

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS
EMPRESARIALES**

CARRERA DE ECONOMÍA

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN
EMPRESARIAL**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA
CONSULTORA ORIENTADA HACIA LA INCURSION DE
NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTON SANTA
ROSA PROVINCIA DE EL ORO PARA EL AÑO 2013”**

AUTOR:

KELVIN GEOVANNI AGUIRRE CHUCHUCA

TUTOR:

ING. VICTOR BETANCOURT GONZAGA

MACHALA – EL ORO – ECUADOR

2016

CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR

Yo, Kelvin Geovanni Aguirre Chuchuca, con cedula de identidad 0104511605, estudiante de la carrera de Economía de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala, en calidad de Autor del siguiente trabajo de Tesis: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CONSULTORA ORIENTADA HACIA LA INCURSIÓN DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTÓN SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO PARA EL AÑO 2013”.

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.

- Cedo a la Universidad TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
 - a) Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribucion- No Comercial- Compartir Igual 4.0 Internacional (CC BY –NC-SA 4,0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.

 - b) Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, Junio del 2016



Aguirre Chuchuca Kelvin Geovanni
Ci 0104511605

Ingeniero

Eudoro Parra Ochoa, MBA.

DECANO DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Ciudad.-

De mi consideración:

En base al oficio N° 2959-TG-FCE, del 10 de julio del 2013, se me informo que mediante resolución N° 1696/2013, he sido designado DIRECTOR DE TESIS DE GRADO, de la tesis titulada: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA CONSULTORA ORIENTADA HACIA LA INCURSION DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTON SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO PARA EL AÑO 2013”, CERTIFICO que la presente tesis fue elaborada y desarrollada por el señor: KELVIN GEOVANNI AGUIRRE CHUCHUCA, por lo que autorizo su presentación para el trámite respectivo, por haber cumplido con los requisitos previstos en el reglamento de títulos y grados.

ATENTAMENTE



ING. VICTOR BELANCOURT GONZAGA
DIRECTOR DE TESIS

RESPONSABILIDAD

Todas las ideas, comentarios, críticas y criterios expuestos en la presente tesis de grado titulada “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA CONSULTORA ORIENTADA HACIA LA INCURSION DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTON SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO PARA EL AÑO 2013”, son de total y absoluta responsabilidad del autor.



Aguirre Chuchuca Kelvin Geovanni
Ci 0104511605

Machala, junio del 2016

DEDICATORIA

A MIS PADRES LOS CUALES HAN SIDO MI FUERZA PARA SEGUIR ADELANTE, MIS PILARES EN MI VIDA, ME HAN ENSEÑADO A SER UNA PERSONA PERSEVANTE, LUCHADORA Y RESPONSABLE.

ELLOS QUE HAN GUIADO CADA PASO EN MI VIDA, Y ME HAN DADO TODA LA FUERZA PARA SEGUIR CON MI PROYECTO DE VIDA DE SER TODO UN PROFESIONAL.

Kelvin Geovanni Aguirre Chuchuca

AGRADECIMIENTO

A DIOS, Y A LAS PERSONAS QUE HAN ESTADO GUIANDOME DIA A DIA PARA FORMARME DE UNA MANERA PROFESIONAL, MI FAMILIA ELLOS SON MI FORTALEZA, MI FÉ EN SER UNA PERSONA DE BIEN, MIS AMIGOS POR BRINDARME TODO EL APOYO Y CONFIAR EN MI.

Kelvin Geovanni Aguirre Chuchuca

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I	12
1. EL PROBLEMA	12
1.1. EL TEMA.....	11
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	12
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.3.1 CONTEXTUALIZACIÓN	14
1.3.2 ANÁLISIS.....	14
1.3.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
1.4 OBJETIVOS.....	16
CAPÍTULO II.....	20
2. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1 CONCEPTUAL.....	20
2.2 CONTEXTUAL.....	30
2.3 HIPÓTESIS.....	43
2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	39
2.6 VARIABLES E INDICADORES	41
CAPÍTULO III.....	42
METODOLOGÍA.....	42
3.1 METODOLOGÍA BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	42
3.2 UNIDADES DE INVESTIGACIÓN	43
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	43
3.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO GENERAL	44
CAPÍTULO IV.....	45
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	45
4.1 ANÁLISIS GENERAL DE LAS OBSERVACIONES Y ENTREVISTAS.....	45
4.1.1 ANÁLISIS DE LAS OBSERVACIONES	45
4.1.2 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	46
4.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	48
4.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58

CAPÍTULO V.....	61
5.1 PROPUESTA	61
5.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	61
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	62
5.4 OBJETIVOS.....	63
5.5 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	63
5.6 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	65
5.7 PRESUPUESTO DE INGRESOS, EGRESOS Y COSTOS.....	69
5.7.1 INGRESOS.....	69
CUADRO N°17.....	69
CUADRO DE INGRESOS	69
5.7.2 EGRESOS	69
CUADRO N°18.....	69
CUADRO DE EGRESOS.....	69
5.7.3 COSTOS.....	70
CUADRO N°19.....	70
COSTOS DE PRODUCCIÓN	70
5.7.4 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	70
CUADRO N°20.....	71
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	71
5.7.5 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	72
CUADRO N°21.....	72
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	72
5.7.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	72
5.7.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	73
5.8 ANÁLISIS FINANCIERO.....	73
5.9 ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN.....	74
5.10 RESULTADOS ESPERADOS	77
BIBLIOGRAFÍA	78

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	Exportaciones de banano por volumen (cajas).....	35
-------------	--	----

Cuadro N° 2	Exportaciones de banano por compañías.....	35
-------------	--	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Exportaciones de productos no tradicionales.....	36
--------------	--	----

Gráfico N° 2	Principales exportaciones e importaciones.....	36
--------------	--	----

Gráfico N° 3	En que trabajan los orenses.....	37
--------------	----------------------------------	----

Gráfico N° 4	De que trabajan los orenses.....	37
--------------	----------------------------------	----

RESUMEN EJECUTIVO

CAPITULO I

Podemos nombrar al cantón de Santa Rosa, como un ejemplo en cuanto a crecimiento económico en comparación a otras ciudades de la provincia, la urbe ha sufrido una transformación económica positiva, la expansión en territorio habitable, ha generado que grandes inversionistas fijen su mirada en este productivo y próspero cantón.

Es por ello que se puede notar la falta de una empresa consultora para contribuir con las inversiones que cuentan con el capital pero no los suficientes estudios técnicos o el asesoramiento en la actividad acorde al mercado local.

CAPITULO II

En el cantón Santa Rosa, perteneciente a la provincia de El Oro se puede evidenciar la falta de una empresa consultora de negocios que se dedique al asesoramiento e incursión de nuevas empresas al mercado local, ya que el limitado asesoramiento de los empresarios respecto a la creación de nuevas empresas da paso a que se creen empresas de forma improvisadas.

La utilización de métodos, técnicas y procedimientos poco convencionales en la elaboración de grandes empresas genera que estas sean poco rentables y con una vida útil limitada; los limitados conocimientos en planes de negocio que ayuden a los empresarios a invertir en proyectos innovadores, se refleja en las actividades monótonas que estas realizan sin presentar mayores cambios. Es así que la limitada visión empresarial que se tiene para poder crear una empresa consultora de negocios en el cantón de Santa Rosa producen una baja inversión en proyectos micro y macro-empresariales

CAPITULO III

Para la realización del presente proyecto se utilizó el método hipotético deductivo, los métodos que se aplicaron en este trabajo investigativo fueron la síntesis de

observación, el muestreo probabilístico y muestreo selectivo; los cuales permitieron recopilar información planificada, sistemática y objetiva.

Cabe reiterar que las fuentes de información fueron: Superintendencia de compañías y de los empresarios del cantón Santa Rosa en la provincia de El Oro.

CAPITULO IV

En este capítulo se obtuvo información de vital importancia para este plan de negocios con la ayuda de la recolección debida de información para su posterior tabulación e interpretación de resultados, para ello se utilizó los instrumentos de las encuestas, entrevistas y observaciones que se realizaron en el cantón de Santa Rosa; que contribuyeron en gran medida para conocer en si la factibilidad del funcionamiento de esta empresa consultora en la provincia de El Oro, específicamente en el cantón Santa Rosa.

CAPITULO V

Ya en este punto corresponde la elaboración de la propuesta denominada “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA CONSULTORA “ASEP S.A.” ORIENTADA A LA INCURSION DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO DEL CANTON SANTA ROSA, PROVINCIA DE EL ORO.”, la misma que está compuesta de varios aspectos relevantes al estudio ya que se encuentra elaborada de forma técnica e integral, abarcando puntos como el posible funcionamiento de una empresa consultora en Santa Rosa, para que los empresarios de la provincia puedan intervenir en la misma y buscar las mejores opciones para sus negocios de acuerdo a las características propias del mercado, obteniendo mayores beneficios y réditos; con un mínimo porcentaje de riesgo.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 TEMA

Plan de negocios para la creación de una consultora orientada hacia la incursión de nuevas empresas al mercado en el cantón santa rosa provincia de El Oro para el año 2013.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

MACRO

En nuestro mercado Ecuatoriano la necesidad de un Empresa consultora de Negocios es de vital importancia, para poder llevar a cabo el funcionamiento de una entidad dedicada a alguna actividad o servicio. Muchas de las empresas al no tener bien clara las necesidades del cliente o consumidor pierden su inversión a corto plazo.

Obtener un servicio que satisfaga las expectativa de los clientes, a la hora de vender un servicio o bien, es actualmente un problema cuando no se dispone de tiempo, ni de la información necesaria para el proceso de organización; es decir, disponer de ofertas que permitan comparar entre precio, calidad y tipos de productos a través de varios proveedores.

MICRO

Un plan de negocios para la creación de una empresa consultora extremadamente útil, dado que las empresas precisan constantemente mejorar su desempeño, productividad, su orientación estratégica y sus planes de acción, innovando y/o agregando valor a servicios/productos, proporcionando mejoras en los procesos internos como en los más diversos aspectos.

En la provincia de El Oro constantemente tenemos la creación de empresas pero pocas de ellas se mantienen en el mercado por largo tiempo debido a la falta de

orientación de expertos que faciliten estrategias para captar al cliente y así lograr la rentabilidad mayor posible.

MESO

El cantón Santa Rosa registra 60,388 habitantes, representando el 0.5% de la población nacional y el 11% de la provincia de El Oro. Según el INEC, la población del cantón se incrementa en términos absolutos tanto en lo que se refiere al área urbana como rural.

El mayor problema que enfrenta el Cantón Santa Rosa es la falta de una empresa consultora que permita conocer a cabalidad las necesidades del cliente, conocer la demanda existente e implementar las debidas estrategias y así puedan lograr los objetivos trazados por los socios y directivos de los mismo.

1.2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

PROBLEMA CENTRAL

FALTA DE UNA EMPRESA CONSULTORA QUE SE DEDIQUE AL ASESORAMIENTO E INCURSIÓN DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTÓN SANTA ROSA, PROVINCIA DE EL ORO.

CAUSAS PRIMARIAS

- ✓ Falta de asesoramiento de los empresarios respecto a la creación de nuevas empresas.
- ✓ Métodos, técnicas y procedimientos poco convencionales utilizados en la elaboración de grandes proyectos.
- ✓ Limitados conocimientos en planes de negocios que ayuden a los empresarios a invertir en proyectos innovadores.
- ✓ Limitada visión empresarial para poder crear una empresa consultora de negocios en el cantón de Santa Rosa.

EFFECTOS PRIMARIOS

- ✓ Creación de empresas improvisadas.
- ✓ Empresas poco rentables y con vida útil limitada.
- ✓ Empresas dedicadas a actividades monótonas y poco innovadoras.
- ✓ Baja inversión en proyectos micro y macro-empresariales.

1.2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL

¿A qué se debe la falta de una empresa consultora que se dedique al asesoramiento e incursión de nuevas empresas al mercado en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro?

1.2.4 FORMULACIÓN DE PROBLEMAS COMPLEMENTARIOS

PC1: ¿La falta de asesoramiento de los empresarios respecto a la creación de nuevas empresas?

PC2: ¿Cuáles son los métodos, técnicas y procedimientos poco convencionales utilizados en la elaboración de grandes proyectos?

PC3: ¿Por qué razón existe un limitado conocimiento en planes de negocios que ayuden a los empresarios a invertir en proyectos innovadores?

PC4: ¿A qué se atribuye la limitada visión empresarial que se tiene para poder crear una empresa consultora de negocios en el cantón de Santa Rosa?

1.3 JUSTIFICACIÓN

A nivel empresarial los planes de negocios son muy importantes ya que permiten de una forma organizada la idealización de una actividad económica, por ello su elaboración y ejecución es muy importante para minimizar los errores; y se debe de

contar con una asesoría adecuada que permita visualizar todos los escenarios posibles y alcanzables de forma responsable.

En el cantón Santa Rosa, la razón principal para la ejecución de esta investigación es la falta de una empresa consultora de negocios orientada a la incursión de nuevas empresas en nuestro mercado competitivo con un ciclo de vida más prolongado de lo esperado, logrando así un mayor desarrollo socio-económico del cantón y por qué no de la provincia.

Pudiendo las empresas obtener mejores rentabilidades, para llegar a este fin se prevé realizar los estudios de mercado necesarios y así garantizar la viabilidad de los proyectos antes de la puesta en marcha.

La investigación del mercado sirve de enlace entre la organización y su entorno de mercado e implica la especificación, la recolección, el procesamiento, el análisis y la interpretación de la información para ayudar a la administración a entender ese ambiente de mercado, identificar sus problemas y oportunidades, así como a desarrollar y evaluar cursos de acción.

Por lo anteriormente mencionado el proyecto que se propone lleva por tema **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA CONSULTORA ORIENTADA HACIA LA INCURSION DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTON SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO PARA EL AÑO 2013”**, el cual reúne las condiciones que demanda un estudio con las características y magnitud de una tesis de grado en donde se aplicó conocimientos referentes a la carrera y que a la par constituye una solución a la problemática antes descrita, estuvo orientado hacia empresas, organismos públicos o privados e inversionistas de la provincia, lo que se pretendió fue determinar la factibilidad de un plan de negocios para la creación de una consultora que actué ayude al pequeño o grande empresario con soluciones viables sobre su empresa así como para la creación de nuevas, brindando un servicio altamente eficaz, eficiente y competitivo. Beneficiando a toda la ciudadanía local porque contribuirá con nuevas fuentes de empleos de forma segura.

La trascendencia de este tema es también a nivel institucional, ya que una de las responsabilidades de la Universidad es con la sociedad, por lo tanto es primordial que se realicen estudios que contribuyan al mejoramiento social y económico de la ciudad, y a su vez al desarrollo integral de la provincia.

1.4 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa consultora que se dedique al asesoramiento e incursión de nuevas empresas al mercado en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- OE1:** Determinar a qué se debe la falta de asesoramiento que tienen los empresarios respecto a la creación de nuevas empresas
- OE2:** Identificar cuáles son los métodos, técnicas y procedimientos poco convencionales utilizados en la elaboración de grandes proyectos
- OE3:** Establecer la razón por la cual existe un limitado conocimiento en planes de negocios que ayuden a los empresarios a invertir en proyectos innovadores
- OE4:** Conocer los limitantes de la visión empresarial que se tiene para poder crear una empresa consultora de negocios en el cantón de Santa Rosa.

1.3 JUSTIFICACIÓN

A nivel empresarial los planes de negocios son muy importantes ya que permiten de una forma organizada la idealización de una actividad económica, por ello su elaboración y ejecución es muy importante para minimizar los errores; y se debe de contar con una asesoría adecuada que permita visualizar todos los escenarios posibles y alcanzables de forma responsable.

En el cantón Santa Rosa, la razón principal para la ejecución de esta investigación es la falta de una empresa consultora de negocios orientada a la incursión de nuevas empresas en nuestro mercado competitivo con un ciclo de vida más prolongado de lo

esperado, logrando así un mayor desarrollo socio-económico del cantón y por qué no de la provincia.

Pudiendo las empresas obtener mejores rentabilidades, para llegar a este fin se prevé realizar los estudios de mercado necesarios y así garantizar la viabilidad de los proyectos antes de la puesta en marcha.

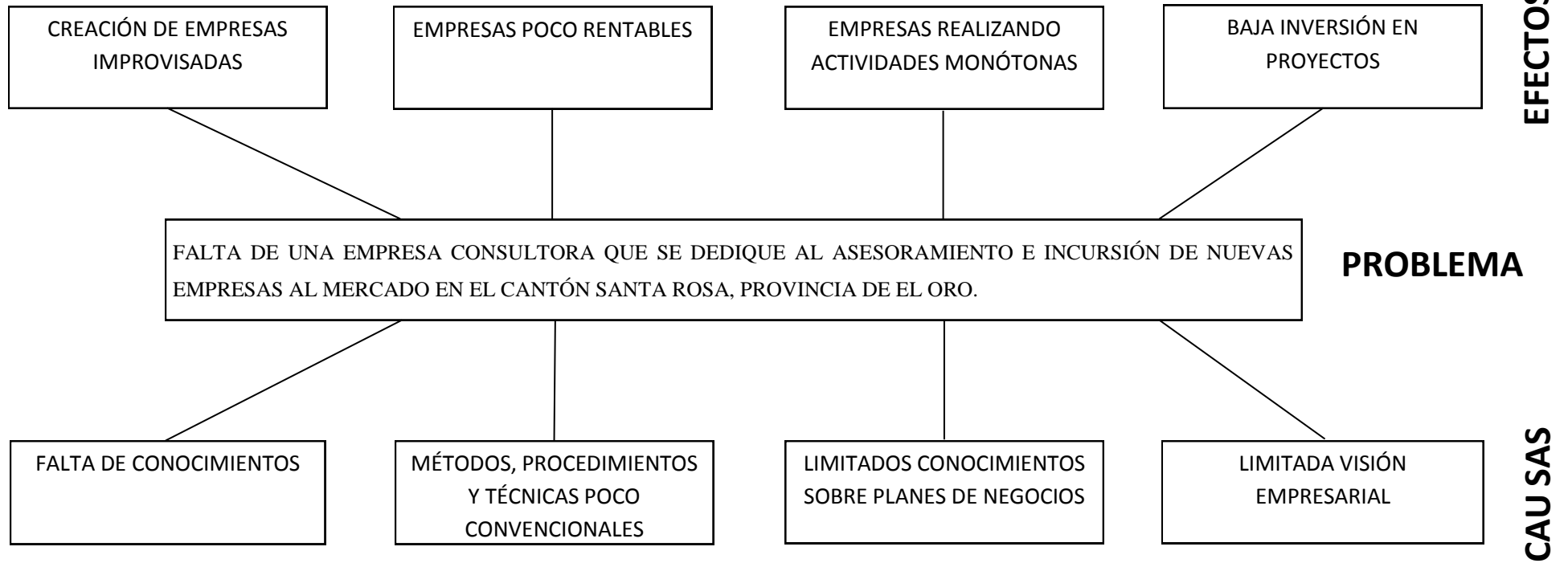
La investigación del mercado sirve de enlace entre la organización y su entorno de mercado e implica la especificación, la recolección, el procesamiento, el análisis y la interpretación de la información para ayudar a la administración a entender ese ambiente de mercado, identificar sus problemas y oportunidades, así como a desarrollar y evaluar cursos de acción.

Por lo anteriormente mencionado el proyecto que se propone lleva por tema **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA CONSULTORA ORIENTADA HACIA LA INCURSION DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTON SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO PARA EL AÑO 2013”**, el cual reúne las condiciones que demanda un estudio con las características y magnitud de una tesis de grado en donde se aplicó conocimientos referentes a la carrera y que a la par constituye una solución a la problemática antes descrita, estuvo orientado hacia empresas, organismos públicos o privados e inversionistas de la provincia, lo que se pretendió fue determinar la factibilidad de un plan de negocios para la creación de una consultora que actué ayude al pequeño o grande empresario con soluciones viables sobre su empresa así como para la creación de nuevas, brindando un servicio altamente eficaz, eficiente y competitivo. Beneficiando a toda la ciudadanía local porque contribuirá con nuevas fuentes de empleos de forma segura.

La trascendencia de este tema es también a nivel institucional, ya que una de las responsabilidades de la Universidad es con la sociedad, por lo tanto es primordial que se realicen estudios que contribuyan al mejoramiento social y económico de la ciudad, y a su vez al desarrollo integral de la provincia. El tema forma parte de las líneas de investigación que impulsa la Unidad Académica de Ciencias Empresariales

de la Universidad Técnica de Machala la cual es: Desarrollo de estudios de pre-factibilidad y factibilidad económica y financiera para proyectos de inversión en empresas comerciales, industriales y de servicios.

ÁRBOL DEL PROBLEMA



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1.1 MERCADO

En la práctica, cada persona tiene una definición de lo que es el mercado en función de lo que mejor le parece o le conviene, por ejemplo, para un accionista el mercado tiene relación con los valores o el capital; para una ama de casa, el mercado es el lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista de la economía, el mercado es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y es donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda.¹

Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.

2.1.1.1 CLASES DE MERCADO

Puesto que los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas.

Mercado Total.- Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

Mercado Potencial.- Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien está en condiciones de adquirirlas.

¹ Mercadotecnia, Tercera Edición, de Laura Fisher y Jorge Espejo, Mc Graw Hill - Interamericana, Pág. 84

Mercado Meta.- Esta conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

Mercado Real.- Representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

2.1.1.2 OTROS TIPOS DE MERCADO

- **Mercado mayorista**

Son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

- **Mercado Minorista**

Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores. Una nueva modalidad de este tipo de mercados lo tenemos en los llamados " Supermercados de origen norteamericano, los que constituyen grandes cadenas u organizaciones que mueven ingentes capitales.

En aquellos se estila el "autoservicio", es decir, que el mismo consumidor elige los artículos que va a comprar, eliminándose el empleado dependiente y al pequeño comerciante que vende.

2.1.1.3 ESTRATEGIAS MERCADO EN UN PRODUCTO-MERCADO AMPLIO

1. El método del mercado meta único: segmentar el mercado y escoger uno de los segmentos homogéneos, como mercado meta de la firma.
2. El método del mercado meta múltiple: segmentar el mercado y elegir dos o más segmentos, cada uno de los cuales será tratado como mercado meta separado, que necesita una mezcla comercial diferente.

3. El método del mercado meta combinado: combinar dos o más sub-mercados en un mercado meta mayor como base para una estrategia.

2.1.2 COBERTURA DE MERCADO

La decisión estratégica sobre Cobertura de Mercado apunta a tener una mayor o menor amplitud de puntos de venta en un determinado territorio. Es el lugar donde se efectúan transacciones mercantiles, es decir, donde se lleva a cabo la oferta y la demanda.

En el mercado, se establecen una relación de intercambio entre las fuerzas económicas de los vendedores o prestadores de servicios y los compradores o usuarios de una mercancía o de un servicio, teniendo repercusión local, regional, nacional o internacional. Son aquellos mercados en los que se hacen transacciones de bienes de naturaleza intangible.

Los servicios son las actividades separadas, identificables e intangibles que satisfacen las necesidades y deseos y no están necesariamente ligadas a la venta de un producto o servicio.

A la hora de segmentar el mercado, la empresa puede optar entre varios criterios; a partir de diversos parámetros, las empresas pueden realizar la segmentación de su mercado de acuerdo a su capacidad y su servicio.

Esto quiere decir que se pueden diferenciar, qué variables hacen que un segmento sea potencialmente cliente de la empresa, o lo sea del servicio, o lo sea de la competencia, o dentro de los clientes qué variables determinan que se adquieran más de nuestro servicio o menos, o qué variables determinan la fidelidad de un cliente, etc.

Los criterios de segmentación usados con el fin de establecer segmentos en el mercado son muy variados. Su aplicación depende del tipo de mercado que se quiera segmentar. Existen básicamente dos tipos de mercado que se pueden segmentar:

1. **El mercado de consumo final:** Consiste en la segmentación de consumidores finales, quienes compran o usan productos/servicio o necesidades confines no comerciales. Los consumidores finales es lo que se da en llamar "mercado de consumo".
2. **El mercado industrial:** Consiste en la segmentación de empresas, organizaciones e industrias. Estos usuarios compran productos o servicios (materias primas, materiales, maquinarias, insumos en general) para usarlos en sus propios negocios o para fabricar otros productos.

2.1.3 ESTUDIO DE MERCADO

Según Naresh Malhotra, identifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva, los términos estudio de mercado y estudio de marketing suelen ser utilizados de forma indistinta, sin embargo, se intenta distinguirlos por separado. Los estudios de mercado estudian propiamente los mercados y son un tipo de estudio de marketing y publicidad.²

Cabe recalcar que Un estudio de mercado tiene como finalidad ayudar a tomar decisiones en situaciones de mercado específicas. Por ejemplo, para elaborar un pronóstico de negocios (para un periodo determinado) necesita conocer el tamaño actual del mercado meta, y por ende, necesita realizar un estudio de mercado que le permita obtener ese importante dato.

DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO:

Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización³.

Según los autores:

²Principios de Marketing, Segunda Edición, de Randall Geoffrey, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, 2003, Pág. 120.

³ Principios de Marketing, Segunda Edición, de Randall Geoffrey, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, 2003, Pág. 120.

- Randall, define: " Recopilación, análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlares de marketing"⁴.
- Para Malhotra, : "describen el tamaño, el poder de compra de los clientes, disponibilidad de los distribuidores y deseos del consumidor"⁵.

Teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se puede definir al estudio de mercado como:

"Proceso de planificar, seleccionar, analizar e informar datos importantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con el objetivo de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica"⁶

Tipos de Estudios de Mercado:

Los tipos de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos:

- Ccualitativos: Se usan cuando se tiene poco conocimiento del tema ya sean en entrevistas individuales, detalladas o debates con grupos minoritarios con el fin de analizar los diferentes puntos de vista, del consumidor meta.
Los datos que resultan al usar los métodos cualitativos son de gran ayuda porque nos permite definir a la hipótesis para iniciar nuevas investigaciones.
- Cuantitativos: Nos permite medir, calcular la mayoría de los estudios i: cuánta gente implementan este tipo permitiéndonos conocer; el favoritismo por una marca, la frecuencia que utilizan etc. Se basan generalmente en las encuestas donde se puede proyectar hacia una población más grande.

El Proceso del Estudio de Mercado:

⁴ El Marketing de Servicios Profesionales, Primera Edición, de Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004, Pág. 98

⁵ Investigación de Mercados Un Enfoque Practico, Segunda Edición, de Malhotra K. Naresh, Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997, Págs. 90 al 92.

⁶ <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

Según los autores definen:

1. Conocer los objetivos y definir el problema presentado.
2. Realizar una investigación detallada, analizando los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender la situación actual.
3. Búsqueda de información:
 - Se basa en la observación
 - Entrevistas de manera cualitativa
 - Entrevistas grupales
 - Encuestas
 - Investigación experimental
4. La etapa final es obtener una información y conclusión detallada para poder emitir un criterio concreto sobre las necesidades e implementaciones del mercado.⁷

2.1.4 CONSULTORIA EMPRESARIAL

La Consultoría Empresarial se ha convertido en una herramienta a la que recurren cada vez más empresas que desean simultáneamente mejorar su posición competitiva y mantener su independencia sin tener que dedicar muchos recursos a actividades en las que no tienen ventajas competitivas.

Las consultorías empresariales se han incrementado en aquellas empresas que se han visto sometidas a la presión acelerada de la introducción de nuevos productos o servicios. Esto les ha forzado a concentrar sus recursos en las actividades que mejor desempeñan y al mismo tiempo delegar funciones de mejor rango a consultoras dedicadas a dichos rubros.

⁷ «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición, de Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004

El trabajo del consultor empieza al surgir alguna situación juzgada insatisfactoria y susceptible de mejora y que termina en una situación que produzca un cambio y que constituya una mejora.⁸

2.1.4.1 NECESIDADES PARA LA CONTRATACIÓN DE CONSULTORÍAS EMPRESARIALES

De hecho existen muy buenas razones por las cuales las empresas recurren frecuentemente a las consultorías empresariales. Dentro de ellas se señalan las siguientes:

- **LA NECESIDAD DE PERSONAL**

En ciertos períodos las empresas medianas o grandes no tienen suficiente personal para realizar tareas específicas. Es posible que requieran ayuda cuando se presenta una excesiva carga laboral temporal o tal vez se requieran ciertos conocimientos especializados con los cuales no hay que contar todos los meses del año.

- **LA NECESIDAD DE DIAGNOSTICAR PROBLEMAS Y HALLAR SOLUCIONES**

Siempre habrá necesidad de personas que sepan solucionar problemas.

Por lo general se busca profesionales con grados académicos de Maestro o Doctor ya que se supone que estos profesionales tienen una gran habilidad para diagnosticar los problemas que afrontan las empresas y para desarrollar las soluciones requeridas.

2.1.4.2 CARACTERÍSTICAS DE LAS CONSULTORÍAS EMPRESARIALES

Es pertinente ampliar el concepto de consultoría con un análisis de ciertas características propias de aquellas empresas exitosas dentro de este rubro:

⁸www.unac.edu.pe/documentos/.../vri/.../MarcoTeorico.pdf

- La Consultoría empresarial es un servicio independiente. Esto quiere decir que el consultor actúa desprovisto de influencias o reacciones de tipo emocional. Su rol es básicamente imparcial.
- Es un servicio consultivo. Siempre que un empresario tenga dificultades, acudirá el consultor y este va a actuar como asesor asumiendo la responsabilidad por la calidad de su consejo.
- Es un servicio a través del cual el consultor proporciona los conocimientos especializados y capacidad profesional orientados a la solución de problemas prácticos.

2.1.4.3 CARACTERÍSTICAS DEL CONSULTOR

Al respecto se debe señalar las siguientes características de excelencia que todo consultor ha de ostentar para desarrollar una labor eficiente:

- La paciencia es el principio de una buena relación entre el consultor y el consultado.
- No se debe perder el sentido de lo que se está haciendo. Debemos ser lo más objetivos posibles.
- La misión de todo consultor es identificar los límites de la empresa y redefinirlos.
- Debes ser cuidadoso al dar tus opiniones y juicios de valor.

2.1.5 EMPRESA

Es el conjunto de actividades llevadas a cabo por el empresario o dueño del bien para producir e intercambiar bienes y servicios recibiendo a cambio un valor monetario.

Para poder llevar a cabo las actividades productivas el empresario necesita disponer de materia prima, maquinaria, personal.

Su objetivo es lograr obtener el mayor porcentaje en mercado meta para así alcanzar la máxima productividad posible y por ende grandes ingresos monetarios satisfaciendo al consumidor o cliente.⁹

En una empresa el trabajo en conjunto es importante, tanto para los propietarios, como las personas que trabajan para la empresa, logrando de esta manera obtener un producto final de calidad.¹⁰

VISIÓN EMPRESARIAL

La visión empresarial de una entidad o empresa es llegar a ser una empresa competitiva, estableciendo objetivos, estrategias, tomando decisiones que nos lleven a alcanzar los objetivos, logrando de esta manera un buen desempeño de todos los miembros que conforman la empresa.

Cuando queda establecida la visión de una empresa se puede lograr que todos los miembros de ésta se sientan comprometidos y motivados con el objetivo de alcanzarla.¹¹

2.1.6 RENTABILIDAD ECONÓMICA

Mide la capacidad productora de renta de los activos(capitales invertidos) que posee la empresa y es independiente de la estructura financiera, indiferente de la financiación utilizada y su coste. De tal manera podemos observar que mediante la rentabilidad económica nos define la eficiencia económica de la empresa. En cambio la rentabilidad financiera es la encargada de medir la rentabilidad de los accionistas o rentabilidad del capital propio.¹²

La rentabilidad económica mide la tasa de devolución producida por un beneficio económico (antes de los intereses y los impuestos) respecto al capital total,

⁹ CAMPIÑA, Gema.: Empresa y Administración, Editorial Editex, México DF, 2009

¹⁰ LÓPEZ, Francisco.: La empresa, explicada de forma sencilla; Publicaciones UCAB, Caracas 2008

¹¹ MURILLO, Javier, Axeleratum, Visión Empresarial, México 2011, <http://axeleratum.com/2010/vision-empresarial>

¹² <http://www.economia48.com/spa/d/rentabilidad-economica/rentabilidad-economica.htm>

incluyendo todas las cantidades prestadas y el patrimonio neto (que sumados forman el activo total).

2.1.9 PROYECTO DE INVERSIÓN

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros.

Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Sus principales objetivos son aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, estos pueden ser a corto, mediano o a largo plazo.¹³

2.1.10 PLAN DE NEGOCIOS

Plan de negocios es un documento formal que resume toda la información necesaria para plantear y evaluar el desarrollo de un nuevo proyecto empresarial.

Un emprendedor, a la hora de plantear un nuevo negocio, inicia el proceso de creación del mismo mediante el análisis de 3 o 4 ideas básicas como aprovechar una oportunidad que se le presenta, analizar el entorno y hacer algunos números sencillos que determinarán la pre factibilidad del proyecto.

2.1.10.11 TIPOS DE PLANES DE NEGOCIO

Para cada objetivo existe un tipo de plan de negocio. Los tipos más comunes son:

Plan de negocios para empresa en marcha:

¹³GRATEROL, María, Proyecto de Inversión, Instituto Universitario de Tecnología de Administración Industrial, Aragua, Venezuela, 2006

Para esta etapa se debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además, deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva. Además, deberá mostrar las fortalezas y debilidades de la empresa y demostrar la capacidad gerencial del grupo empresarial.

Plan de negocios para nuevas empresas

Se debe detallar, tanto la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados, las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas.

Plan de negocios para inversionistas

Es importante que incorpore toda la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha y datos relevantes que determinen la factibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión, que el inversionista puede obtener al apostar por la idea propuesta. Tiene que ser claro, sencillo y contener la información relevante para una evaluación financiera confiable.

Plan de negocios para administradores

Éste debe contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa. Este plan debe ser más detallado pues muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa.

2.2 MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL

2.2.1 PROVINCIA DE EL ORO

El Oro es una provincia que se encuentra ubicada en el suroeste del Ecuador. Formando parte de la región litoral. Sus límites son al norte con las provincias del Guayas y Azuay, al sur y al este con la provincia de Loja, y al oeste con la región de Tumbes, al noroeste con el golfo de Guayaquil. Su extensión se aproxima 5.988 km² y su población 559.846 habitantes.

La capital bananera de la provincia de El Oro es la ciudad de Machala.¹⁴

ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DEL PAÍS Y LA PROVINCIA

En el Ecuador la extensión plantada de banano, según el INEC, en el 2008 era cerca de 195 mil hectáreas exclusivas y 39 mil hectáreas en asociación con otros productos. Cosechadas de banano eran 181.042 hectáreas y 34.479 hectáreas de asociación. El (MAGAP) cuenta con AGROCALIDAD, siendo la entidad responsable del cumplimiento de la Ley de Inspección y Emisión de los Certificados Fitosanitarios de Exportación.

Cuenta con el programa Sanibanano, encargado de la calidad fitosanitaria de la fruta, mediante inspección profesional permanente e incrementando el valor e imagen del producto para su exportación. La exportación del banano es muy importante, porque genera empleo a 270 mil personas.

Existe una gran variedad de productos derivados del banano: como el banano congelado, , bebidas alcohólicas, harina y polvo, vinagre, jaleas, néctares, jarabe de glucosa, puré, rodajas fritas, sabores y aromas, residuos para fines textiles, almidón y alimentos para animales.¹⁵

El banano fue desde 1954 hasta 1972 principal producto de exportación Nacional, excepto en 1986, es el principal producto de exportación agropecuaria.

La exportación del año 2011 fue 284,6 millones de cajas, generando ingresos de USD 2.235 millones de dólares obteniendo de impuestos USD 90 millones, constituyendo uno de los principales contribuyentes.

El principal problema del banano es la falta de seriedad por el precio de la caja del banano cuando la demanda es alta los productores reciben valores mucho más altos que el oficial perjudicando así a la economía del país.

¹⁴ <http://laprovinciadeloro.blogspot.com/>

¹⁵ http://www.aebe.com.ec/data/files/noticias/Noticias2012/Gral1erSem/LPFECUA2012_023.pdf

El banano y su exportación son importante para el país por su volumen, valor y tecnología empleada para producirlo y exportarlo, el sistemas de transporte refrigerado hacia todos los mercados metas.¹⁶

CUADRO N°1
EXPORTACIONES DE BANANO POR VOLUMEN (CAJAS)

DESTINO	2010	%
EUROPA DEL ESTE	11.279.967	7,49
MEDIO ORIENTE	6.986.580	3,81
RUSIA	53.354.962	22,65
MAR DEL NORTE (PAÍSES BÁLTICOS)	59.366.999	23,26
CONO SUR	18.238.974	7,02
MEDITERRÁNEO	50.929.639	17,17
ORIENTE	2.434.896	0,79
OCEANÍA	1.335.552	0,42
ESTADOS UNIDOS	56.206.029	17,07
AFRICA	5.434.250	0,33
TOTAL	265.587.828	100,00

FUENTE: AEBE <http://www.aebe.com.ec/data/files/DocumentosPDF/Estadísticas>

CUADRO N°2
EXPORTACIÓN 2011 DE BANANO POR COMPAÑÍAS

ECUADOR: EXPORTACIÓN 2011 DE BANANO		
POR COMPAÑÍAS EXPORTADORAS		
EXPORTACION POR CAJAS		
COMPAÑÍAS	CAJAS	%
1 COMPAÑÍA Ubesa	32.857.225	11,55
2 COMPAÑÍA Pacific Crown Fruit	24.484.699	8,60
3 COMPAÑÍA Bananera Continental	22.417.467	7,88
4 COMPAÑÍA Fruitstylelife	17.293.131	6,08
5 COMPAÑÍA Reybanpac	16.651.958	5,85
6 COMPAÑÍA Oro Banana	14.932.134	5,25

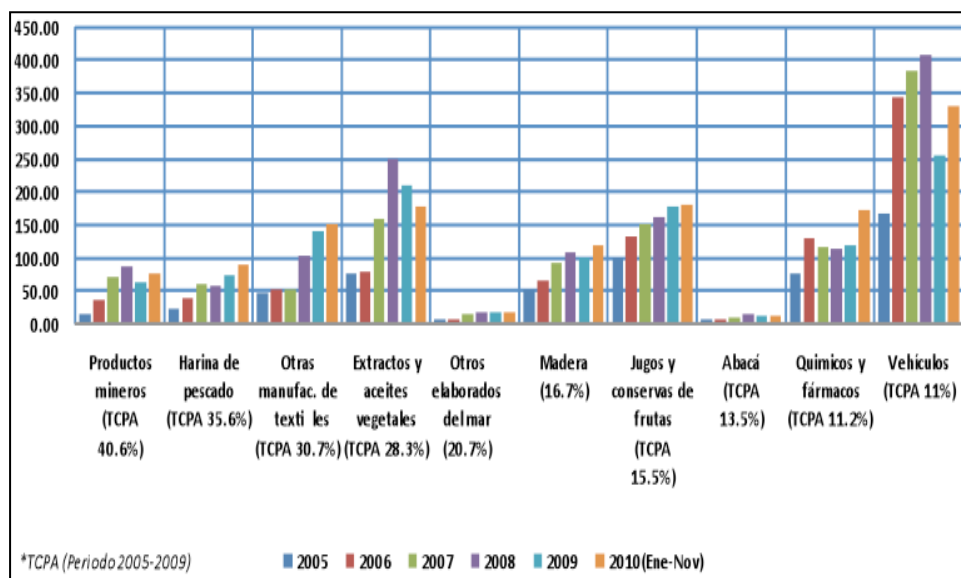
¹⁶http://www.aebe.com.ec/data/files/noticias/Noticias2012/Gral1erSem/LPFECUA2012_023.pdf

FUENTE: [www.aebe.com.ec/data/files/Documentos PDF/Estadísticas](http://www.aebe.com.ec/data/files/Documentos%20PDF/Estadísticas)

IMAGEN N°1

EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES

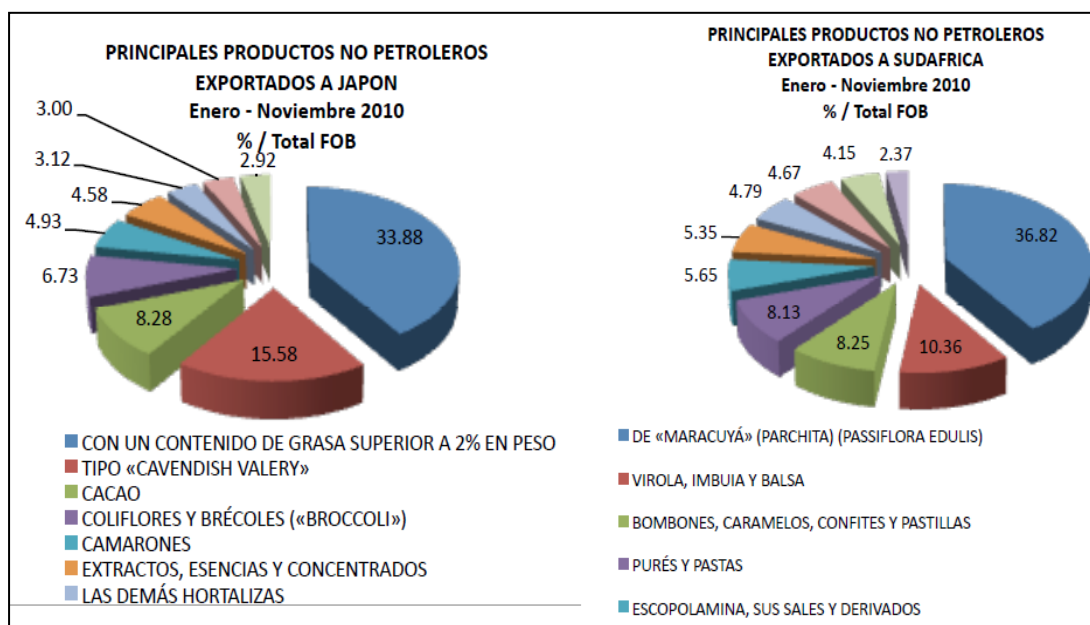
TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL



Fuente: Banco Central del Ecuador

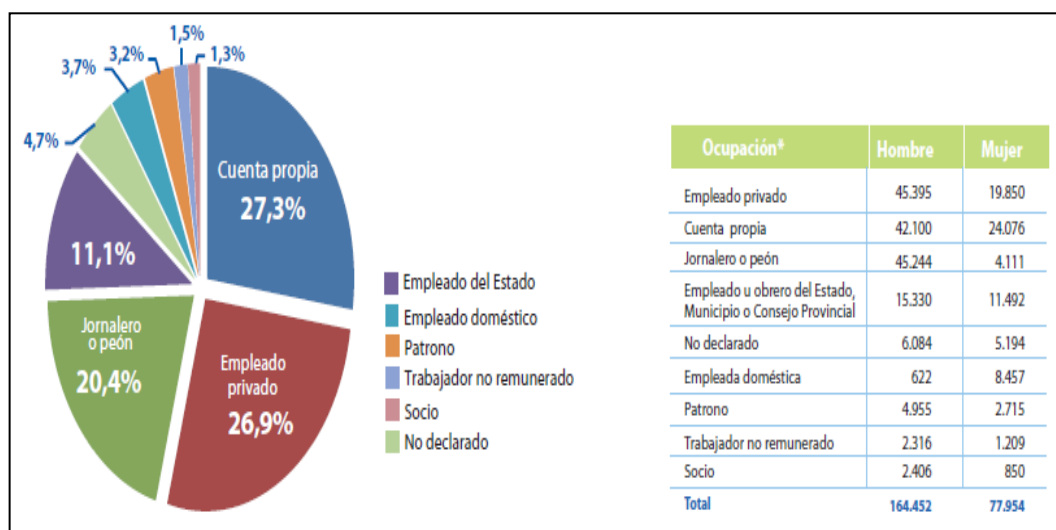
IMAGEN N°2

PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE PRODUCTOS NO PETROLEROS



Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración.

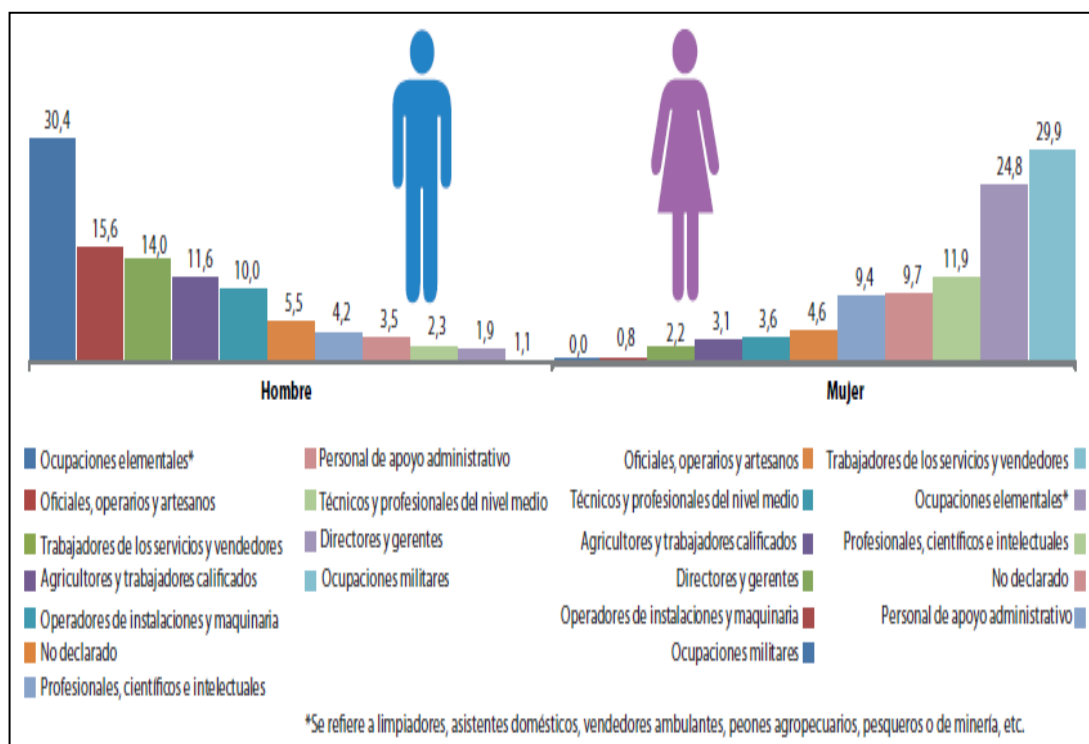
IMAGEN N°3 EN QUÉ TRABAJAN DE LOS ORENSES



Fuente: CENSO 2010

Como se puede observar en el gráfico n°2 la actividad o trabajo predominante en El Oro son por cuenta propia ascendiendo a 66.176 personas entre hombres y mujeres.

IMAGEN N°4 DE QUÉ TRABAJAN DE LOS ORENSES



Fuente: CENSO 2010

2.2.1.1 DIVISIÓN POLÍTICA

La provincia de El Oro se divide en 14 cantones que son: Arenillas, Atahualpa, Balsas, Chilla, El Guabo, Huaquillas, Las Lajas, Machala, Marcabelí, Pasaje, Piñas, Portovelo, Santa Rosa y Zaruma.

2.2.1.2 CONDICIONES DEMOGRÁFICAS

En la provincia de El Oro el crecimiento urbano es más alto que en la Provincia del Guayas y Provincia del Pichincha con el 6,8% a un 1,5% de la rural. El 42% de la población promedia hasta unos 15 años.

El analfabetismo promedia un 5% para los hombres y 6,2% para las mujeres, teniendo un buen nivel respecto a otras provincias del Ecuador.

2.2.1.3 VÍAS DE COMUNICACIÓN

Su vía de comunicación está direccionada por carretera Panamericana, cruzando por El Guabo, El Cambio, Santa Rosa, Arenillas y Huaquillas, teniendo vías asfaltadas incrementándose de forma continua al desarrollo agrícola e industrial.¹⁷

2.2.2 CANTÓN SANTA ROSA

Santa Rosa es la cabecera del cantón, se encuentra situada a la derecha del río Santa Rosa, fundada en 1600. Recibió su nombre de Santa Rosa de Jambelí, esta ciudad sobrevivió a un aluvión muy fuerte que en 1927 casi la borra del mapa.

2.2.2.1 HISTORIA DE SANTA ROSA

2.2.2.1.1 LOS INDIOS POCEOS

Santa Rosa fue habitada por un pequeño estado llamado Poceos, formado disidentes y algunos tumbesinos. A la llegada de los españoles comprendía los cantones de Santa Rosa, Arenillas Huaquillas y Las Lajas habitados por los indios Poceos.

Se ha encontrado restos de asentamientos en los sectores Cónchales y en La Merenciana donde actualmente tenemos al camal municipal y donde se dio su primera fundación.

Su nombre se debe en honor a la beata Santa Rosa de Lima quien fue la primera latinoamericana en subir al altar.

2.2.2.1.2 FUNDACIÓN DE SANTA ROSA

La fundación del cantón Santa Rosa no se pueden hablar con propiedad, por cuanto españoles no cumplieron con los requisitos que existían en esa época. En estas ceremonias estaba el Jefe Militar, el cura, el escribano, autoridades civiles que inmediatamente se procedía a la entrega de solares para la Plaza de Armas, la Iglesia, Casa comunal y a los vecinos del lugar. Por lo tanto no se cuenta con Acta de Fundación del cantón.

¹⁷ http://patricialorentzen.blogspot.com/2011_01_31_archive.html

Según algunos historiadores dicen que Santa Rosa fue fundada por primera vez en el año 1600, en El Conchal. (Conchales) Y, por segunda vez en 1617.

2.2.2.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA

Santa Rosa se dedica a la agricultura, ganadería, y principalmente la camaronera; además explota recursos auríferos, la pesca artesanal y la pequeña industria vinícola. En la producción de camarón Santa Rosa es la principal en el país ya que cuenta con decenas de piscinas camaroneras, por lo cual cuenta con la Feria del Langostino, celebrada en el mes de agosto.

2.2.2.3 POLÍTICA

Santa Rosa, se rige por una municipalidad según como lo emana la lo que ahora se conoce como Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal.

El GAD de Santa Rosa es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central. La municipalidad está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el alcalde (actualmente el Ingeniero Clemente Bravo Riofrio), y otro de carácter legislativo conformado por los miembros del concejo cantonal (concejales).

2.2.2.4 PARROQUIAS

- Santa Rosa
- Bellavista 2.627 habitantes
- La Victoria 2.737 habitantes
- Bella maría 1.867 habitantes
- La Avanzada 2.229 habitantes
- Jambelí 1.565 habitantes y San Antonio 1.492 habitantes
- Torata 1.671 habitantes

2.2.2.5 POBLACIÓN

Para el 2001 la población se ubicaba en aproximadamente 60.388, y 68.371 habitantes tanto del área urbana como rural, según el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010.¹⁸

Sin embargo, se observa el crecimiento urbano en desmedro del rural, que es cada vez menor. Aproximadamente ocho de cada diez habitantes viven en Santa Rosa, la cabecera cantonal; en porcentajes menores, le siguen las parroquias rurales como los son Bellavista y La Victoria.¹⁹

2.2.3 SECTOR EMPRESARIAL EN EL CANTÓN SANTA ROSA

El cantón Santa Rosa conserva una estructura empresarial eficiente, y con respecto al sector de agricultura, ganadería, caza y silvicultura; y, pesca se establecen grupos económicos como el grupo Noblecilla dedicado a la crianza de ganado y al cultivo de banano, el grupo Saavedra dedicado a la crianza de camarón y venta de ganado , contribuyen de manera significativa a la economía local, así mismo tenemos empresas tales como: Mongemar S.A , , Chrismarcor, Gruvalmar S.A, Grucam, Diosmar S.A , Cía. Ltda. Jeansmar Cía. Ltda, , Proculmar S.A, langostinos Santarrosense Saavedra , dedicadas a las diferentes actividades como cultivo, descabezado y comercialización de camarón.

Según datos de la Superintendencia de Compañías en la provincia de El Oro existen 7.567 empresas entre públicas y privadas, siendo muy necesaria la creación de una empresa consultora que ayude a guiar las inversiones de los empresarios de forma ágil y segura.

2.3 HIPÓTESIS CENTRAL

En el cantón Santa Rosa, perteneciente a la provincia de El Oro se puede evidenciar la falta de una empresa consultora de negocios que se dedique al asesoramiento e incursión de nuevas empresas al mercado local.

¹⁸ <http://www.inec.gob.ec>

¹⁹ <http://www.santarosa.gob.ec>

2.4 HIPÓTESIS PARTICULARES

- El limitado asesoramiento de los empresarios respecto a la creación de nuevas empresas da paso a que se creen empresas de forma improvisada
- La utilización de métodos, técnicas y procedimientos poco convencionales en la elaboración de grandes empresas genera que estas sean poco rentables y con una vida útil limitada
- Los limitados conocimientos en planes de negocio que ayuden a los empresarios a invertir en proyectos innovadores, se refleja en las actividades monótonas que estas realizan sin presentar mayores cambios
- La limitada visión empresarial que se tiene para poder crear una empresa consultora de negocios en el cantón de Santa Rosa producen una baja inversión en proyectos micro y macro-empresariales

2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL
-----------	-----------------------	------------------------

Asesoramiento empresarial	El asesor empresarial es aquel que brinda un consejo o dictamen desde el punto de vista profesional, en este sentido puede decirse que un asesor es un especialista en determinado tema que ofrece asistencia sobre su área de experiencia, llevado a cabo por profesionales.	Mediante encuestas realizadas al sector empresarial se determinara el tipo de asesoramiento empresarial que necesitan, así como una observación en los negocios del cantón.
Empresas improvisadas	Las empresas improvisadas son aquellas empresas que no cuentan con los debidos estudios de mercado o de factibilidad para ser puestos en marcha, y carentes de bases técnicas en las cuales puedan guiarse, funcionando de forma empírica, presentando problemas más adelante.	Mediante una entrevista a un representante de la supercías se conocerá más sobre las empresas improvisadas, así como una encuesta al sector empresarial.
Procedimientos poco convencionales	Los procedimientos poco convencionales hacen referencia a los métodos y técnicas utilizadas por las empresas haciendo a las empresas poco rentables ya que lo hacen de forma ortodoxa siendo poco competitiva la empresa.	Mediante una encuesta al sector empresarial se determinaran los procedimientos empleados en la creación de la empresa y una entrevista a la supercías.
Empresas poco rentables	Las empresas poco rentables son las que año a año registran pérdidas, haciéndolas poco rentables para invertir o seguirlo haciendo dado el riesgo que se corre de perder la inversión que se esté realizando.	Mediante encuesta al sector empresarial y una observación a un grupo de negocios del cantón se identificará las empresas poco rentables.
Planes de negocios	Es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de la empresa y complementariamente, es útil para convencer a terceros tales como bancos.	Mediante una entrevista y encuesta a la SUPERCÍAS y sector empresarial respectivamente se conocerá si realizan planes de negocio antes de implementarlos.
Proyectos innovadores	Los proyectos innovadores son aquellos que se encuentran conformados o constituidos de forma técnica y presentan estrategias nuevas para la conformación de algún proyecto.	Mediante una observación , encuesta y entrevista se conocerá sobre los proyectos innovadores presentados.
Visión empresarial	La visión es el estado futuro que ansiamos para nuestra organización. Hacia estas aspiraciones deben ir encaminados los esfuerzos y las acciones de todos los miembros de la organización.	Mediante una encuesta realizada a los empresarios del cantón se conocerá la visión empresarial que tienen.
Proyectos micro y macro-empresariales	Son aquellos proyectos que están o cuentan con capitales diferentes para su inicialización, así como su nivel estructural y de personal.	Mediante una encuesta y entrevista se determinaran los proyectos creados y/o presentados.

2.6 VARIABLES E INDICADORES

HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
El limitado asesoramiento de los empresarios respecto a la creación de nuevas empresas da paso a que se creen empresas de forma improvisada	Asesoramiento empresarial	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sector empresarial del cantón Santa Rosa ✓ Grupo de negocios del cantón Santa Rosa
	Empresas improvisadas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Superintendencia de compañías ✓ Sector empresarial del cantón
La utilización de métodos, técnicas y procedimientos poco convencionales en la elaboración de grandes empresas genera que estas sean poco rentables y con una vida útil limitada	Procedimientos poco convencionales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sector empresarial del cantón Santa Rosa ✓ Superintendencia de compañías
	Empresas poco rentables	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sector empresarial del cantón Santa Rosa ✓ Grupo de negocios del cantón Santa Rosa
Los limitados conocimientos en planes de negocio que ayuden a los empresarios a invertir en proyectos innovadores, se refleja en las actividades monótonas que estas realizan sin presentar mayores cambios	Planes de negocios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Superintendencia de compañías ✓ Sector empresarial del cantón Santa Rosa
	Proyectos innovadores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Grupo de negocios del cantón Santa Rosa ✓ Sector empresarial del cantón ✓ Superintendencia de compañías
La limitada visión empresarial que se tiene para poder crear una empresa consultora de negocios en el cantón de Santa Rosa producen una baja inversión en proyectos micro y macro-empresariales	Visión empresarial	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sector empresarial del cantón Santa Rosa
	Proyectos micro y macro-empresariales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sector empresarial del cantón Santa Rosa ✓ Superintendencia de compañías

Autor: Kelvin Aguirre

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 METODOLOGÍA BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

INDICADORES	MÉTODOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	INFORMANTES
Sector empresarial del cantón Santa Rosa	Muestreo Probabilístico	Encuesta	Guía de encuesta	Pequeños y grandes empresarios del cantón
Grupo de negocios del cantón Santa Rosa	Muestreo Probabilístico	Observación	Guía de observación	Micro y macro empresas del cantón
Superintendencia de compañías	Muestreo selectivo	Entrevista	Guía de entrevista	Representante de la superintendencia de compañías
Sector empresarial del cantón Santa Rosa	Muestreo Probabilístico	Encuesta	Guía de encuesta	Pequeños y grandes empresarios del cantón
Sector empresarial del cantón Santa Rosa	Muestreo Probabilístico	Encuesta	Guía de encuesta	Pequeños y grandes empresarios del cantón
Superintendencia de compañías	Muestreo selectivo	Entrevista	Guía de entrevista	Representante de la superintendencia de compañías
Sector empresarial del cantón Santa Rosa	Muestreo Probabilístico	Encuesta	Guía de encuesta	Pequeños y grandes empresarios del cantón
Grupo de negocios del cantón Santa Rosa	Muestreo Probabilístico	Observación	Guía de Observación	Micro y macro empresas del cantón
Superintendencia de compañías	Muestreo selectivo	Entrevista	Guía de entrevista	Representante de la superintendencia de compañías
Sector empresarial del cantón Santa Rosa	Muestreo Probabilístico	Encuesta	Guía de encuesta	Pequeños y grandes empresarios del cantón
Grupo de negocios del cantón Santa Rosa	Muestreo Probabilístico	Observación	Guía de Observación	Archivos de la superintendencia de compañías
Sector empresarial del cantón Santa Rosa	Muestreo Probabilístico	Encuesta	Guía de encuesta	Pequeños y grandes empresarios del cantón
Superintendencia de compañías	Muestreo selectivo	Entrevista	Guía de entrevista	Representante de la superintendencia de compañías
Sector empresarial del cantón Santa Rosa	Muestreo Probabilístico	Encuesta	Guía de encuesta	Pequeños y grandes empresarios del cantón
Sector empresarial del cantón Santa Rosa	Muestreo Probabilístico	Encuesta	Guía de encuesta	Pequeños y grandes empresarios del cantón
Superintendencia de compañías	Muestreo selectivo	Entrevista	Guía de entrevista	Representante de la superintendencia de compañías

3.2 UNIDADES DE INVESTIGACIÓN

En lo que respecta a las unidades de investigación y que sirvieron para obtener la información para este proyecto de investigación fueron los siguientes:

INFORMANTES	ORGANIZACIONES O UNIDADES ADMINISTRATIVAS	ACTIVIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Pequeños y grandes empresarios del cantón Santa Rosa 	<ul style="list-style-type: none"> Empresas del cantón Santa Rosa 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta
<ul style="list-style-type: none"> Representante de la superintendencia de compañías 	<ul style="list-style-type: none"> Superintendencia de Compañías 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista
<ul style="list-style-type: none"> Archivos de la superintendencia de compañías 	<ul style="list-style-type: none"> Superintendencia de compañías 	<ul style="list-style-type: none"> Observación
<ul style="list-style-type: none"> Micro y macro empresas del cantón Santa Rosa 	<ul style="list-style-type: none"> Cantón Santa Rosa (negocios y empresas de la localidad) 	<ul style="list-style-type: none"> Observación

Autor: Kelvin Aguirre

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Tomamos en cuenta a 150 empresarios de un total de 864 empresas activas en el cantón de Santa Rosa para los cálculos respectivos, habiendo en El Oro aproximadamente 7.567 empresas entre públicas y privadas.

$$e = \bar{z}\alpha/2 \sqrt{\frac{p \cdot q}{n}}$$

Simbología

e = lo conocemos como Error Muestral

$\bar{z}\alpha/2$ = nos indica el Nivel de Confianza

P.q = detalla la Proporción población infinita

n = nos da el Tamaño muestral

$$e = 1,96 \sqrt{\frac{(0,5)(0,5)}{150}} \quad e = 0,080 \quad e = 8\%$$

$$n = \frac{pq \cdot z^2}{e^2} \quad n = \frac{(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(0,08)^2} = \frac{0,9604}{0,0064} = 150$$

Como resultado de la aplicación de la fórmula tenemos como resultado a 150 empresarios que serán encuestados y se encuentran ubicados en el cantón Santa Rosa, dándonos como error admisible el 8%.

3.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO GENERAL DE LA INFORMACION

En el procedimiento método lógico general, la obtención de la información requerida fue de la siguiente manera:

Las técnicas de investigación empleadas en el presente proyecto fueron documentos, entrevista, encuesta. Para la aplicación de éstas técnicas, demandó la necesidad de diseñar los instrumentos de investigación y es así que para la encuesta se diseñó la guía de encuesta, para la entrevista la guía de entrevista, así como la guía de observación.

La investigación que se realizó a los empresarios del cantón Santa Rosa y que sirvió para determinar los factores que influyen en la falta de una empresa consultora que se dedique al asesoramiento e incursión de nuevas empresas al mercado se realizó a través de la aplicación de un modelo Bi-Etápico es decir por medio de encuestas a los empresarios del cantón en las cuales se investigó lo que los empresarios necesitan para fortalecer la estructura de la empresa, así también con lo que deben de contar para la creación de las mismas, se hizo otra investigación por medio de la entrevista que estuvo dirigida a un representante de la SUPERCÍAS, para saber cómo se conforman las nuevas empresas, así como quienes implementan planes de negocios y utilizan técnicas modernas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS GENERAL DE LAS OBSERVACIONES Y ENTREVISTAS

4.1.1 ANÁLISIS DE LAS OBSERVACIONES

Mediante una observación realizada al departamento de archivos de la Superintendencia de compañías y a un grupo de negocios del cantón Santa Rosa, se pudo conocer aspectos de vital importancia para el estudio y que se detallan a continuación:

- El asesoramiento empresarial con el que cuentan el grupo de negocios de la localidad observados son mínimos ya que no presentan mayores innovaciones en sus infraestructuras y servicios, brindando a las personas o clientes las mismas actividades monótonas y que en el mercado local se puede conseguir fácilmente a precios variables, haciendo necesario el asesoramiento empresarial para hacer rentable sus empresas utilizando bases técnicas siendo mínimo el riesgo de pérdida.
- Continuando con la observación al grupo de negocios del cantón se pudo determinar que un grupo de empresas podrían presentar problemas de rentabilidad, esto debido al gran número de empresas dedicadas a la misma actividad en un radio cercano, lo que podría verse reflejado en los ingresos que tienen las mismas presentando posiblemente pérdidas más adelante.
- Finalmente en una observación realizada al departamento de archivos de la Superintendencia de compañías para conocer sobre los proyectos innovadores que son presentados por los empresarios del cantón Santa Rosa se pudo determinar que los mismos son mínimos, es decir gran número de los proyectos pertenecen a la misma rama de actividad, sin mayores innovaciones en la actividad a realizar.

4.1.2 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

- **ENTREVISTA REALIZADA A UN REPRESENTANTE DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**

Dentro de la entrevista realizada a un representante de la Superintendencia de compañías se pudo obtener la siguiente información la cual contribuyó para la realización del proyecto:

Cree usted que sea factible la puesta en funcionamiento de una empresa consultora en la provincia de El Oro, específicamente en Santa Rosa

Toda empresa independientemente de la actividad a la que se dedique tiene oportunidades siempre y cuando cumpla con todos los requisitos previstos para la creación y puesta en funcionamiento de la misma, ahora una empresa con una actividad de consultoría empresarial podría ser factible siempre y cuando se maneje acorde a las exigencias y necesidades del mercado local para innovarlas y diversificar la actividad en la provincia.

Cómo ve el nivel empresarial en el cantón Santa Rosa, dado el gran número de empresas improvisadas que existen

Santa Rosa es un cantón con gran extensión territorial, cantón que presta las facilidades para que las empresas sean diversificadas, pese a ello no hay cantidad de empresas que se destaquen por su actividad, siendo siempre las mismas sin mayor trascendencia, viendo cada vez más a empresas improvisadas carentes de estudios previos.

A que atribuiría usted el por qué los empresarios de la provincia no cuenten con planes de negocios al momento de querer poner en marcha un negocio

Un gran error que cometen los empresarios es creer que no necesitan de un estudio técnico que les permita conocer la realidad del mercado y la oportunidad que este tendría para entrar y permanecer en el mercado sin generar pérdidas que llegarían a un posterior cierre.

Independientemente de si sea o no factible la puesta en funcionamiento de una empresa consultora en el cantón Santa Rosa, ¿Cree usted que los dueños y/o administradores de las empresas del cantón utilizarían los servicios de esta?

De existir una empresa de este tipo, si contratarían sus servicios de asesoramiento en cualquier instante de la vida de la empresa, aunque su permanencia dependerá de que tan buenos sean los resultados obtenidos después del asesoramiento.

¿Cuál cree usted que sea el motivo por el cual aún no sea haya creado y puesto en funcionamiento una empresa consultora de asesoramiento empresarial en el cantón?

Los motivos podrían ser varios, uno de ellos sería el miedo a invertir en una empresa que asesore a otras, y que dicho asesoramiento no corresponda a las expectativas planteadas al inicio del proyecto. El resultado sería el cierre de dicha empresa y con ello la pérdida de la inversión inicial.

4.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1. De las siguientes opciones, podría usted indicar a que se dedica su empresa

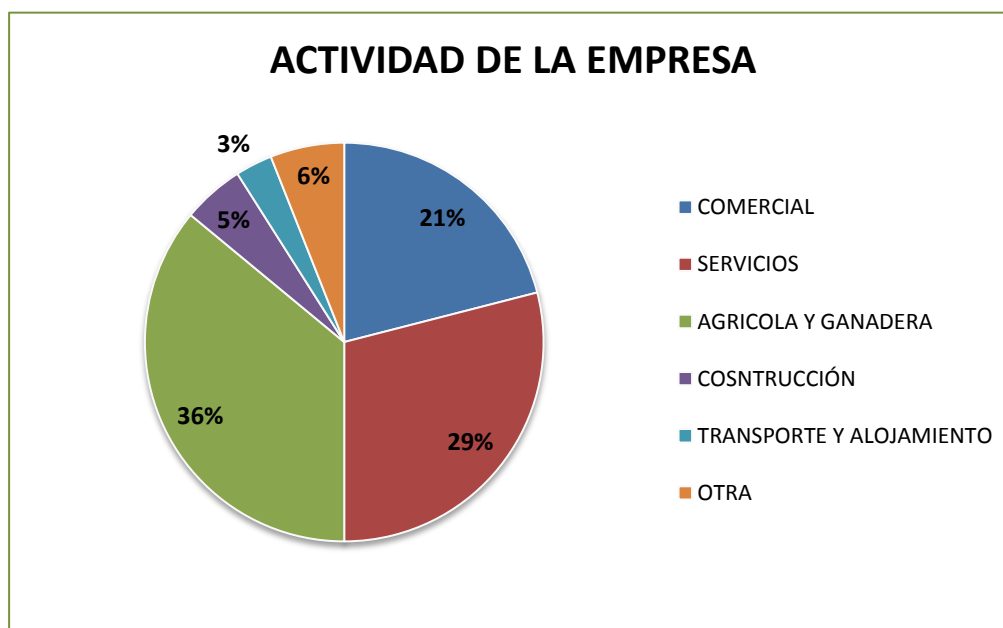
Cuadro N°3

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COMERCIAL	31	21%
SERVICIOS	43	29%
AGRICOLA Y GANADERA	54	36%
CONSTRUCCIÓN	7	5%
TRANSPORTE Y ALOJAMIENTO	5	3%
OTRA	10	6%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

Gráfico N°1



Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

El 36% de los empresarios encuestados en el cantón Santa Rosa tienen una actividad de tipo agrícola y ganadera, un 29% cuentan con empresas de tipo de servicios, dejando un 21% a las empresas de tipo comercial, haciéndonos ver que en el cantón prevalecen las empresas que tienen relación con el sector primario de la economía.

2. De las opciones que se detallan a continuación, indique en que clasificación se encuentra su empresa según el número de trabajadores

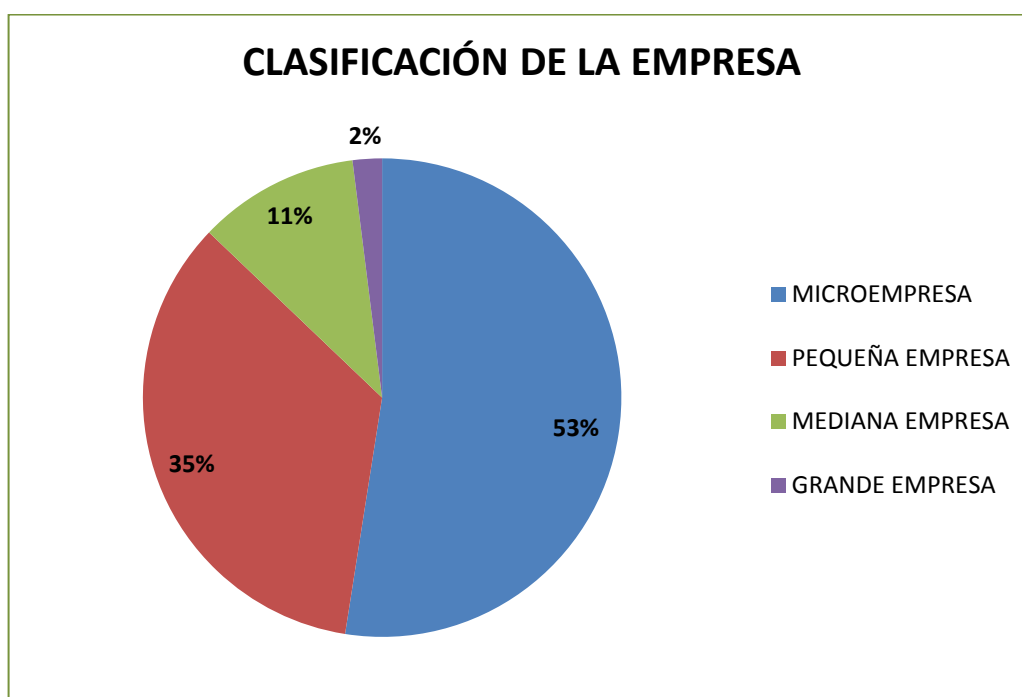
Cuadro N°4

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MICROEMPRESA	80	53%
PEQUEÑA EMPRESA	52	35%
MEDIANA EMPRESA	16	11%
GRANDE EMPRESA	2	2%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

Gráfico N°2



Fuente: Encuesta realizada a la ciudadanía de la ciudad de Machala

Autora: Kelvin Aguirre

El 53% de las empresas existentes en el cantón Santa Rosa se encuentran dentro de la clasificación de microempresas, dado el número de trabajadores que las componen, un 35% corresponde a las pequeñas empresas, mientras un 11% son consideradas como medianas; dejando solamente un 2% a las consideradas como grandes dado su actividad y extensión.

3. ¿Sabe usted qué son las empresas consultoras de asesoramiento empresarial?

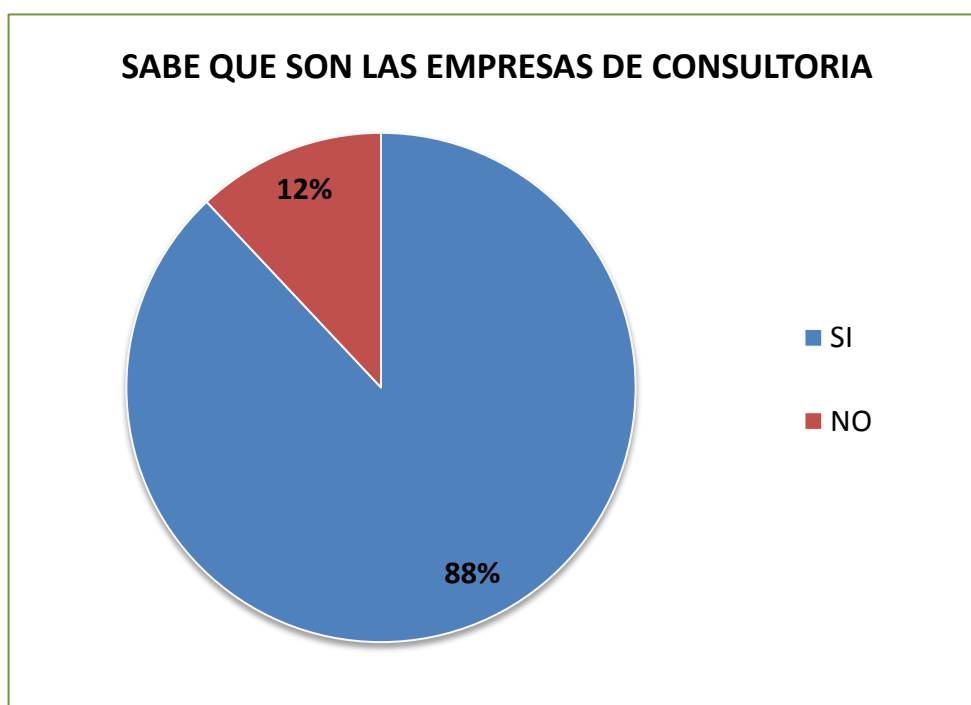
Cuadro N°5

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	132	88%
NO	18	12%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

Gráfico N°3



Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

El 88% de los empresarios del cantón Santa Rosa tienen algún tipo de conocimiento sobre las empresas consultoras de asesoramiento empresarial y el tipo de servicios que ofrecen, mientras el restante 12% de los empresarios carece de los mencionados conocimientos, notándose un gran conocimiento por parte del sector empresarial sobre el tema de estudio.

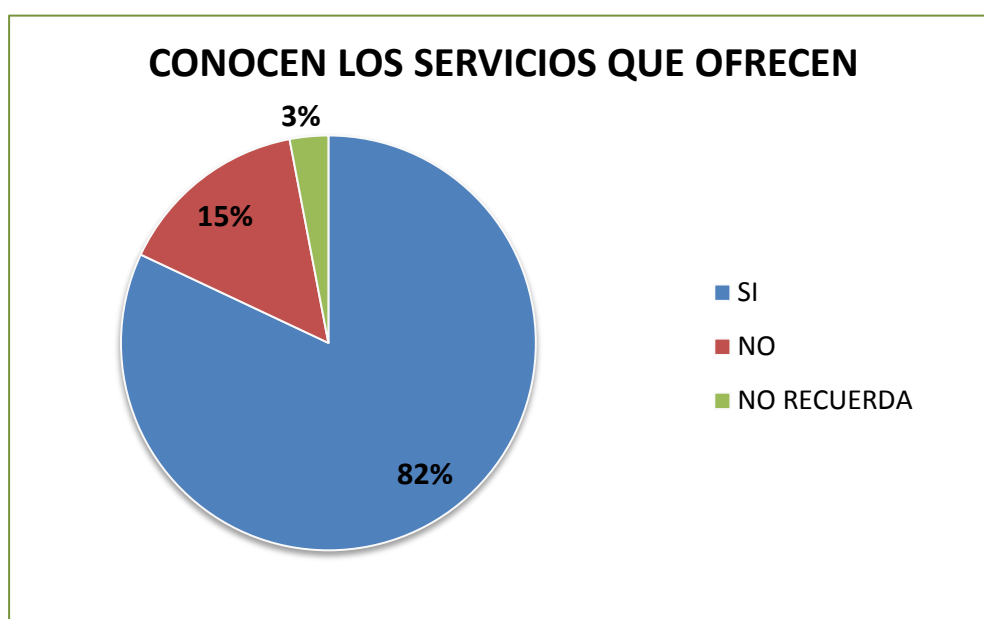
4. ¿Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, indique si conocen los servicios que brindan estas empresas consultoras?

Cuadro N°6

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	109	82%
NO	18	15%
NO RECUERDA	5	3%
TOTAL	132	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa
Autor: Kelvin Aguirre

Gráfico N°4



Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa
Autor: Kelvin Aguirre

Dentro de los empresarios del cantón Santa Rosa que conocen sobre las empresas de asesoramiento empresarial, el 82% de los mismo si conocen los servicios que estas brindan a las personas (empresarios) que desean invertir de forma segura y sin mayor riesgo, mientras el 15% desconoce dichos servicios, más solo mantienen una idea general de lo que son y hacen.

5. ¿Alguna vez ha solicitado los servicios de una empresa consultora de asesoramiento empresarial?

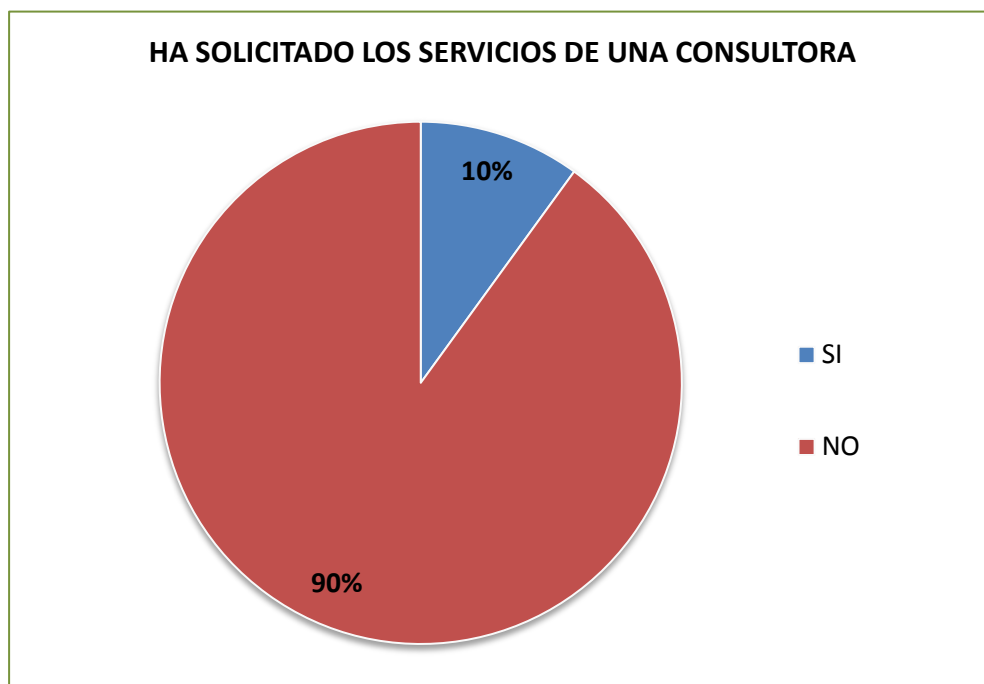
Cuadro N°7

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	10%
NO	135	90%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

Gráfico N°5



Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

Dentro del sector empresarial del cantón Santa Rosa tenemos que el 90% de las empresas existentes no han solicitado los servicios de alguna consultora de asesoramiento empresarial que les permita conocer más a fondo el mercado en el que se desenvuelven, siendo solamente un 10% las empresas que si los han solicitado o requerido en algún momento.

6. Su empresa o negocio cuenta con procedimientos y/o bajo estándares de calidad que ayuden a diversificar el mercado local

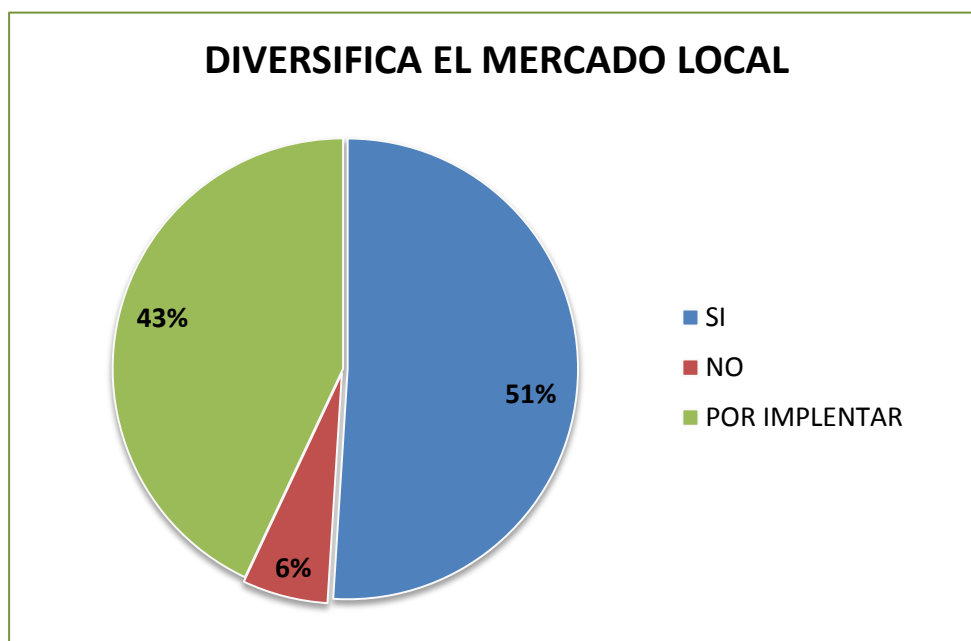
Cuadro N°8

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	76	51%
NO	10	6%
POR IMPLEMENTAR	64	43%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

Gráfico N°6



Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

El 51% del sector empresarial del cantón Santa Rosa cuenta con procedimientos y estándares de calidad que les ayudan a diversificar el mercado local en el cual se desenvuelven, mientras el 43% de los mismos estarían por implementarlos para mejorar la empresa y su funcionamiento; dejando al restante 6% a las empresas que no implementan ningún tipo de medida.

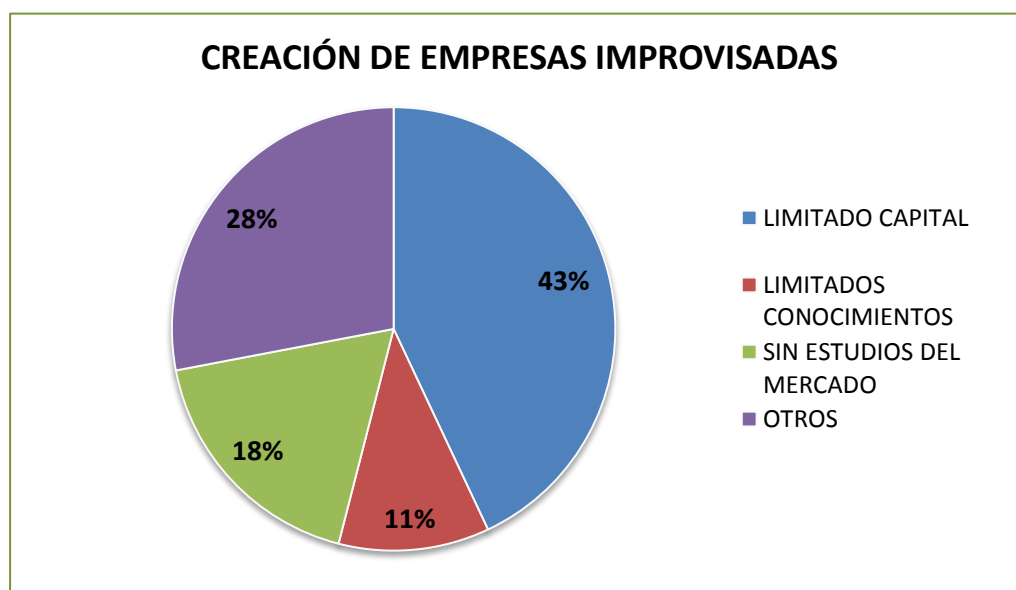
7. ¿A qué cree usted que se deba la creación de empresas improvisadas o poco rentables en el cantón?

Cuadro N°9

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LIMITADO CAPITAL	64	43%
LIMITADOS CONOCIMIENTOS	17	11%
SIN ESTUDIOS DEL MERCADO	27	18%
OTROS	42	28%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa
Autor: Kelvin Aguirre

Gráfico N°7



Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa
Autor: Kelvin Aguirre

El 43% del sector empresarial del cantón Santa Rosa coincide en que uno de los motivos primordiales por las que se crean empresas improvisadas o poco rentables es el limitado capital con el que se cuenta para iniciar, siendo otro motivo las empresas de tipo familiar entre otros con el 28%, siendo un 18% los que coinciden en que las empresas no cuentan con los estudios de mercado necesarios para su creación y/o funcionamiento.

8. Estaría usted dispuesto a contratar los servicios de una empresa consultora para mejorar las falencias que podrían presentársele o para la creación de una.

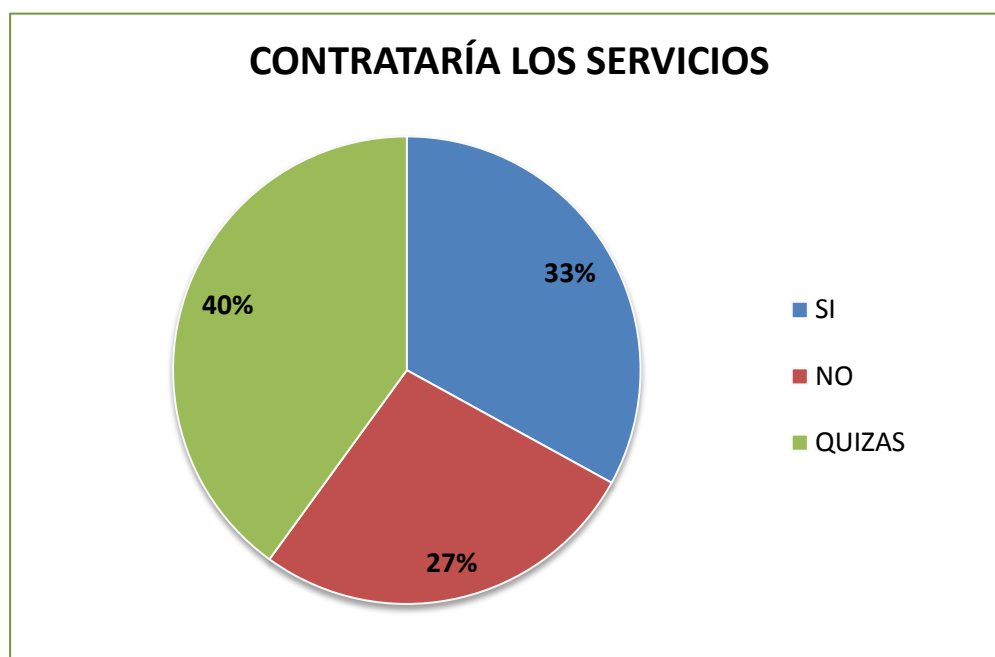
Cuadro N°10

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	50	33%
NO	40	27%
QUIZAS	60	40%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

Gráfico N°8



Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

En el cantón Santa Rosa los empresarios en su mayoría coinciden en que quizás contratarían los servicios de una empresa consultora para prevenir y revertir posibles falencias al interior de las mismas así lo representa el 40%, mientras un 33% si los contratarían dado que reconocen su utilidad, siendo un 27% los que no lo harían.

9. Para la creación o conformación de su empresa, contó usted con la utilización de un plan de negocios.

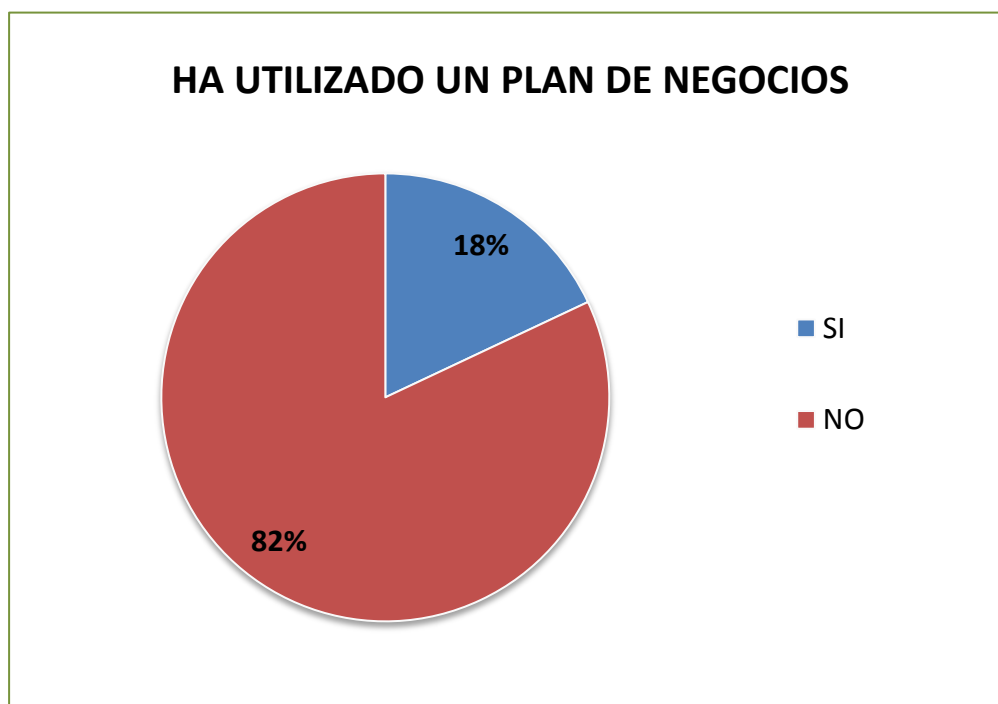
Cuadro N°11

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	23	18%
NO	127	82%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

Gráfico N°9



Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

El 82% de los empresarios del cantón Santa Rosa no utilizó ni contó con un plan de negocios para la conformación de sus empresas respectivamente, siendo solamente improvisadas en su mayoría; mientras el restante 18% son los empresarios que si se decidieron a utilizar dicho plan con bases y estudios técnicos para obtener resultados concretos y favorables.

10. ¿Cómo considera la visión empresarial que tienen los empresarios del cantón Santa Rosa?

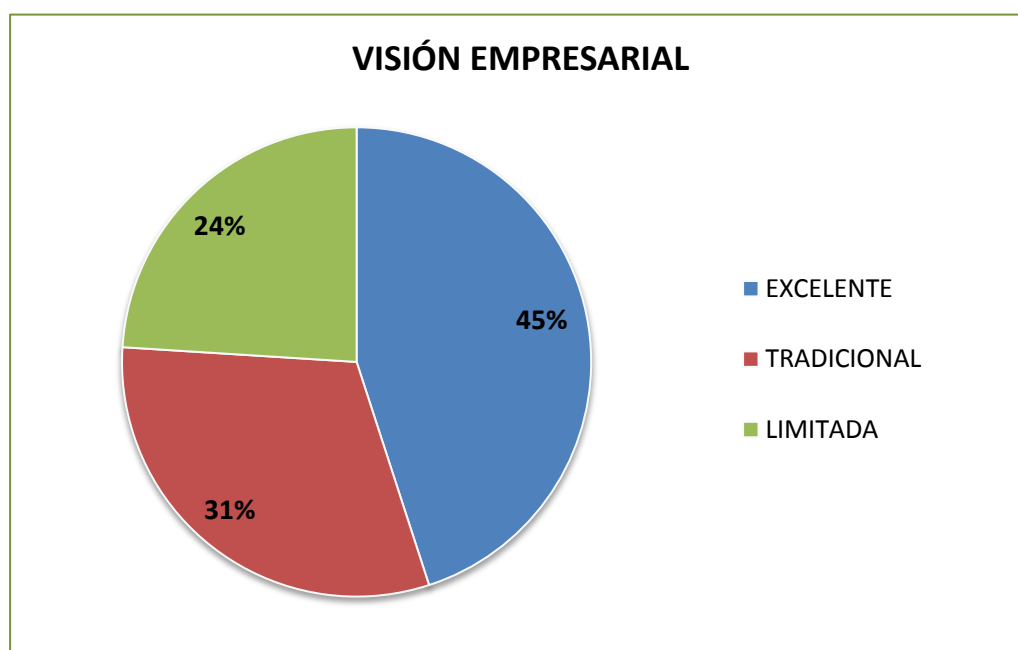
Cuadro N°12

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	68	45%
TRADICIONAL	47	31%
LIMITADA	35	24%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

Gráfico N°10



Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

El 45% de los empresarios del cantón Santa Rosa considera que mantienen una visión empresarial excelente, ya que consideran estar enfocados en sus objetivos planteados, mientras otro grupo representado por el 31% considera que tienen una limitada visión en comparación a otras empresas, dejando solamente al 24% de las empresas con una visión limitada dada la competencia y la carencia de estudios previos para la puesta en inicio de los mismos.

4.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.3.1 CONCLUSIONES

Una vez realizada la presente investigación cuyo tema de estudio fue: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA CONSULTORA ORIENTADA HACIA LA INCURSION DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTON SANTA ROSA, PROVINCIA DE EL ORO PARA EL AÑO 2013.”**^a

las conclusiones que se pudo llegar son las siguientes:

- El limitado asesoramiento a los empresarios del cantón Santa Rosa da como consecuencia la creación de empresas improvisadas ya que no cuentan con una empresa especializada en este tipo de asesorías y soluciones de tipo empresarial que les permitan ver una mejor opción acorde a las exigencias del mercado, permitiéndoles sobresalir, crecer y mantenerse.
- El que las empresas sean poco rentables y con vida útil limitada surge producto de la utilización o empleo de métodos, técnicas y procedimientos poco convencionales, invirtiendo sin mayor conocimiento en actividades sumamente explotadas y con un mercado reducido para empresas nuevas que intentan mantenerse.
- El que un gran grupo de empresas del cantón Santa Rosa se dediquen a realizar actividades monótonas y sin mayor trascendencia o impacto es debido a los limitados conocimientos que mantienen en lo que son y contienen los planes de negocio, ya que estos son una herramienta de gran utilidad para quienes cuentan con capital para invertir con un mínimo riesgo de pérdida al momento de dar marcha a su empresa.
- Un considerable sector empresarial del cantón Santa Rosa sostienen una visión empresarial excelente puesto que conocen y están claros en sus objetivos y metas planteadas al inicio de su actividad comercial; aunque no se puede negar la falta de conocimiento en otra parte del sector quienes mantienen una visión

equivocada y hasta cierto punto errónea de lo que desean y necesitan para mantenerse realizando sus actividades comerciales y/o de servicios.

- Finalmente otra causal para la no creación de una empresa de asesoramiento empresarial es el desconocimiento que tienen los empresarios sobre las verdaderas funciones que están cumpliendo y el rol importante que realizan para dar soluciones integrales e ideas innovadoras para nuevos sectores, atacando directamente a los nichos de mercado poco explotados.

4.3.2 RECOMENDACIONES

En respuesta a las conclusiones anteriormente descritas podemos citar las siguientes recomendaciones, las cuales les permitirán contrarrestar de cierta forma los problemas que se presentan:

- Contar con una empresa consultora que ayude a incursionar a nuevas empresas al mercado es necesario para mejorar el limitado nivel empresarial con el que cuentan los empresarios del cantón Santa Rosa, de esta forma podremos ver cada vez menos a empresas improvisadas que se ven obligadas a cerrar prematuramente en meses debido al escaso conocimiento del mercado en el que se desenvuelven.
- De darse la creación de una empresa de asesoramiento empresarial, la misma debe contar con ideas nuevas que salgan del convencionalismo, con modernos métodos y conocimientos, dejando a un lado esas técnicas ortodoxas y poco tradicionales de administrar una empresa, sabiendo administrar adecuadamente los recursos destinados a la inversión.
- La mejor forma de invertir con un mínimo riesgo de perder dicha inversión es a través de un plan de negocios que ayude al inversor a conocer y saber qué, cómo y cuándo hacerlo, si bien es cierto realizar este tipo de plan es oneroso, también es cierto que los réditos obtenidos del mismo compensan su inversión ya que no es un gasto, error que cometen muchos empresarios al pensar que lo es, sin ni siquiera considerarlo.

- Mantener un excelente o buena visión de lo que se quiere y necesita no basta para llevar adelante a una empresa, se debe también de contar con todas las herramientas que los posibiliten y permitan corregir fallas que puedan presentarse en cualquier instante, de esta forma se complementarían la visión empresarial con herramientas.
- La socialización y/o capacitación al sector empresarial del cantón Santa Rosa es algo inminente para enfocarlos a nuevas ideas de inversión y de cómo pueden generar ganancias de forma segura mediante el asesoramiento de profesionales en el área, conocedores de métodos y técnicas innovadoras; más aun logrando entrar y mantenerse en sectores poco explotados pero de grandes oportunidades.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA CONSULTORA “ASEP S.A.” ORIENTADA A LA INCURSION DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO DEL CANTON SANTA ROSA, PROVINCIA DE EL ORO.

5.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

La presente propuesta abarca varios aspectos, por una parte permite que las empresas del cantón Santa Rosa puedan ser competitivas frente a otras ya existentes, además permiten la generación de nuevos negocios rentables, las cuales se convierten en fuentes de empleo para el sector desempleado del cantón.

Todo ello nace por la carencia de una empresa de asesoramiento empresarial, pudiendo observarse establecimientos de baja proyección y con problemas a futuro producto de los escasos conocimientos que ellos tienen.

5.2.1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa consultora ASEP S.A. inicia sus actividades debido a la necesidad presentada por las nuevas entidades que surgen sin antes haber realizado un estudio de mercado estratégico, impidiendo que los directivos puedan alcanzar con los objetivos trazados, teniendo como consecuencia la desaparición de las mismas en un corto periodo empresarial.

5.2.2 MISION

Aportar a nuestros clientes en su desarrollo y afianzamiento empresarial, buscando su crecimiento rentable y sostenido en el mercado, aportando con servicios de consultoría y capacitación con un equipo de alto nivel en conocimientos empresariales.

5.2.3 VISION

Llegar a ser una entidad líder en consultoría empresarial a nivel nacional e internacional desarrollando estrategias de negocios que apoyen en todo momento al crecimiento y sostenibilidad de su empresa.

5.3 JUSTIFICACIÓN

La propuesta denominada “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA CONSULTORA “ASEP S.A.” ORIENTADA A LA INCURSION DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO DEL CANTON SANTA ROSA, PROVINCIA DE EL ORO”, propone una nueva alternativa para dar asesoramiento directo a los inversores generando empresas rentables.

El sector empresarial de la provincia de El Oro se calcula en unas 7.567 empresas entre públicas y privadas, mismas que podrían acceder a todas las ventajas que ofrece la empresa de asesoramiento empresarial como por ejemplo en qué momento se debe invertir y en qué hacerlo entre otras opciones. Para la realización del mismo se consideró varios aspectos los cuales son la adecuación y mejora de la infraestructura para el funcionamiento de la empresa en Santa Rosa, luego de ello la compra e instalación de los equipos de oficina y computo.

Después de ello se lanzara una campaña publicitaria indicando todos los servicios que brinda esta nueva empresa en la provincia, la misma será difundida por una página web, prensa escrita y radial entre otros. Complementario a todo esto se

capacitara a todas las personas y empresarios en general que deseen posteriormente utilizar los servicios con los que se cuenta.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 OBJETIVO GENERAL

Promover todos los servicios que ofrece la empresa de asesoramiento empresarial a más de contribuir notablemente con el sector empresarial del cantón Santa Rosa y la provincia de El Oro.

5.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover la creación de nuevas e innovadoras empresas en el cantón Santa Rosa
- Orientar, capacitar y asesorar a todos los empresarios que deseen y estén abiertos a ideas nuevas
- Interactuar entre lo que desea el inversor y lo que se puede o no realizar para obtener éxito en el negocio a poner en marcha
- Brindar apoyo y seguridad en todos nuestros servicios al sector empresarial público y privado del cantón y la provincia

5.5 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

EMPRESA DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL: Actúan como un agente auxiliar para las empresas que desean emerger mediante ideas nuevas y rompiendo esquemas de actividades tradicionales; a más de intermediar entre las partes, cuya labor consiste en elaborar planes de negocio y brindar soluciones acertadas para corregir desfases administrativos.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA
CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA

SU OPORTUNIDAD	SU NECESIDAD	SU TEMPORALIDAD	SU DESTINO
Demanda satisfecha	Demanda de bienes/ servicios necesarios	Demanda de bienes	Demanda de bienes/ servicios finales
Demanda insatisfecha	Demanda de bienes/ servicios no necesarios	Demanda pasajera	Demanda de bienes/ servicios intermedios
		Demanda estacional o cíclica	

La demanda para nuestro estudio es de la siguiente forma:

- Por la oportunidad, la demanda es insatisfecha puesto que no existe en el cantón Santa Rosa una empresa de este tipo de actividad
- Por la necesidad, la demanda es de un servicio o bien no necesario, pues los empresarios pueden optar por hacer sus propios estudios y llegar a soluciones
- Por la temporalidad, la demanda es temporal o cíclica pues dependen mucho de cómo se encuentren las demás empresas en el mercado para invertir
- Por el destino, interpretamos que demanda es de servicios o bien finales, dado el contacto directo que existe, así como el asesoramiento directo.

TABLA N°1
TIPOS DE EMPRESAS EN LA PROVINCIA DE EL ORO

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUM.
COMERCIAL	46%	46%
SERVICIOS	21%	67%
AGRICULTURA Y GANADERÍA	12%	79%
CONSTRUCCIÓN	4%	83%
TRANSPORTE Y ALOJAMIENTO	14%	97%
OTRA	3%	100%

TOTAL	100%	
--------------	-------------	--

FUENTE: La encuesta realizada por el autor

ELABORACIÓN: Kelvin Aguirre

TIPOS DE EMPRESAS DEL CANTÓN SANTA ROSA

CRITERIO	PORCENTAJE
COMERCIAL	21%
SERVICIOS	29%
AGRICOLA Y GANADERA	36%
CONSTRUCCIÓN	5%
TRANSPORTE Y ALOJAMIENTO	3%
OTRA	6%

Fuente: Encuesta realizada a los empresarios del cantón Santa Rosa

Autor: Kelvin Aguirre

FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL

Dentro de las fuentes que podrían utilizarse para financiar el proyecto tenemos las siguientes:

- FINANCIAMIENTO PRIVADO
- FINANCIAMIENTO PROPIO
- FINANCIAMIENTO INTERNACIONAL

5.6 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Las inversiones para el proyecto del plan de negocios de una empresa de asesoramiento empresarial en el cantón Santa Rosa comprende el monto de dinero requerido para la instalación; el cual está compuesto por rubros que son: arriendos, maquinaria, otros activos, capital de trabajo entre otros cuyo valor nos da \$ 47.305,00.

CUADRO N°12

INVERSIONES EN DÓLARES PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA “ASEP S.A.”

1	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VxUNIDAD	V TOTAL
A	Arriendo del local		300	3600
	SUBTOTAL EQUIPOS			3600
B	Otros Activos			23.705,00
	Muebles Y Enseres	3.940,00		
	Equipos de Oficina	1.605,00		
	Equipo de computo	2.660,00		
	Vehículos	15.000,00		
	Instalación de Equipos	500.,00		
	TOTAL INVERSION FIJA			27.305,00
2	Capital De Trabajo			20.000,00
	INVERSIÓN TOTAL			47.305,00

5.6.1 ARRIENDO DE LOCAL

La empresa ASEP S.A. comenzará funcionar en una oficina en la zona céntrica de la ciudad de Santa Rosa preparado adecuadamente para las actividades, por lo que se considera un rubro de gasto en dicha inversión. En este local se considera el arriendo del primer año por un valor mensual de \$300 y su valor total seria 3.600,00.

5.6.2 MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS DE OFICINA

Se determinan los siguientes valores para los muebles y enseres que se requieren en la empresa de asesoramiento empresarial ubicada en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro.

CUADRO N°13
OTROS ACTIVOS EN DÓLARES PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA
EMPRESA “ASEP S.A.”

1	MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
	ESCRITORIO	1	300,00	300,00
	SILLÓN GERENCIAL	1	150,00	150,00
	ESCRITORIO CON PORTA CPU DE 3 GABETAS	4	250,00	1.000,00
	SILLA EJECUTIVA	4	90,00	360,00
	ARCHIVADOR METALICO	3	150,00	450,00
	SILLAS INDIVIDUALES	15	25,00	375,00
	PORTAPAPELES	5	15,00	75,00
	JUEGO DE MUEBLES	1	850,00	850,00
	TACHOS DE BASURA	4	5,00	20,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES			3.940,00
2	EQUIPO DE OFICINA			
	DISPENSADOR DE AGUA	1	80,00	80,00
	CENTRAL DE AIRE ACONDICIONADO	1	1.500,00	1.500,00
	TELÉFONO	1	25,00	25,00
	TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA			1.605,00
3	EQUIPO DE COMPUTO			
	LAPTOP HP	1	1.600,00	1.600,00
	IMPRESORA	1	160,00	160,00
	COMPUTADOR DE ESCRITORIO+IMPRESORA/COPIADORA	1	850,00	850,00
	UPS	1	50,00	50,00
	TOTAL EQUIPO DE COMPUTO			2.660,00
4	VEHÍCULO			
	AUTO	1	15.000,00	15.000,00
	TOTAL VEHÍCULO			15.000,00

5.6.3 EQUIPO DE OFICINA

Para empezar a cumplir con las actividades de la empresa ASEP S.A. se adquirirá equipos de oficina que permitan desempeñarse de forma eficiente, los equipos tienen el valor de \$ 1.605,00 USD.

CUADRO N°14
EQUIPOS DE OFICINA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA
“ASEP S.A.”

EQUIPO DE OFICINA			
DISPENSADOR DE AGUA	1	80,00	80,00
CENTRAL DE AIRE ACONDICIONADO	1	1.500,00	1.500,00
TELÉFONO	1	25,00	25,00
TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA			1.605,00

5.6.4 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Para el normal desenvolvimiento de las actividades en la empresa “ASEP S.A se tiene previsto la adquisición de equipos de computación, impresoras, escáner, reguladores de corriente, entre otros equipos, valor que tiene un costo de \$ 2.660,00 USD. (Revisar Cuadro N°13)

5.6.5 VEHÍCULO

Para el mejor funcionamiento de la casa de valores y con la finalidadde facilitar la ejecución de sus actividades, se tiene prevista la adquisiciónde un vehículo cuyo valor ascienda a la cantidad de \$15.000,00. (Revisar Cuadro N°13)

5.6.7 CAPITAL DE OPERACIONES

Nuestro capital de trabajo, se estima de \$20.000,00 el mismo que será destinado para cubrir costos y gastos hasta lograr la generación de ingresos.

CUADRO N°16
CAPITAL DE OPERACIONES

DESCRIPCIÓN		TIEMPO/MESES	TOTAL
MANO DE OBRA DIRECTA	360,00	12	4.320,00

GASTOS DEL DEP. ADMINISTRATIVO	5.923,36	12	15.680,00
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN			20.000,00

5.7 PRESUPUESTO DE INGRESOS, EGRESOS Y COSTOS

5.7.1 INGRESOS

Los ingresos del proyecto de la empresa ASEP S.A .son producto de las ventas del servicio dado por nuestra empresa consultora, estimando su incremento mes a mes y se detalla en el cuadro anualmente. El valor de los ingresos del primer año de operaciones normales asciende a \$80.000,00.

**CUADRO N°17
CUADRO DE INGRESOS**

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTA	80.000	88.000	96.800	106.480	117.128	128.840,80	141.724,88	155.897,37	171.487,11	188.635,82

Elaboración: Kelvin Aguirre

5.7.2 EGRESOS

Los egresos del proyecto son calculados mediante el flujo de caja proyectado, proyectándonos para 10 años.

**CUADRO N°18
CUADRO DE EGRESOS**

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TOTAL EGRESO	2.000,00	2.200,00	2.420,00	2.662,00	2.928,20	3.221,02	3.543,12	3.897,43	4.287,18	4.715,90

Elaboración: Kelvin Aguirre

5.7.3 COSTOS

Los costos que se generan para obtener el servicio final partiendo desde el inicio de las operaciones normales generaran egresos, los costos se detallan de la siguiente forma y cuyo valor asciende a \$4.320,00.

CUADRO N°19
COSTOS DE PRODUCCIÓN DE MANO DE OBRA

DESCRIPCIÓN	MES	V/UNITARIO	V/TOTAL
COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA			
Auxiliar de servicios generales	12	360,00	4.320,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN			4.320,00

Elaboración: Kelvin Aguirre

5.7.4 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos de administración del proyecto que se ha incurrido son sueldos y salarios, mantenimiento, suministros, depreciaciones, etc. cuyo valor incurre \$29.302,51.

CUADRO N°20
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

GASTOS ADMINISTRATIVOS	CANTIDAD	TOTAL MES	TOTAL AÑO
SUELDO INGENIERO	1	600,00	7.200,00
SUELDO ECONOMISTA	1	620,00	7.440,00
SUELDO SECRETARIA	1	354,00	4.248,00
TOTAL DE SUELDOS			18.888,00
DEPRECIACIONES ANUALES			
DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	TOTAL
DEPREC MUEBLES Y ENSERES	4.500,00	10%	450,00
DEPREC EQUIPO DE OFICINA	1.815,00	10%	181,50
DEPREC EQUIPO DE COMPUTO	6.580,00	33,33%	2.193,11
DEPREC VEHÍCULO	15.000,00	20%	3.000,00
TOTAL DEPRECIACION			5.824,61
REPARACIONES Y MANTENIMIENTO			
MUEBLES Y ENSER.	4.500,00	2%	90,00
EQUIPO DE OFICINA	1.815,00	2%	36,30
EQUIPO DE COMPUTO	6.580,00	2%	131,60
VEHÍCULO	15.000,00	2%	300,00
TOTAL			557,90
SUMINISTROS			
ENERGÍA ELÉCTRICA	12	200,00	2.400,00
UTILES DE OFICINA	12	20,00	240,00
UTILES DE ASEO	12	5,00	60,00
BIDONES DE AGUA	48	1,50	72,00
TOTAL DE SUMINISTROS			2.772,00
CAPACITACIÓN DEL PERSONAL			
CURSOS Y SEMINARIOS ANUALES			600,00
TOTAL DE CAPACITACIÓN			600,00
GASTOS GENERALES	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
INTERNET	12	30,00	360,00
AGUA POTABLE	12	25,00	300,00
TOTAL GASTOS GENERALES			660,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			29.302,51

5.7.5 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

A continuación se detalla el estado de situación inicial de la empresa ASEP S.A. del cantón Santa Rosa.

CUADRO N°21
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO	
Caja	3.940,00
Muebles y enseres	1.605,00
Equipo de oficina	2.660,00
Equipo de computo	15.000,00
Vehículo	23.205,00
TOTAL ACTIVO	3.600,00
PASIVO	
TOTAL PASIVO	0,00
PATRIMONIO	
Capital social	19.605,00
TOTAL PATRIMONIO	19.605,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	

Elaboración: Kelvin Aguirre

5.7.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Una vez obtenidos los valores de ingresos por la venta de servicios, gastos de administración y mano de obra directa, elaboramos el estado de pérdidas y ganancias determinando el resultado del ejercicio económico de \$175.057,30 para el primer año. (Ver Anexo N° 5).

5.7.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Nos refleja lo que ocurrirá en el proyecto durante los 10 primeros años de vida útil,
(Ver Anexo N° 6)

5.8 ANÁLISIS FINANCIERO

5.8.1 RENTABILIDAD

➤ Rentabilidad sobre ventas

La rentabilidad sobre las ventas se obtiene al relacionar las utilidades del ejercicio con las ventas del servicio que se brinda. Tenemos como margen de utilidad 35.51% de ventas

CUADRO N°22 RENTABILIDAD SOBRE VENTAS

$\frac{\text{UTILIDAD DEL EJERCICIO}}{\text{VENTAS}} \times 100$ $\frac{28.407,15}{80.000,00} \times 100 = 35,51\%$
--

Elaboración: Kelvin Aguirre

➤ Rentabilidad sobre inversión

El proyecto de implementación de la empresa de asesoramiento empresarial, nos refleja una rentabilidad del 59,45%.

CUADRO N°23 RENTABILIDAD SOBRE INVERSIÓN

$\frac{\text{UTILIDAD DEL EJERCICIO}}{\text{INVERSIÓN TOTAL}} \times 100$ $\frac{28.407,15}{47.780,01} \times 100 = 59,45\%$

Elaboración: Kelvin Aguirre

➤ Periodo de recuperación de capital

El proyecto de implementación de una empresa de asesoramiento empresarial, tiene contemplado recuperar la inversión en un periodo de 20 meses

CUADRO N°24
RENTABILIDAD SOBRE INVERSIÓN

$\frac{\text{INVERSIÓN TOTAL}}{\text{UTILIDAD DEL EJERCICIO}}$
$\frac{47.780,01}{28.407,15} = 1,68 \text{ años}$
$12 \text{ meses} \times 1,33 = 20,18 \text{ meses}$
$30 \text{ días} \times 20,18 = 605 \text{ días}$
Se recuperará la inversión en 20 meses

Elaboración: Kelvin Aguirre

5.8.3 EVALUACIÓN SOCIAL

Con la puesta en marcha de nuestra propuesta se pretende generar plazas de empleo en el cantón Santa Rosa y contribuir así con la disminución de la tasa de desempleo a más de generar un ambiente más competitivo.

Siendo esta una herramienta para aquellos empresarios que desean invertir en la creación de nuevas empresas. En el proyecto propone la creación de un plan de negocios para asesoramiento de las empresas del cantón Santa Rosa y de la provincia de El Oro.

5.9 ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

5.9.1 ORGANIZACIÓN

- **LA EMPRESA**

La empresa de asesoría empresarial ASEP S.A. está orientada para brindar servicios como: asesoría financiera y creación de planes de negocio entre los más destacados para quienes cuentan con capital para ser invertido.

- **IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA**



La imagen corporativa de la empresa de asesoramiento empresarial está compuesta por las siglas “ASEP S.A.”, misma que esta complementada por líneas indicadoras de cómo se puede comportar un producto, marca o servicio en el mercado; siendo esta atractiva para los empresarios.

- **RAZÓN SOCIAL**

SOCIEDAD ANÓNIMA, es la razón social de la empresa ASEM P para poder funcionar en el medio local.

- **NACIONALIDAD**

La empresa tendrá nacionalidad ECUATORIANA, dentro de las leyes y la constitución de la República del Ecuador.

- **DOMICILIO Y OFICINAS**

Cantón: SANTA ROSA

Provincia: EL ORO

- **DURACIÓN**

Se estima un tiempo de 40 años que la empresa dure en el mercado competitivo.

5.9.2 FUNCIONES BÁSICAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Las funciones básicas de la empresa ASEP S.A. estarán regidas por la Superintendencia de Compañías, Cámara de Comercio y los estatutos y reglamentos internos que se rijan en el momento.

El directorio estará conformado por los socios y accionistas de la empresa.

5.9.3 ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA EMPRESA ASEP S.A.

La estructura orgánica de la empresa está compuesta por la Gerencia General en el punto más alto, seguido de cuatro departamentos entre los que constan el departamento administrativo, el departamento legal, el departamento de estudios contables y el departamento de estudios económicos y estadísticos.

Este tipo de organigrama nos muestra una relación cercana entre los mandos más altos y bajos, generando una respuesta inmediata ante cualquier problema que pueda presentarse.

5.9.4 ESTRATEGIAS COMERCIALES DE LA EMPRESA ASEP S.A.

Las estrategias comerciales de la empresa ASEP S.A. son una herramienta clave en toda empresa que desea mantenerse en el mercado, tomando en cuenta que informar, persuadir y recordar son actividades primordiales para mejorar y aumentar su participación.

Por ello, todos los esfuerzos estarán dirigidos a lograr el cumplimiento de todos los objetivos de la empresa, en el cantón Santa Rosa.

Para este caso, las estrategias promocionales estarán compuestas por 3 etapas: la etapa informativa, la etapa persuasiva y la etapa de mantenimiento.

- La primera etapa, tiene como objetivo informar sobre la disponibilidad y características del servicio que ofrece la empresa de asesoramiento empresarial ASEP S.A., para el cual se seleccionaron una serie de estrategias tomando en cuenta las necesidades del mercado empresarial local. Para esta etapa la variable promocional es la publicidad que se le va a realizar a la empresa.
- La segunda etapa tiene como objeto persuadir al mercado meta a utilizar y/o requerir los servicios de la empresa ASEP S.A. a través de las estrategias de publicidad, relaciones públicas y promociones.
- La tercera etapa tiene como finalidad que luego de llegar al crecimiento buscado, mantenerse vigente en el mercado empresarial local a través de los

beneficios en los servicios que ofrecen, por medio del reforzamiento publicitario y de promoción.

5.10 RESULTADOS ESPERADOS

La implementación de una empresa de asesoramiento en el cantón Santa Rosa, contribuirá en buena medida al crecimiento de las empresas que requieren asesoramiento o simplemente en que invertir para obtener excelentes réditos, para ello se pretende:

- Mejoramiento del entorno empresarial y competitivo
- Adopción de nuevas formas para atraer clientes
- Brindar todos los servicios al menos a 250 empresas por año
- Creación de fuentes de empleo en el cantón
- Elevar el nivel empresarial en el cantón y la provincia

BIBLIOGRAFÍA

- ABASCAL ROJAS, FRANCISCO. 2002.** Consumidor, Clientela y Distribución: Estudio Del Consumidor, Análisis y Valoración de la Clientela.: Madrid : ESIC Editorial, 2002, pág. 296.
- ALET, JOSEP. 2011.** Marketing directo e interactivo. *Marketing directo e interactivo.* VALENCIA : ESIC Editorial, 2011, pág. 210. <http://books.google.com.ec>.
- AMAYA DAL BÓ, GISELE ANAHI. 2012.** MONOGRAFIAS.COM. *MONOGRAFIAS.COM.* [En línea] Monografias.com S.A., 19 de FEBRERO de 2012. [Citado el: 6 de NOVIEMBRE de 2013.] <http://m.monografias.com/trabajos44/segmentacion-mercado/segmentacion-mercado3.shtml>. 0222.
- BCE. 2012.** BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.* [En línea] 2012. [Citado el: 22 de NOVIEMBRE de 2013.] <http://www.bce.fin.ec>.
- CAMPIÑA, Gema y FERNÁNDEZ, Ma Jesús. 2009.** Empresa y Administracion. *Empresa y Administracion.* MÉXICO Distrito Federal : Editex, 2009, pág. 289.
- CASTAÑO TAMAYO, RAMON ABEL. 2004.** La publicidad: un freno al desarrollo. Elementos para un juicio crítico sobre la llamada industria publicitaria. *La publicidad: un freno al desarrollo. Elementos para un juicio crítico sobre la llamada industria publicitaria.* MEDELLIN : Universidad De Medellin, 2004.
- DESSLER, Gary. 2009.** *Administración de personal.* s.l. : Pearson Educación, 2009.
- . **2009.** Administración de personal. *Administración de personal.* NAUCALPAN : Pearson Educación, 2009, pág. 728.
- DVOSKIN, Roberto. 2006.** Gustos y preferencias. *Gustos y preferencias.* Buenos Aires : Ediciones Granica S.A., 2006, pág. 325. <http://books.google.com.ec>.
- Estudio del Banano Orgánico.* **CORPEI. 2001.** 2001, CORPEI.
- FERNÁNDEZ-RÍOS, Manuel y C. SÁNCHEZ, José. 2007.** *Eficacia organizacional: Concepto, desarrollo y evaluación.* s.l. : Ediciones Díaz de Santos, 2007. pág. 340 páginas.
- FERRELL y D. Hartline, Michael. 2006.** Estrategia de Marketing. SANTA FÉ COLOMBIA: Cengage Learning Editores,, 2007, pág. 732.
- GARCÍA ECHEVARRÍA, Santiago. 2004.** *Introducción a la economía de la empresa.* Madrid : E 2004. pág. 400 páginas.

- GARCÍA SANCHIDRIÁN, Jesús. 2007.** Motivación: haga que lo hagan. *Motivación: haga que lo hagan*. Madrid : FC Editorial, 2007, pág. 254.
- GARCÍA VALCÁRCEL, IGNACIO. 2001.** CRM: gestión de la relación con los clientes. *CRM: gestión de la relación con los clientes*. Madrid : FC Editorial, 2001, pág. 315.
- GPAO. 2012.** EL ORO. *EL ORO*. [En línea] 2012. [Citado el: 21 de NOVIEMBRE de 2013.] <http://eloro.gob.ec>.
- HAX, Arnoldo y MAJLUF, Nicolas. 2005.** *Estrategias para el liderazgo competitivo: de la visión a los resultados*. Buenos Aires : Ediciones Granica S.A., 2005.
- INEC. 2012.** INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS. *INEC*. [En línea] 2012. [Citado el: 21 de NOVIEMBRE de 2013.] <http://www.inec.gob.ec>.
- JIMÉNEZ ZARCO, Ana Isabel y CALDERÓN GARCÍA, Haydeé. 2004.** Dirección de productos y marcas. *Dirección de productos y marcas*. BARCELONA : Editorial UOC, 2004, pág. 251.
- LÓPEZ, Francisco. 2008.** La empresa, explicada de forma sencilla. *La empresa, explicada de forma sencilla*. CARACAS : PUBLICACIONES UCAB, 2008, pág. 250.
- MARTINEZ GUILLEN, MARIA DEL CARMEN. 2013.** Motivación: La gestión empresarial. *Motivación: La gestión empresarial*. MADRID : Ediciones Díaz de Santos, 2013, pág. 238.
- MONTERO GOMEZ, Catalina. 2007.** Estrategias Para Facilitar la Inserción Laboral a Personas Con Discapacida. *Estrategias Para Facilitar la Inserción Laboral a Personas Con Discapacida*. COSTA RICA : EUNED, 2007, pág. 141.
- OBRADORS BARBA, MATILDE. 2007.** CREATIVIDAD Y GENERACION DE IDEAS. *CREATIVIDAD Y GENERACION DE IDEAS*. VALENCIA : McGRAW - HILL, 2007, pág. 229. <http://books.google.com.ec>.
- ORTIZ, MIGUEL ANGEL y VOLPINI, FEDERICO. 1995.** Diseño de programas en radio. *Diseño de programas en radio*. MADRID : Editorial Paidós, 1995, pág. 198.
- PAZ COUSO, RENATA. 2005.** Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente. *Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. VIGO : Ideaspropias Editorial S.L, 2005, pág. 246.
- ROSALES OBANDO, Jose. 2007.** Gustos y preferencias. *Elementos de Microeconomia*. SAN JOSÉ : EUNED, 2007, pág. 172. <http://books.google.com.ec/>.

- SÁNCHEZ HERRERA, Joaquín y PINTADO BLANCO, Teresa. 2009.** Imagen corporativa. *Iagen Corporativa influencia en la gestión empresarial*. Madrid : ESIC, 2009. <http://books.google.com.ec>.
- SÁNCHEZ, Ma Pilar. 2010.** Comunicacion Empresarial y Atencion al Cliente. [aut. libro] María Pilar SÁNCHEZ. *Comunicacion Empresarial y Atencion al Cliente*. Madrid : Editex, 2010, pág. 186.
- SANTILLÁN, EUGENIO. 2013.** Mercaproyectos. *Mercaproyectos*. [En línea] Mercapro S.A., 8 de ABRIL de 2013. [Citado el: 6 de NOVIEMBRE de 2013.] http://www.mercapro.net/metodologia_radio.html. 000000.
- SILICEO, ALFONSO. 2006.** Capacitación y desarrollo de personal. *Capacitación y desarrollo de personal*. Balderas : Editorial Limusa, 2006.
- URIBE, MARIA JOSEFINA. 2000.** Sistema De Evaluacion De Desempeno: Personal Profesional. *Sistema De Evaluacion De Desempeno: Personal Profesional*. San Jose : IICA, 2000.

ANEXO1

PROBLEMA CENTRAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS CENTRAL
FALTA DE UNA EMPRESA CONSULTORA QUE SE DEDIQUE AL ASESORAMIENTO E INCURSIÓN DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTÓN SANTA ROSA, PROVINCIA DE EL ORO.	Determinar la factibilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa consultora que se dedique al asesoramiento e incursión de nuevas empresas al mercado en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro.	En el cantón Santa Rosa, perteneciente a la provincia de El Oro se puede evidenciar la falta de una empresa consultora de negocios que se dedique al asesoramiento e incursión de nuevas empresas al mercado local.

PROBLEMA CENTRAL, OBJETIVO GENERAL E HIPOTESIS CENTRAL

ANEXO 2
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ECONOMÍA
GUÍA DE OBSERVACIÓN

TEMA DEL PROYECTO:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA CONSULTORA ORIENTADA HACIA LA INCURSION DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTON SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO PARA EL AÑO 2015”

OBJETIVO:

Determinar la factibilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa consultora que se dedique al asesoramiento e incursión de nuevas empresas al mercado en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro.

Después de la observación concerniente se ubicará la evaluación sobre el objeto observado, utilizando el siguiente nivel de valoración.

Suficientes	Regulares	Mínimos	Escasos
4	3	2	1

()

1	Grupo de negocios del cantón Santa Rosa (Asesoramiento empresarial)	4	3	2	1
Sugerencias:.....					

()

2	Grupo de negocios del cantón Santa Rosa (Empresas poco rentables)	4	3	2	1
Sugerencias:.....					

()

3	Superintendencia de Compañías (Proyectos innovadores)	4	3	2	1
Sugerencias:.....					

ANEXO 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA ECONOMÍA

ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRESARIOS DEL CANTÓN DE SANTA ROSA

TEMA DE PROYECTO

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA CONSULTORA ORIENTADA HACIA LA INCURSION DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTON SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO PARA EL AÑO 2015”

OBJETIVO

Determinar la factibilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa consultora que se dedique al asesoramiento e incursión de nuevas empresas al mercado en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro.

DATOS GENERALES

Sector del cantón:..... Tipo de empresa:.....

1 De las siguientes opciones, podría usted indicar a que actividad se dedica su empresa

Comercial Servicios Agrícola y ganadera
Construcción Transporte y alojamiento Otra

2 De las opciones que se detallan a continuación indique en que clasificación se encuentra su empresa según el número de trabajadores

De 1 a 10 Microempresa
De 11 a 20 Pequeña empresa
De 21 a 100 Mediana empresa
Superior a 100 Grande empresa

3 ¿Sabe usted qué son las empresas consultoras de asesoramiento empresarial?

SI NO

4 ¿Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, indique si conoce los servicios que brindan estas empresas consultoras?

SI NO NO RECUERDA

5 **Alguna vez ha solicitado los servicios de una empresa consultora de asesoramiento empresarial**

SI NO

6 **Su negocio o empresa cuenta procedimientos técnicos y/o bajo estándares de calidad que ayuden a diversificar el mercado local**

SI NO POR IMPLEMENTAR

7 **¿A qué cree usted que se deba la creación de empresas improvisadas o poco rentables en el cantón?**

LIMITADO CAPITAL SIN ESTUDIO DEL MERCADO

LIMITADOS CONOCIMIENTOS OTROS

8 **Estaría usted dispuesto a contratar los servicios de una empresa consultora para mejorar las falencias que podría presentar su empresa o para la creación de una**

SI NO QUIZÁS

9 **Para la creación o conformación de su empresa, contó usted con la utilización de un plan de negocios**

SI NO

10 **¿Cómo considera la visión empresarial que tienen los empresarios del cantón Santa Rosa?**

EXCELENTE TRADICIONAL LIMITADA

Gracias por su colaboración...

ANEXO 4
UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ECONOMÍA
GUÍA DE ENTREVISTA
ENTREVISTA APLICADA A UN REPRESENTANTE DE LA
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

TEMA DE PROYECTO

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA CONSULTORA ORIENTADA HACIA LA INCURSION DE NUEVAS EMPRESAS AL MERCADO EN EL CANTON SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO PARA EL AÑO 2015”

OBJETIVO

Determinar la factibilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa consultora que se dedique al asesoramiento e incursión de nuevas empresas al mercado en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro.

Instrucciones:

1. Lea detenidamente cada pregunta, antes de escribir la respuesta.
2. No deje ninguna pregunta sin responder.

Gracias por su Colaboración

DATOS INFORMATIVOS:

NOMBRE DEL ENTREVISTADO:.....

FUNCIÓN O CARGO QUE DESEMPEÑA:

LUGAR:.....

- 1 Cree usted que sea factible la puesta en funcionamiento de una empresa consultora en la provincia de El Oro, específicamente en Santa Rosa

.....
.....
.....

- 2 Cómo ve el nivel empresarial en el cantón Santa Rosa, dado el gran número de empresas improvisadas que existen

.....
.....
.....

3 A que atribuiría usted el por qué los empresarios de la provincia no cuenten con planes de negocios al momento de querer poner en marcha un negocio

.....
.....
.....

4 Independientemente de si sea o no factible la puesta en funcionamiento de una empresa consultora en el cantón Santa Rosa, ¿Cree usted que los dueños y/o administradores de las empresas del cantón utilizarían los servicios de esta?

.....
.....
.....

5 ¿Cuál cree usted que sea el motivo por el cual aún no sea haya creado y puesto en funcionamiento una empresa consultora de asesoramiento empresarial en el cantón?

.....
.....
.....



ANEXO 5
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTA	80.000,00	88.000,00	96.800,00	106.480,00	117.128,00	128.840,80	141.724,88	155.897,37	171.487,10	188.635,82
COSTO DE PROD.	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99	5.513,54	5.789,21	6.078,67	6.382,61	6.701,74
M.O.D.	3.000,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99	5.513,54	5.789,21	6.078,67	6.382,61	6.701,74
UTILIDAD BRUTA	77.000,00	83.464,00	92.037,20	101.479,06	111.877,01	123.327,26	135.935,67	149.818,69	165.104,50	181.934,08
GASTOS OPERAC.(-)	29.302,51	29.302,51	29.302,51	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40
GASTOS ADMIN.	29.302,51	29.302,51	29.302,51	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40
GASTOS FINANC.										
UTIL. BRUTA A/P	47.697,49	54.161,49	62.734,69	74.369,66	84.767,61	96.217,86	108.826,27	122.709,29	137.995,10	154.824,68
15% PART. TRAB.	7154,62	8124,22	9410,2	11155,45	12715,14	14432,68	16323,94	18406,39	20699,26	23223,7
UTIL. A. IMP/RENTA	40.542,87	46.037,27	53.324,49	63.214,21	72.052,47	81.785,18	92.502,33	104.302,90	117.295,83	131.600,98
25% IMP. A RENTA	10.135,72	11.509,32	13.331,12	15.803,55	18.013,12	20.446,30	23.125,58	26.075,73	29.323,96	32.900,24
EGRESOS	2.000,00	2.200,00	2.420,00	2.662,00	2.928,20	3.221,02	3.543,12	3.897,43	4.287,18	4.715,90
UTILIDAD DEL EJERCICIO	28.407,15	32.327,95	37.573,36	44.748,66	51.111,15	58.117,87	65.833,62	74.329,74	83.684,70	93.984,84



ANEXO 6
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTA	80.000,00	88.000,00	96.800,00	106.480,00	117.128,00	128.840,80	141.724,88	155.897,37	171.487,10	188.635,82
COSTO DE PROD.	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99	5.513,54	5.789,21	6.078,67	6.382,61	6.701,74
M.O.D.	3.000,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99	5.513,54	5.789,21	6.078,67	6.382,61	6.701,74
UTILIDAD BRUTA	77.000,00	83.464,00	92.037,20	101.479,06	111.877,01	123.327,26	135.935,67	149.818,69	165.104,50	181.934,08
GASTOS OPERAC.(-)	29.302,51	29.302,51	29.302,51	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40
GASTOS ADMIN.	29.302,51	29.302,51	29.302,51	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40	27.109,40
UTIL. BRUTA A/P	47.697,49	54.161,49	62.734,69	74.369,66	84.767,61	96.217,86	108.826,27	122.709,29	137.995,10	154.824,68
15% PART. TRAB.	7154,62	8124,22	9410,2	11155,45	12715,14	14432,68	16323,94	18406,39	20699,26	23223,7
UTIL. A. IMP/RENTA	40.542,87	46.037,27	53.324,49	63.214,21	72.052,47	81.785,18	92.502,33	104.302,90	117.295,83	131.600,98
25% IMP. A RENTA	10.135,72	11.509,32	13.331,12	15.803,55	18.013,12	20.446,30	23.125,58	26.075,73	29.323,96	32.900,24
EGRESOS	2.000,00	2.200,00	2.420,00	2.662,00	2.928,20	3.221,02	3.543,12	3.897,43	4.287,18	4.715,90
UTILIDAD DEL EJERCICIO	28.407,15	32.327,95	37.573,36	44.748,66	51.111,15	58.117,87	65.833,62	74.329,74	83.684,70	93.984,84
SALDO INICIAL	14.203,58	16.163,98	18.786,68	22.374,33	25.555,58	29.058,94	32.916,81	37.164,87	41.842,35	46.992,42
DEPRECIACIONES	5.824,61	5.824,61	5.824,61	3.621,50	3.621,50	3.621,50	3.621,50	3.621,50	3.621,50	3.621,50
SALDO FINAL	20.028,19	21.988,59	24.611,29	25.995,83	29.177,08	32.680,44	36.538,31	40.786,37	45.463,85	50.613,92



ANEXO 7
ESTADO DESITUACIÓN FINAL PROYECTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Caja	19.885,01	19.885,01	22.629,57	26.301,35	31.324,06	35.777,81	40.682,51	46.083,53	52.030,82	58.579,29	65.789,39
Muebles y enseres	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
- Depreciación de muebles y enseres		-450	-900	-1.350,00	-1.800,00	-2.250,00	-2.700,00	-3.150,00	-3.600,00	-4.050,00	-4.500,00
Equipo de oficina	1.815,00	1.815,00	1.815,00	1.815,00	1.815,00	1.815,00	1.815,00	1.815,00	1.815,00	1.815,00	1.815,00
- Depreciación de equipo de oficina		-181,5	-363	-544,5	-726	-907,5	-1.089,00	-1.270,50	-1.452,00	-1.633,50	-1.815,00
Equipo de computo	6.580,00	6.580,00	6.580,00	6.580,00	6.580,00	6.580,00	6.580,00	6.580,00	6.580,00	6.580,00	6.580,00
- Depreciación de equipo de computo		-2.193,11	-4.386,22	-6.580,00	-6.580,00	-6.580,00	-6.580,00	-6.580,00	-6.580,00	-6.580,00	-6.580,00
Vehículo	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
- Depreciación de vehículo		-3.000,00	-6.000,00	-9.000,00	-12.000,00	-15.000,00	-15.000,00	-15.000,00	-15.000,00	-15.000,00	-15.000,00
TOTAL ACTIVO	47.780,01	41.955,40	38.875,35	36.721,85	38.113,06	38.935,31	43.208,51	47.978,03	53.293,82	59.210,79	65.789,39
PASIVO											
Arriendo por Pagar	3600,00	3960,00	4356,00	4791,60	5270,76	5797,84	6377,62	7015,38	7716,92	8488,61	9337,47
Impuesto a la renta		10135,72	11509,32	13331,12	15803,55	18013,12	20446,30	23125,58	26075,73	29323,96	32900,24
TOTAL PASIVO	3600,00	14095,72	15865,32	18122,72	21074,31	23810,96	26823,92	30140,96	33792,65	37812,57	42237,71
PATRIMONIO											
Capital social	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Utilidad del Ejercicio		28.407,15	32.327,95	37.573,36	44.748,66	51.111,15	58.117,87	65.833,62	74.329,74	83.684,70	93.984,84
Utilidad del Acumulada		-	28.407,15	60.735,10	98.308,46	143.057,12	194.168,27	252.286,14	318.119,76	392.449,50	476.134,20
TOTAL PATRIMONIO	44.180,01	32.007,15	35.927,95	41.173,36	48.348,66	54.711,15	61.717,87	69.433,62	77.929,74	87.284,70	97.584,84
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	47.780,01	46.102,87	51.793,27	59.296,08	69.422,97	78.522,11	88.541,79	99.574,58	111.722,39	125.097,27	139.822,55

[Imprimir](#)[Cerrar](#)**Fwd: [Urkund] 9% de similitud - kelvin_1610@hotmail.com**

De: **Jorge guido Sotomayor pereira** (jsotomayor@utmachala.edu.ec)
Enviado: miércoles, 18 de mayo de 2016 10:43:49
Para: kelvin_1610@hotmail.com

----- Mensaje reenviado -----

De: <report@analysis.arkund.com>
Fecha: 25 de junio de 2015, 22:27
Asunto: [Urkund] 9% de similitud - kelvin_1610@hotmail.com
Para: jsotomayor@utmachala.edu.ec

Documento(s) entregado(s) por: kelvin_1610@hotmail.com
Documento(s) recibido(s) el: 26/06/2015 5:17:00
Informe generado el 26/06/2015 5:27:35 por el servicio de análisis documental de Urkund.

Mensaje del depositante: Buenas noches Economistas disculpe nuevamente le envio el trabajo ya corregidole agradezco de antemano por su tiempo y ayuda disculpe tantas molestias.

Saludos Cordiales

Kelvin Aguirre



Documento : KELVIN_TESIS....docx [D14903594]

Alrededor de 9% de este documento se compone de texto más o menos similar al contenido de 77 fuente(s) considerada(s) como la(s) más pertinente(s).

La más larga sección comportando similitudes, contiene 243 palabras y tiene un índice de similitud de 97% con su principal fuente.

TENER EN CUENTA que el índice de similitud presentado arriba, no indica en ningún momento la presencia demostrada de plagio o de falta de rigor en el documento.

Puede haber buenas y legítimas razones para que partes del documento analizado se encuentren en las fuentes identificadas.

Es al corrector mismo de determinar la presencia cierta de plagio o falta de rigor averiguando e interpretando el análisis, las fuentes y el documento original.

Haga clic para acceder al análisis:

<https://secure.arkund.com/view/14926820-618349-826839>