determinar la capacidad de producción y describir el tamaño óptimo del negocio, es importante conocer la población donde va a funcionar el negocio, considerando que a mayor tamaño de la muestra mejor se identificará las características de la población, en el proceso del muestreo se determinará el público objetivo (Talaya & Molina Collado, 2014).

En esta matriz se determina la capacidad de producción y se calcula los tipos de productos que se venderán en el negocio, estableciéndose en primera instancia el producto estrella o el producto que más se vende, para luego proceder al cálculo de cada producto o servicio, tomando en cuenta la cantidad de venta diaria, mensual y anual.

Cuadro 3.2: Capacidad de producción

**Comercialización de pinturas**

Producto/ servicio: Precio * c/galón		COSTOS DEL PRODUCTO EN DOLARES			
		Cantidad diaria	Total venta diaria	Total venta mensual	Total venta anual
Pinturas	PRECIO	TOTAL GALONES	VALOR DIARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Pinturas mezcladas	3.50	75	262.50	5,250.00	63,000.00
<b>TOTAL</b>			262.50	5,250.00	63,000.00

Fuente: Elaboración propia (2017).

#### 4. Estructura organizacional y de talento humano:

La estructura organizacional es la representación real del negocio, por lo general está sujeta a cambios de diseño de acuerdo a las exigencias del entorno y de las necesidades propias de la organización (By Gilli, 2017).

El emprendedor establece la forma, tamaño y estructura administrativa que tendrá su negocio, de ello depende que tipo de puestos se deba crear, el número de empleados que se contrataran, su perfil profesional (formación, capacidades y experiencia), las actividades a cumplirse y cómo se distribuirá el trabajo en el negocio.

#### **Organización administrativa:**

Según varios autores entre ellos Chavenato (2000) define a la organización en principios fundamentales tales como la división del trabajo, especialización, jerarquía, distribución de la responsabilidad y autoridad, permitiendo a los empresarios hacer esfuerzos coordinados para el logro de los objetivos de la empresa (Gómez Barreto & Gil Madrona, 2010). También se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los directivos, encargados de áreas y los empleados.

La división del negocio requiere ser elaborada con cada una de sus áreas funcionales, los denominados organigramas son la representación gráfica de las unidades, o departamentos de la estructura del negocio.

Si se tratara de un pequeño negocio, la forma de estructurarse es simple, pues el propietario o dueño es el que cumple casi todas las funciones y los empleados en la mayoría de los casos son parte de la familia. La estructura organizacional del negocio se debe diseñar según su tamaño.

### **El talento humano:**

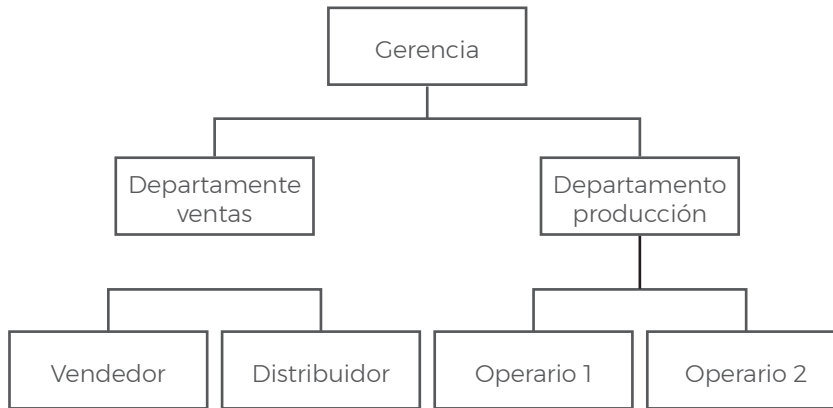
La gestión del recurso humano (GRH) conocida también como gestión humana (GH) o gestión del talento humano (GTH) tiene por objeto la gestión de personas que laboran en una empresa sea pública o privada, este capital humano es el portador del conocimiento necesario para ser incluido en la empresa, pero que debe estar siempre en constante capacitación e innovación (Cuesta Santos, 2010).

El emprendedor tiene la potestad de contratar el personal que considere necesario para el negocio, pero siempre tomando en cuenta que cada contratación se la debe realizar en base a los recursos económicos disponibles y sin descuidar las normas y regulaciones que establecen los organismos de control, como el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS, 2017) en lo referente a las afiliaciones que está obligado el patrono o dueño del negocio, además de los requisitos y disposiciones que establece el Servicio de Rentas Internas (SRI, 2017) en materia tributaria, entre otros.

Al establecer los términos de administrar y emprender estas tareas hoy en día se convierten en verdaderos roles del emprendedor y el administrador, además de ejercer una compatibilidad, ya que sin el emprendimiento correcto el administrador no alcanzará el éxito de su negocio. A continuación presentamos una gráfica sencilla de cómo se elabora un organigrama con toda su estructura organizacional que posee la empresa.

## Estructura organizacional

Figura 3.1: Estructura organizacional



Fuente: Elaboración propia (2017).

### Cuantifica tu inversión:

Emprender en un negocio se requiere disponer de recursos económicos (dinero) para que la estructura organizacional entre en funcionamiento. A más de estos recursos de capital se incluyen:

Recursos físicos tales como: maquinarias, terrenos, edificios, equipos, mobiliario, marcas, patentes, tecnología, entre otros.

Recursos financieros: capital de inversión para activos fijos, para capital de trabajo, para gastos operativos, entre otros.

Recursos productivos: como tecnología, materias primas, electricidad, agua, entre otros.

Los emprendedores estarán consientes en darle sentido común al medir cuánto dinero implica esa inversión con todos los recursos que se requieran, además de establecer la proyección del negocio en el mercado.

Existe una forma común de medir el impacto de un negocio esta ha sido a través de las ventas y los ingresos que se

generan, pero también es necesario medir el impacto en términos de beneficio neto, es decir determinar la generación de ganancias como los costes que se utilizaron para generarlas (Villaseca Morales, 2016).

En el plan de negocios se puede determinar los montos de inversión, visionando en primera instancia que los mismos pueden ofrecer suficientes beneficios para que un periodo no muy extenso poder recuperar lo invertido.

Otra opción valiosa es optar por un negocio existente, por lo que se recomienda hacer todas las averiguaciones necesarias para saber a ciencia cierta del porqué algún negocio se encuentra en venta, ya que por lo general un negocio exitoso no requiere ser vendido por sus propietarios, claro en ciertos casos y dependiendo de las circunstancias por lo que se pone en venta estos negocios.

Es primordial e importante realizar toda la investigación de mercado necesaria, a fin de verificar la razón del por qué el negocio se vende; es decir se debe tomar en cuenta aspectos legales, financieros, crediticios, entre otros.

Aspectos jurídicos.- Por lo general todo lo legal casi no es tomado en consideración por los emprendedores de negocios, sin darse cuenta que mientras dure el negocio en el mercado se deben vincular quieran o no con varios agentes del entorno, formalizando contratos comerciales, laborales (IICA, 2014).

Podemos iniciar, en primera instancia determinando que es una empresa desde el ámbito jurídico este término expresa que es una actividad económica legalmente constituida en el mercado, y cuyo fin es el de obtener algún tipo de crédito económico.

Crear un negocio involucra adquirir varios compromisos y una serie de responsabilidades, con el solo objetivo de que el negocio implementado cumpla con el propósito para lo cual fue diseñado dentro de la legalidad, conforme a las regulaciones establecidas por los organismos de control y lo que determina el (Código de Comercio, 2014), manejan-

dose desde todas las instancias en un ambiente ético, guardando el respeto y consideración con la sociedad, su entorno ambiental, como también con los empleados que son la parte esencial del giro del negocio.

Eximirse o desconocer los procesos y exigencias que establece la ley, el negocio por simple deducción no podrá entrar a funcionar de forma legal en el mercado.

Condiciones laborales.- Los dueños de los negocios que vinculan a personas en calidad de empleados, como representantes legales de la empresa se deben formalizar la legalización de los contratos de trabajo (Código del Trabajo, 2016), que no es nada más ni nada menos que el establecimiento de un convenio o acuerdo de voluntades, a través de lo cual una persona natural se obliga a prestar un servicio a otra persona natural o jurídica, que se determinará bajo la figura de relación de dependencia del empleador es decir el representante legal.

Los contratos por lo general deben considerar, como requisitos mínimos legales los siguientes datos:

1. Lugar y fecha del contrato
2. Identificación completa de cada una de las partes: nombre, domicilio, nacionalidad, fecha de nacimiento.
3. Fecha de ingreso del empleado a la empresa
4. Naturaleza de los servicios y lugar o ciudad donde se laborará.
5. En el contrato se debe identificar las funciones específicas que cumplirá el empleado
6. Monto, forma y periodo de pago de la remuneración acordada
7. Descripción de la jornada laboral sea esta (tiempo parcial, medio tiempo o tiempo completo)
8. Plazo del contrato
9. Y los demás aspectos que las partes consideren pertinentes

### **Formalización de un nuevo negocio.-**

Las empresas se crean según su forma legal y de acuerdo a lo que establece la ley se puede tener como opción cuatro alternativas de figuras legales de empresas:

1. Negocio de único propietario (unipersonal)
2. Sociedades (dos o más personas)
3. Corporaciones/compañías de responsabilidad limitada (dos socios o más con capital mínimo de 400 dólares)
4. Compañía anónima (accionistas con capital mínimo de 800 dólares)

Más detalles los podemos encontrar en la página web [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec) de la (Superintendencias de compañías, valores y seguros , 2017).

Componente análisis legal.- En el mundo de los negocios, toda empresa por más pequeña que sea, es decir desde una pequeña tienda hasta un market, están obligados a cumplir con cada uno de los requisitos legales, entre algunos de ellos tenemos las patentes municipales, el registro único de contribuyentes (RUC) o el régimen impositivo simplificado (RISE).

De acuerdo al tamaño de la empresa, puede ser microempresa, pequeña empresa o mediana empresa, adicional a los requisitos expuestos, el emprendedor elige la figura legal que adoptará (según el tipo de empresa).

### **Requisitos legales claves para el arranque del negocio:**

- Registro Único de Contribuyentes (RUC), lo emite el Servicio de Rentas Internas [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)
- Permiso del Cuerpo de Bomberos (el negocio debe cumplir con las condiciones de seguridad y protección contra incendios)
- Patentes municipales
- Registro Único de Proveedores (RUP), importante para que puedas vender al Estado en el portal de (Compras públicas, 2017) [www.compraspúblicas.gob.ec](http://www.compraspúblicas.gob.ec)

- Permiso de la Dirección de Turismo
- Permiso de la Dirección de Salud. En caso de que tu negocio produzca alimentos, bebidas o medicina
- Legaliza la marca de tu producto e isotipo (Nombre y símbolo) de tu negocio en el (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual , 2017) [www.iepi.gob.ec](http://www.iepi.gob.ec)
- El Registro Sanitario. Obligatorio para productos de alimentos, bebidas o medicinas, emitidos por los organismos de control sanitario nacional.

Una vez que hemos revisado el análisis técnico con sus componentes, y ciertos detalles tanto administrativos como jurídicos, el emprendedor estará en plena capacidad de conocimiento, para elaborar su propio análisis técnico.

A continuación presentamos dos ejemplos de diseño de análisis técnico del negocio “ANGEL JAZZ” y “OROHUMA”.

Cuadro 3.3: Infraestructura y equipamiento empresa “ANGEL JAZZ”

Descripción del equipo, maquinaria y tecnología	Cantidad	Función
Computadora Apple I mac 21.5 I5 1.6ghz Turbo 2.7ghz 8gb Ram 1tb Mk142II/a	2	Registrar y almacenar información del material extraído para elaborar los videos, spots publicitarios, pistas musicales y datos de los clientes. Así mismo se almacenara la información administrativa y financiera y tributaria del local.
Impresora	1	Impresión, Copia Escaneo
Aire Acondicionado LG	1	Acondicionar las áreas del local
Cámara de Video Osmo	1	Filmaciones y grabaciones estables
Drone Phantom 4	1	Filmaciones aéreas, espacios abiertos
Cámara Fotográfica Nikon 570	1	Fotografía 1080 mega pixeles.
Dispositivos móviles iPhone S6	2	Utilización con drone
Escritorio gerencial	1	Establecer el peso correcto de la masa

Fuente: Elaboración propia equipo de trabajo No.1 (2017).



Análisis: Se analiza la descripción de todos los equipos, tecnología, cantidades y funciones con que cada una de las herramientas de trabajo van a operar en el negocio.

### Distribución de espacios:

En este plano, se especifica la distribución del local comercial de la empresa “ANGEL JAZZ” ubicado en las calles Colon e/ Av. Quito y Carrión Pinzano.

Análisis: Se determinó los espacios físicos del local en donde se va a trabajar, el espacio total es de 4x30 metros, el departamento de producción va contar con un espacio de 4x20 metros, el área de recepción con 4x10 metros y la batería higiénica de 1 metro.

Cuadro 3.4: Capacidad de producción

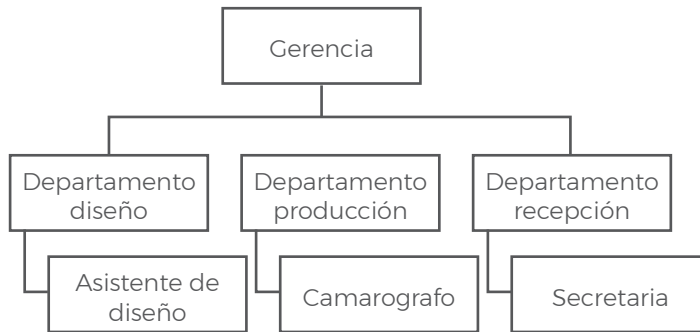
<b>“Angel Jazz fotografía, audio y video”</b>				
<b>Servicios</b>	<b>Precios</b>	<b>Costos del servicio en dólares</b>		
		<b>Cantidad semanal</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total anual</b>
Spot publicitario empresarial	\$ 230,00	3	12	144
Spot publicitario de eventos sociales	\$ 250,00	2	8	96
Sopt publicitario de eventos culturales	\$ 200,00	1	4	48
Fotografía empresarial	\$ 210,00	2	8	96
Fotografía de eventos sociales	\$ 230,00	2	8	96
Fotografía de eventos culturales	\$ 120,00	1	4	48
<b>TOTAL</b>				<b>528</b>

Fuente: Elaboración propia equipo de trabajo No. 1 (2017).

Análisis: Se va analizar la productividad al máximo del nivel de las actividades que se tiene a consideración para la empresa “ANGEL JAZZ”, con áreas tales como spots y fotografías empresariales, eventos sociales, eventos culturales; para ello nos dio como resultado un total de 528 clientes anuales.

## Organización:

Fuente: Elaboración propia equipo de trabajo No. 1 (2017).



## Funciones Específicas

La empresa “ANGEL JAZZ” cuenta con tres departamentos

### Departamento de diseño

#### Asistente de diseño

El departamento de diseño cuenta con un asistente que realiza las siguientes funciones:

- Tomar ideas verbales de los clientes y desarrollarlas de una manera creativa.
- Preparar los borradores de material basado en lo acordado con el cliente.
- Edición de la imagen, el fotograbado, de digitalizar, además debe ser responsable de la incorporación de texto a las imágenes, de la selección de color, de impresión
- Mantenimiento y gestión del archivo de imágenes, fotos o productos de trabajo anteriores.
- Realizar el reporte de actividades y trabajos efectuados.
- Diseñar las diferentes imágenes para publicaciones impresas.

- Controlar y verificar la realización de videos y películas, además de la imagen en los eventos de promoción.
- Revisión de los diseños finales y sugerencias de mejoramiento.
- Manejo de software especializado profesional como PS PHOTOSHOP, AI ILLUSTRATOR, FINALCUTPROX, ADOBE PREMIER CS6

## **Departamento de producción**

### **Camarógrafo**

El departamento de producción contará con 1 camarógrafo, donde un trabajador se encargará de las siguientes funciones:

- Revisa los equipos antes y después de cada grabación para ubicar posibles daños.
- Realiza toma general en video digital o cámara de cine las actividades.
- Utiliza guía organizada por el Departamento de Diseño sobre las actividades diarias.
- Instala el equipo y procede a grabar, manteniendo el estándar de calidad profesional que se requiere.
- Coloca el material grabado en las máquinas de edición.
- Revisa la información para corregir, volver hacer tomas.
- Prepara el escenario, luces cámaras y guion de los artistas para el buen funcionamiento.
- Confirma que las cámaras y luces concuerden con los cuadros designados.

## Departamento de recepción

### Secretaria

- Atención telefónica y personalizada a los clientes.
- Ser el centro de comunicación e información a nivel general.
- Mantener actualizado el registro de clientes.
- Entregar a tiempo y en forma adecuada, la información necesaria para los interesados en nuestros servicios.
- Dar fe de la autenticidad y legalidad de los servicios de la empresa.
- Manejar y producir las estadísticas necesarias por medio de las redes sociales del negocio.
- Consultar la agenda del camarógrafo, del diseñador por medio del sistema informático.

Cuadro 3.5: Infraestructura y equipamiento empresa "OROHUMA"

Descripción del equipo, maquinaria y tecnología	Cant.	Función
Computadora LG P. Intel dual core g4400 3.3 ghz i151 6ta gen Disco duro 500gb hitachi sata mb gigabyte h110m-h lga1151 Memoria ddr4 4gb kingston pc2133 Dvd rw sata marca samsung Case (solo) + lector tarj.sd teclado y mouse parlantes Marca Genius km-130 usb Monitor 20 pulgadas led samsung ls20d300nh vga	2	Registrar y almacenar información del material extraído para elaborar los videos, spots publicitarios, pistas musicales y datos de los clientes. Así mismo se almacenara la información administrativa y financiera y tributaria del local.

<p>Impresora          Velocidad ISO ESAT de 7,0/4,8 ipm en blanco y negro/          color          Resolución de impresión de 4800 ppp y gotas de tinta          de 2 litros          Fotografía de 10 x 15 cm en 56 seg.*          Easy-WebPrint EX          Escáner de 600 ppp con modo de escaneo automá-          tico          Bandeja de salida de apertura automática          Sistema ChromaLife100</p>		1 Impresión, Copia Escaneo
<p>Desgranador Eléctrico          Pelador de maíz fresco          Larga Duracion (Heavy Duty)          Hecho en acero inoxidable          Cortador de maíz Tierno          Acero inoxidable de alta calidad cortador de maíz          fresco, desgranadora de maíz dulce          Capacidad          600 kg / h (Mazorcas frescas de maíz)          Motor          1HP 1/2 HP 1/4 HP</p>	1	Separar granos de la mazorca
<p>Molino Eléctrico          Motor WEG Brasileño de 1/2 HP con sus respectivas          reducciones de velocidad          40 Libras por hora</p>	1	Molienda de los granos
<p>Envasador Eléctrico</p>		Batido automático
<p>Cocina industrial          cocinadora de humitas, cantidad 2          Temperatura de cocción 92 °C          Combustible: gas licuado de petróleo (GLP)</p>	1	Cocción de la materia prima
<p>Máquina mezcladora          Diseño Compacto          Batea de Acero Inoxidable AISI 304          Eje central con 8 paletas de acero inoxidable montado          sobre rodamientos          Accionado con un motorreductor          Regulación de tiempo de mezclado mediante dispo-          sitivo automático          Sistema de seguridad para el operador y la máquina.          Dimensiones: 1350 mm de largo / 650 mm de ancho          / 1250 mm de alto</p>	1	Mezclado cuidadoso, uni- forme y rápido de masa.

Refrigeradora		1 Mantener en buen estado los alimentos.
Modelo :	MCF8716-TS	
Capacidad :	1320 L	
Temperatura :	2 a 8°C	
Peso Neto :	180 kg	
Peso Bruto :	190 kg	
Voltaje :	220v/50Hz/1Ph	
Power :	400 W	
Compresor :	Embraco/EG AS100HLR	
Método Descongelado :	Por aire	
Refrigerante :	320 g /R-134a	
Método Enfriamiento :	Ventilador	

Fuente: Elaboración propia equipo de trabajo No. 2 (2017).

## Distribución de espacios

### Localización del negocio

#### “OROHUMA”

Estará ubicado en las calles: Avenida 25 de junio y esmeraldas Machala 070102

Junto a condominios “Jambell”.

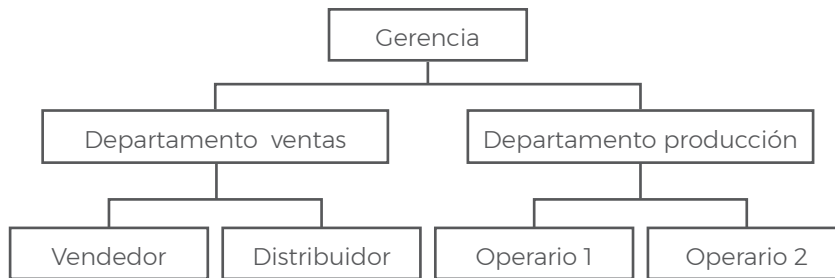
Cuadro 3.5: Capacidad de producción

Orohuma					
Producto	Precio producto	Costos del servicio en dólares			
		Cantidad Diaria	Total producción diaria	Total producción mensual	Total producción anual
Humas presentación unitaria	0,75	200	150,00	3900,00	19500,00
Humas paquete de 3 unidades	1,99	100	199,00	5174,00	25870,00
OTROS PRODUCTOS	Precio	Cantidad Diaria	Valor diario	Valor mensual	Valor anual
Café	0,50	150	75,00	1950,00	9750,00
Gaseosas	0,75	50	37,50	975,00	4875,00
TOTAL			461,50	11999,00	59995,00

Fuente: Elaboración propia equipo de trabajo No. 2 (2017).

Análisis: OROHUMA estima tener una producción diaria de 500 humas donde 200 serán vendidas por unidades y 100 empaques de 3 unidades a los diferentes centros comerciales, en el mismo local se consideran, la venta de café instantáneo y gaseosas.

## Organización



Fuente: Elaboración propia equipo de trabajo No. 2 (2017).

### El gerente debe cumplir con las siguientes funciones:

- Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa.
- Reclutar el personal idóneo para los diferentes puestos de trabajo
- Controlar y vigilar al personal que se encuentra laborando en la empresa.
- Planificar objetivos empresariales para el buen funcionamiento de la empresa.
- Evaluar y seleccionar los proveedores.
- Representar legalmente a la empresa con proveedores, clientes, instituciones gubernamentales.
- Revisar el presupuesto de la empresa para poner a disposición de la junta general.
- Implementar estrategias de ventas y de captación de clientes.

La empresa “OROHUMA” cuenta con dos departamentos: Departamento de ventas y departamento de producción.

El departamento de Ventas: cuenta con 2 trabajadores un vendedor en local y un distribuidor motorizado.

El Vendedor realiza las siguientes funciones

- Atender de manera personalizada a los clientes que acuden al local.
- Encargado realizar la venta hacia los clientes.
- Receptar los pedidos de compra del producto
- Atención personalizada al cliente, indicando las bondades y características del producto.
- Controla y previene posibles robos o hurtos por parte de los clientes
- Realizar pedidos a área de producción.
- Chequear los productos de la competencia
- Mantener el almacén limpio y ordenado.
- Hacer que la exposición del producto esté atractiva a los ojos del cliente.
- Reponer la mercancía (humas) faltante en la sección vitrina
- Coordinar la entrega del producto terminado al destino final.
- Elaborar un informe de venta mensual para la presentación al gerente general

### **El Distribuidor realiza las siguientes funciones**

- Encargado de distribuir las humas empaquetadas a los supermercados.
- Chequea que el pedido este correcto y entregado en perfectas condiciones.
- Realiza cobro de los pagos de nuestros clientes en el caso de ser en efectivo o por medio de cheques.



- Realiza ventas motorizadas por las distintas calles de la ciudad.

### **Departamento de producción**

En el departamento de producción contara con 2 trabajadores, donde se encargará de las siguientes funciones:

- Realizar las compras y almacenaje de la materia prima necesaria para la elaboración de las humas.
- Limpieza de los instrumentos y vajillas utilizadas durante la elaboración de las humas.
- Realizar la limpieza del establecimiento.
- Realizar los cortes, deshoje y recolección de hojas (utilizadas posteriormente como envoltura de la huma) de choclos.
- Insertar los choclos en la máquina desgranadora.
- Colocar los granos del choclo en el molino eléctrico para que estos pasen al proceso de molienda.
- Vaciar la masa en la mezcladora y agregar mantequilla, sal, azúcar, leche, comprobando que tenga la consistencia y sabor adecuado.
- Colocar la masa en la hoja y añadir una porción de queso en el centro y envolver las humas con las hojas.
- Colocar las humas en la cocina industrial hasta que esta se encuentre en su mejor grado de cocción.
- Alistar los pedidos que solicita el área de ventas.
- Empaquetar las humas.

## Figura legal

Se eligió la figura legal de sociedad anónima ya que esta posee una estructura jurídica que la hace especialmente adecuada para llevar a cabo todo tipo de empresas desde pequeñas hasta de gran magnitud. El capital social de las sociedades anónimas está representado por acciones, documentos negociables permitiendo que los accionistas libremente puedan enajenarlas y recibir a cambio como precio el valor que tenga la acción. Además permite el ingreso de nuevos socios ya sea por que adquieren acciones que le transfieren los dueños anteriores o porque suscriban otras nuevas que se emitan como consecuencias de aumentos posteriores de capital.

## Referencia bibliográfica

---

- By Gilli, J. J. (2017). *Claves de la estructura organizativa*. Buenos Aires: Granica.
- Código del Trabajo*, c.d (2016) . Quito : Registro Oficial .
- Compras públicas*, C. (2017). . Retrieved from <http://www.compraspublicas.gob.ec>
- Comercio, C. d. (2014). *Código de Comercio*. Quito: Registro Oficial .
- Cuesta Santos, A. (2010). *Gestión de talento humano y del conocimiento*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Gómez Barreto, I. M., & Gil Madrona, P. (2010). *Rediseño organizacional basado en el modelo de las escuelas que aprenden*. Sevilla: Editorial Wanceulen.
- IEPI. (2017). *Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual* . Retrieved from <http://www.iepi.gob.ec>
- IESS. (2017). *Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social* . Retrieved from <http://www.iess.gob.ec>
- IICA. (2014). *Los aspectos legales, fiscales y contractuales. Enfoque jurídico, impositivo y contractual para la creación y actuación empresarial*. Venezuela: IICA Biblioteca.
- Luna González, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Grupo Editorial Patria S.A.
- Marín Martínez, B. (2016). *Escaparatismo y diseño de espacios comerciales*. Madrid: Ediciones Nobel.
- MIPRO. (2017). *Ministerio de Industrias y Productividad* . Retrieved from [www.industrias.gob.ec](http://www.industrias.gob.ec): <http://www.industrias.gob.ec>
- Moyano Castillejo, L. E. (2015). *Plan de Negocios*. Lima: Editorial MACRO
- Pedraza Rendón, O. H. (2014). *Modelo del Plan de Negocios: Para Micro y Pequeña Empresa*. México: Grupo Editorial Patria S.A.
- SRI. (2017). *Servicio de Rentas Internas*. Retrieved from [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec): <http://www.sri.gob.ec>

- Supercias. (2017). *Superintendencias de compañías, valores y seguros* . Retrieved from <http://www.supercias.gob.ec>
- Talaya, Á. E., & Molina Collado, A. (2014). *Investigación de Mercados*. Madrid: ESIC Editorial .
- Tokan, B. (2016). *El plan de negocios perfecto: que se gana el corazón de los inversionistas*. Estados Unidos: Babelcube Inc.
- Toro López, F. J. (2016). *Costos A.B.C y presupuestos. Herramientas para la productividad* . Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda. .
- Villaseca Morales, D. (2016). *Digitaliza tu negocio*. Madrid: ESIC Editorial .

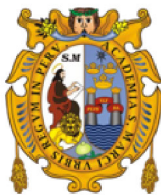
*Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio*

Edición digital 2017 - 2018.

[www.utmachala.edu.ec](http://www.utmachala.edu.ec)

# Redes

Redes es la materialización del diálogo académico y propositivo entre investigadores de la UTMACH y de otras universidades iberoamericanas, que busca ofrecer respuestas glocalizadas a los requerimientos sociales y científicos. Los diversos textos de esta colección, tienen un espíritu crítico, constructivo y colaborativo. Ellos plasman alternativas novedosas para resignificar la pertinencia de nuestra investigación. Desde las ciencias experimentales hasta las artes y humanidades, Redes sintetiza policromías conceptuales que nos recuerdan, de forma empeñosa, la complejidad de los objetos construidos y la creatividad de sus autores para tratar temas de acalorada actualidad y de demanda creciente; por ello, cada interrogante y respuesta que se encierra en estas líneas, forman una trama que, sin lugar a dudas, inervará su sistema cognitivo, convirtiéndolo en un nodo de esta urdimbre de saberes.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

Editorial UTMACH

Km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje

[www.investigacion.utmachala.edu.ec](http://www.investigacion.utmachala.edu.ec) / [www.utmachala.edu.ec](http://www.utmachala.edu.ec)

ISBN: 978-9942-24-109-2



9 789942 241092