



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS
CARRERA DE ECONOMÍA AGROPECUARIA**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA EN
PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS MIPYMES
DE LA CIUDAD DE MACHALA**

ALDO FIDENCIO PINEDA GUZMÁN

2014



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS
ESCUELA DE ECONOMÍA AGROPECUARIA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN SOMETIDO A LA CONSIDERACION
DEL H. CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
AGROPECUARIAS COMO REQUISITO PREVIO PARA OPTAR EL
GRADO DE**

ECONOMISTA AGROPECUARIO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA EN PROYECTOS DE
INVERSIÓN PARA LAS MIPYMES DE LA CIUDAD DE MACHALA**

AUTOR

ALDO FIDENCIO PINEDA GUZMÁN

DIRECTOR

ECON. LUIS FELIPE BRITO GAONA MG.SC.

2014

CERTIFICACIÓN

Esta tesis ha sido aceptada en la forma presente por el tribunal de grado nominado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Técnica de Machala como requisito para optar al grado de:

ECONOMISTA AGROPECUARIO

Econ. Agrop. Luis Brito Gaona Mg. Sc., Director

Dr. Iván Ramírez Morales Mg. Sc., Miembro

Econ. Marlon Villacis Mosquera Mg. Sc., Miembro

La responsabilidad de esta investigación, resultados y conclusiones del presente trabajo, pertenece exclusivamente a su autor.

Aldo Fidencio Pineda Guzmán

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a las personas que amo con mi vida, mis padres Segundo Pineda y Yolanda Guzmán, mi hermano Cristhian Pineda por ser el motor principal para terminar mis estudios, por todo el sacrificio que hicieron, por su amor incondicional brindado en todo momento; el resultado de este esfuerzo es para ustedes.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Machala por haberme acogido como estudiante, por la formación continua y la calidez de su entorno, en especial a todos los que trabajan en la Facultad de Ciencias Agropecuaria.

A mi Director de Tesis el Econ. Luis Brito Gaona por su tiempo dedicado a este trabajo, al Dr. Iván Ramírez Morales, Econ. Mayiya Gonzales, Ing. Jorge Cun, Dr. Armando Álvarez, Ing. Rommel López y a los demás por ser la motivación dentro y fuera de las aulas, por todo el esfuerzo brindado, por la paciencia que tuvieron cuando me sentía confundido, por los conocimientos impartidos y sobre todo por la amistad que me brindaron.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS

**ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO Y TRABAJOS DE
TITULACIÓN**

Consigo con el presente escrito la sesión de los derechos de Tesis de grado/ Trabajo de Titulación, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA

Por sus propios derechos y en calidad de Director de tesis el Econ. Luis Brito Gaona Mg. Sc., y el tesista Sr. Aldo Fidencio Pineda Guzmán, por sus propios derechos, en calidad de Autor de Tesis.

SEGUNDA

El tesista Sr. Aldo Fidencio Pineda Guzmán, realizó la Tesis Titulada “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA EN PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS MIPYMES DE LA CIUDAD DE MACHALA**”, para optar por el título Economista agropecuario, en la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Técnica de Machala. Bajo la dirección del docente, Econ. Luis Brito Gaona Mg. Sc., es política de la Universidad que la tesis de grado aplique y materialice en beneficio de la colectividad.

Las competencias del Econ. Luis Brito Gaona, Mg. Sc., como Director de Tesis y el tesista Sr. Aldo Fidencio Pineda Guzmán, como autor de la misma, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos de Tesis de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Técnica de Machala y conceden autorización para que la Universidad pueda utilizar esta Tesis en su favor y/o de la colectividad, sin reserva alguna.

APROBACIÓN

Las partes declaran que reconocen expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de Derechos.

Para constancia suscriben la presente Cesión de Derechos en la ciudad de Machala a los días del mes de del 2014.

Econ. Luis Brito Gaona Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

Sr. Aldo Fidencio Pineda Guzmán.
AUTOR

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINAS
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Problema científico	1
1.2. Problemática	1
1.3. Justificación	2
1.4. Objetivos	2
1.4.1. Objetivo general	2
1.4.2. Objetivo específico	2
2. REVISIÓN DE LITERATURA	3
2.1. Características de las MIPYMES	3
2.2. Tipos de empresas	4
2.3. Sectores de la actividad económica	4
2.4. Regulación de las MIPYMES en el Ecuador	6
2.5. Las MIPYMES y criterios para su clasificación	7
2.6. Situación de las MIPYMES en el cantón Machala	8
2.7. Empresa consultora y asesora de proyectos	9
2.8. Proyectos de inversión	10
2.8.1. Etapas de un proyecto de inversión	10
2.8.1.1. Idea del negocio o del proyecto	11
2.8.1.2. Análisis del entorno	12
2.8.1.3. Formulación del proyecto	13
2.8.1.4. Evaluación financiera del proyecto	14
2.8.1.5. Ejecución del proyecto	14
2.8.1.6. Gerencia del proyecto	14
2.9. Fundamentación legal	14
2.9.1. Constitución política del Ecuador vigente año 2008	16
2.9.2. Codificación de la ley de consultoría-febrero 2006	17
2.9.2.1. De los consultores	17
2.9.2.2. De los contratos de consultoría	18
2.9.3. Asociación de compañías consultoras del Ecuador 2004	19
2.9.4. Ley de compañías vigente	19
2.9.4.1. De la compañía anónima	20
2.9.4.2. De la fundación de la economía	21
2.9.4.3. Del capital y las acciones	21
2.10. Indicadores económicos	21
3. MATERIALES Y MÉTODOS	22
3.1. Materiales	22
3.1.1. Ubicación	22
3.1.2. Ubicación geográfica	22
3.1.3. Población y muestra	23
3.1.4. Diseño de la investigación	23

3.1.5.	Fuentes de datos	23
3.1.6.	Materiales de campo y oficina	23
3.1.7.	Variables	24
3.1.8.	Medición de las variables	24
3.1.8.1.	Disponibilidad del recurso capital	24
3.1.8.2.	Costos de producción	24
3.1.8.3.	Evaluación financiera	24
3.1.8.4.	Mercados	24
3.1.8.5.	Rentabilidad	25
3.2.	Métodos	25
3.2.1.	Encuesta	25
3.2.2.	Análisis bibliográfico	25
3.2.3.	Análisis estadístico	25
3.2.4.	Análisis económicos	25
3.2.4.1.	Índice de rentabilidad	26
3.2.4.2.	Punto de equilibrio	26
3.2.5.	Criterio de evaluación	26
3.2.5.1.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	26
3.2.5.2.	Valor Actual Neto (VAN)	27
4.	RESULTADOS	28
4.1.	Mercado	28
4.1.1.	Cuál es la edad del propietario	28
4.1.2.	Cuál es su nivel de instrucción académica	29
4.1.3.	Tiempo que tiene su negocio en marcha	29
4.1.4.	Cuál fue el inicio de superficie del negocio	30
4.1.5.	Ha invertido o mejorado en su negocio en los últimos 3 años	30
4.1.6.	Ha recibido alguna ayuda pública o privada	31
4.1.7.	Utiliza alguna herramienta tecnológica	31
4.1.8.	Este local comercial es	32
4.1.9.	Cuantos empleados mantiene se empresa	32
4.1.10.	En promedio cuanto es el valor de su activo	33
4.1.11.	Como se encuentra actualmente su negocio	33
4.1.12.	Su empresa utiliza proyectos para mejorar sus ventas	34
4.1.13.	Tiene conocimiento de empresas consultoras existente en la ciudad	34
4.2.	Costos de producción	36
4.2.1.	Estudio técnico	36
4.2.2.	Presentación	37
4.2.3.	Naturaleza del proyecto	37
4.2.3.1.	Descripción del negocio	38
4.2.3.2.	Características de la empresa	39
4.2.4.	Ubicación y tamaño de la empresa	39
4.2.4.1.	Ubicación de la empresa	39
4.2.4.2.	Tamaño de la empresa	39
4.2.4.3.	Diseño de la oficina	40
4.2.5.	Misión	41
4.2.6.	Visión	41
4.2.7.	Objetivos de la empresa	41

4.2.7.1.Objetivos a largo plazo	41
4.2.7.2.Objetivos a mediano plazo	41
4.2.7.3.Objetivos a corto plazo	41
4.2.8. Organización empresarial	41
4.2.8.1.Estructura organizacional	42
4.2.8.2.Organigrama de la empresa	43
4.2.9. Áreas de la consultora	43
4.2.9.1.Gerencia general	43
4.2.9.2.Asistente administrativa	43
4.2.9.3.Asesoría empresarial	43
4.2.9.4.Asesoría legal	43
4.2.9.5.Departamento de marketing	44
4.2.9.6.Asistente de mercado	44
4.2.10. Funciones y perfiles de puestos	44
4.2.10.1.Gerente general	44
4.2.10.2.Asistente administrativo	45
4.2.10.3.Asesor empresarial	46
4.2.10.4.Asesor jurídico	46
4.2.10.5.Gerente de marketing	47
4.2.10.6.Asistentes de mercado	47
4.2.11. Servicio	47
4.2.11.1.Especificaciones del servicio que ofrece la empresa	49
4.2.12. Proceso de asesoría	49
4.2.13. Activo fijos tangibles	50
4.2.14. Activos diferidos	50
4.2.15. Gastos de servicios básicos y mantenimiento	50
4.2.16. Suministros de oficina	51
4.2.17. Gastos administrativos	52
4.2.18. Gastos de ventas	52
4.3.Disponibilidad de recurso capital	53
4.4.Evaluación Financiera-Económica	53
4.4.1. Inversión total del proyecto	53
4.4.2. Estructura del financiamiento	54
4.4.3. Fuentes y usos	55
4.4.4. Ingresos y Costos del proyecto	55
4.4.4.1.Gastos financieros	56
4.4.4.2.Ingresos del proyecto	56
4.4.4.3.Proyección de ingresos	57
4.4.4.4.Estado de situación inicial	57
4.4.4.5.Estado de resultados	57
4.4.4.6.Flujo de caja	58
4.4.5. Criterios de evaluación financiera	58
4.4.5.1.Valor actual neto	58
4.4.5.2.Tasa interna de retorno	59
4.5.Rentabilidad	59
4.5.1. Índices de rentabilidad	59
4.5.2. Punto de equilibrio	61

5. CONCLUSIONES	64
6. RECOMENDACIONES	65
7. RESUMEN	66
8. SUMMARY	67
9. BIBLIOGRAFÍA	68

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadros	Página
1. Tipos de Empresas	4
2. Clasificación Internacional Industrial Uniforme	5
3. Clasificación de empresas según su tamaño	7
4. Activos fijos	49
5. Activos diferidos	50
6. Gastos servicios básicos y mantenimiento	50
7. Suministros de oficina	51
8. Gastos administrativos	51
9. Gastos de venta	52
10. Capital de trabajo	52
11. Total de inversión	53
12. Financiamiento	53
13. Fuentes y usos	54
14. Gastos Financieros	55
15. Ingresos del proyecto	56
16. Proyección de gastos	56
17. Estado de situación inicial	57
18. Estado de resultados	57
19. Flujo de caja	58
20. Valor Actual Neto	58
21. Tasa Interna de Retorno	59
22. Punto de equilibrio, Proyectos de inversión	61
23. Punto de equilibrio, Estudios de mercado	61
24. Punto de equilibrio, Asesoría Empresarial	62
25. Punto de equilibrio, Estudios financieros	62
26. Punto de equilibrio, Capacitaciones	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras	Página
1. Edad del propietario	28
2. Nivel de instrucción académica de los propietarios	29
3. Tiempo de negocio en funcionamiento	29
4. Superficie del negocio de las MIPYMES	30
5. Inversiones realizadas por las MIPYMES	30
6. Ayuda pública o privada	31
7. Utilización de herramientas tecnológicas	31
8. Situación de dependencia del local	32
9. Número de empleados	32
10. Promedio del valor de los activos	33
11. Situación actual de las MIPYMES	33
12. Proyectos para mejorar las ventas	34
13. Existencia de consultorías de proyectos	34
14. Ubicación de las oficinas	40
15. Organigrama de la empresa	42

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PROBLEMA CIENTÍFICO

Las MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas) tienen un gran potencial para impulsar el desarrollo económico de un país, el presente proyecto de titulación se planteó como hipótesis la siguiente:

Una empresa consultora y asesora de proyectos de inversión es factible para las MIPYMES de la ciudad de Machala.

1.2. PROBLEMÁTICA

Al considerar el papel de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) en la economía de los países emergentes, se destaca su papel como eje dinamizador y creador de empleo directo; esta realidad no es ajena al Ecuador, se constata que la contribución de las MIPYMES en el PIB no petrolero es del 25% y la generación de mano de obra bordea el 79% de la PEA (EKOS 2012); pero pese a esto el estudio detallado que muestre sus características, necesidades y fortalezas es aún extraño y poco sistematizado en nuestro medio.

El contexto actual se caracteriza por restricciones en la obtención de un crédito, aun habiendo fondos disponibles. Las MIPYMES necesitan del crédito para sostener sus inversiones en activos fijos, en el capital de trabajo y así poder generar fuentes de empleo, pero muchas veces se les dificulta obtenerlo por la poca información disponible, al momento de no tener acceso a un crédito en el sistema financiero, esto limita su acción de crecer organizacional, económica y geográficamente.

El servicio de consultoría es un trabajo que tiene complejidad por el hecho de que este servicio está directamente relacionado con las situaciones concretas y reales, con la búsqueda de soluciones que resulten ser las adecuadas, las más factibles para que los resultados sean óptimos. Es de gran importancia que las empresas entiendan la esencia

del servicio y se comprenda que a la final son ellos quienes van a ser los responsables de la efectividad de cada solución que los consultores hayan definido, el compromiso para el mejoramiento tiene que venir de las dos partes.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación determinó la factibilidad de una empresa consultora y asesora de proyectos de inversión para las MIPYMES de la ciudad de Machala, que permita el desarrollo y fortalecimiento económico de las empresas asesoradas.

Es oportuno para las MIPYMES del sector, el aporte de una empresa de consultoría y asesoría de proyectos de inversión para el acceso a los créditos, el cual ofrezca alternativas de inversión, elaboración de proyectos y toma de decisiones, contribuyendo al progreso económico-social de la ciudad de Machala, por medio de las consultoras se permitirá que los clientes y visitantes identifiquen y aprovechen las oportunidades que les ofrece un mercado globalizado y contrarresten de manera efectiva las amenazas de su entorno.

Las MIPYMES tienen muchas debilidades para establecerse en el mercado debido a la falta de conocimientos o al mal asesoramiento al momento de emprender un negocio, para ello se propone un lugar donde puedan tener el asesoramiento profesional, donde sus inversiones sean seguras y sobre todo genere empleo para la localidad.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa consultora y asesora en proyectos de inversión para las MIPYMES de la ciudad de Machala.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una evaluación de mercado de las MIPYMES de la ciudad de Machala.
- Elaborar un análisis financiero para la creación de la empresa consultora.
- Efectuar un análisis económico para la creación de la empresa consultora.

2. REVISIÓN DE LITERATURA

1.5. CARACTERÍSTICAS DE LAS MIPYMES

El término MIPYME constituye el acrónimo de “micro, pequeña y mediana empresa” usado tan frecuentemente que se considera un nombre común y como tal se escribe con letra minúscula inicial. Cuando es plural, se acompaña el termino del artículo “las” y se conserva la condición del acrónimo en singular: “las MIPYME” (Cabrera, de la Cuadra et al 2009).

El mundo de las pequeñas empresas abarca casi todas las propiedades individuales y asociaciones, así como un gran porcentaje de corporaciones. Aquí se encuentra la gran mayoría de de las empresas que vemos en las páginas amarillas del directorio telefónico, la gran preponderancia de las cultivos agrícolas, innumerables tiendas familiares pequeñas, restaurantes, hoteles, cines, tintorerías, farmacias, tiendas, quizás el 90% de todas las empresas comerciales de nuestro país. (WBCSD, 2007).

Graue (2006), indica que las empresas son unidades económicas de producción, dedicadas a las actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios. Su objetivo depende del sistema de organización económica en la que se halle inmersa y en un sistema de economía de mercado, el fin de la empresa consiste en la obtención del máximo beneficio o lucro.

Definiendo las competencias en términos de saberes: saber-cómo, donde, cuando, quién y qué; aplicando a actividades de transacción como de coordinación. El funcionamiento de la empresa es determinada por la interdependencia entre conocimiento y la competencia en las actividades de coordinación, transacción y producción (Hernández, 2010).

Otro aspecto que influyó en este cambio de percepción y configuración surge por el agotamiento del modelo de organización empresarial de tipo Fordista-Taylorista de gran escala, administrado verticalmente y basado en la producción en serie, nacido con la revolución industrial inglesa del siglo XVIII, y que dura hasta la década de los 50. Está

forma de producción se sustituyó, más o menos rápido dependiendo del país o región, por un modelo de “especialización flexible”_basado en empresas de menor tamaño y densas redes empresariales, muy dinámicas y con un alto poder creativo e innovación productivo (Bouby, 2006).

2.2. TIPOS DE EMPRESAS

Hernández (2010), indica que en la era de la información y el conocimiento se entiende a la empresa como un conjunto de actividades que son complementarias entre sí respecto a la generación de conocimiento y competencias. Definiendo las competencias en términos de saberes: saber-cómo, donde, cuando, quién y qué; aplicando a actividades de transacción como de coordinación. El funcionamiento de la empresa es determinada por la interdependencia entre conocimiento y la competencia en las actividades de coordinación, transacción y producción (Ver cuadro 1).

Cuadro 1. Tipos de empresas.

Tipo de Empresa	Detalle
Por la naturaleza de la actividad productiva	Están en función de los sectores de actividad económica existentes.
Por su Tamaño	Las empresas pueden ser micro, pequeñas, medianas o grandes.
Por el capital con que están constituidas	Pudiendo ser públicas, privadas o mixtas.
Según el criterio de constitución legal	Pudiendo ser sociedad anónima, de responsabilidad limitada, de hecho, unipersonales, sin fines de lucro, y otros.
Según el origen de su capital	Este se determina de acuerdo con la nacionalidad de los inversionistas, por lo que pueden ser: nacionales, extranjeras, mixtas y multinacionales.

Fuente: Microeconomía enfoque de negocios (2006).

2.3. SECTORES DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Otra clasificación de los sectores o actividades económicas es en base a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), que detalla la variedad del que hacer económico, facilitando su comparación y estudios micro de la realidad económica, tal como se señalan en el cuadro 2.

Cuadro 2. Clasificación Internacional Industrial Uniforme

- A. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
 - B. Industrias extractivas
 - C. Industria manufacturera
 - D. Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado
 - E. Suministro de agua, gestión, saneamiento, residuos y descontaminación
 - F. Construcción
 - G. Comercio al por mayor y al por menor
 - H. Transporte y almacenamiento
 - I. Hostelería
 - J. Información y comunicaciones
 - K. Actividades financieras y de seguros
 - L. Actividades inmobiliarias
 - M. Actividades profesionales, científicas y técnicas
 - N. Actividades administrativas y servicios auxiliares
 - O. Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria
 - P. Educación
 - Q. Actividades sanitarias y de servicios sociales
 - R. Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento
 - S. Otros servicios
 - T. Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico
 - U. Actividades de organizaciones y organismos extraterritoriales
-

Fuente: United Nations Statistics Division (2011)

2.4. REGULACIÓN DE LAS MIPYMES EN EL ECUADOR

El Código de la Producción del Ecuador, además de considerar a la pyme incluye la microempresa, de lo cual plantea que será el Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción para el año 2013 tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes

encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.

- Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.
- Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.
- Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional.
- Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES.
- Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia.
- Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES.
- Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES.

2.5. LAS MIPYMES Y CRITERIOS PARA SU CLASIFICACIÓN

Para la Cámara de la Pequeña Industria de Guayas (CAPIG, 2012), pequeña empresa es la unidad de producción que tiene entre cinco hasta cincuenta empleados, con un patrimonio máximo de USD \$150 000,00. La mediana empresa en tanto es la que cuenta con cincuenta y uno hasta cien empleados.

Se clasifica a las MIPYMES considerando tres variables, la primera es cantidad de empleados, la segunda es valor total de activos, y la tercera se refiere a las ventas o ingresos brutos obtenidos, tal como se hace referencia en el cuadro 3.

Cuadro 3. Clasificación de empresas según su tamaño

Empresa	Empleados	Ventas brutas anuales (\$)	Activos totales (\$)
Micro	01-09	1 00 000	Menor a 100 000
Pequeñas	Hasta 49	1 000 000	De 100 001 hasta 750 000
Medianas	50 – 199	1 000 000 a 5 000 000	De 750 001 hasta 4 000 000
Grandes	Mayor a 200	Mayor a 5 000 000	Mayor a 4 000 000

Fuente: Cámara de Comercio de Guayaquil (2012)

2.6. SITUACIÓN DE LAS MIPYMES EN LA CIUDAD DE MACHALA

Solano (2011), establece en su trabajo de investigación titulado “Caracterización de las MIPYMES comercial del cantón Machala” los siguientes resultados; de 200 encuestadas:

- **Antigüedad de la Pyme.-** Las pymes comerciales del cantón Machala, ha tenido un importante crecimiento desde la década de los noventa, alcanzando hasta julio de 2011 un 75% del total de establecimientos comerciales considerados, produciéndose un crecimiento más intenso en la primera década del año 2000, con un 37%, y en la década de los 90 el 30% de las pymes comerciales existentes actualmente, lo que resalta la mínima relevancia de este sector en las décadas anteriores. Por tanto, se afirma que la antigüedad media de los establecimientos encuestados bordea los 20 años.
- **Superficie del establecimiento.-** Las pymes comerciales del cantón Machala, con respecto al espacio físico utilizado para llevar a cabo su actividad, están distribuidos un 54% de locales con un área menor a los 70 m², resalta que la mayoría de los encuestados 29% indicó utilizar un área de 100 m², seguido muy de cerca por los negocios que utilizan entre 30 m² y 70 m² con un 28%.

- **Mejora en el local comercial.-** El 67% de las pymes no ha efectuado ninguna mejora, debido en muchos casos a que muchos de los negocios son relativamente nuevos, creados en la última década. Sin embargo podemos destacar que las reformas efectuadas se han concentrado en adquisición de nuevo mobiliario.
- **Recepción de ayuda desde la administración pública.-** Las pymes comerciales del cantón Machala, no han recibido ayudas, ni subvenciones, ni apoyo desde la administración pública, lo delata el 95% de los encuestados.
- **Nivel de utilización de herramientas Tecnológicas.-** el 84% de los encuestados indicaron utilizar una computadora en el desarrollo de sus negocios, seguido por la utilización de internet con un 65,05%, el fax con 62,14% y e-mail con un 58,74%.
- **Propiedad del local comercial.-** 57% de los negocios analizados, indican que los locales utilizados para la actividad comercial trabajan bajo un régimen de alquiler, mientras que el 42% de los encuestados indican que el local es propiedad del empresario.
- **Total de personal empleado.-** el 54% de las pymes son atendidas una a tres personas, que serían el propietario del negocio y un ayudante. Le sigue los negocios que emplean entre cuatro a cinco personas que representan el 21% de los negocios encuestados, es decir, el 75% de las pymes comerciales emplean de uno a cinco empleados. Por otra parte solo el 3% de las pymes comerciales emplean a una cantidad mayor de 15 personas.
- **Tamaño de sus activos.-** el 78% de los encuestados indica poseer activos totales menores a \$. 40 000 dólares, concentrados obviamente en inventarios.
- **Percepción de la situación comercial.-** Las pymes se encuentran estable en un 61%, incluso un 12% ha percibido un mejoramiento de la situación comercial. Por otro lado el 23% de los encuestados perciben un empeoramiento de la situación comercial.
- **Edad de propietario.-** La edad del propietario o gerente del negocio de las pymes comerciales del cantón Machala, se ubica en su mayoría en el rango de cuarenta a cincuenta años con un 33%, seguido por el rango entre los treinta y cuarenta años con un 26%, repartiéndose de la misma forma para los rangos de veinte a treinta, y al rango cincuenta a sesenta años con 15% y 14% respectivamente.

- **Experiencia en administración de negocios.-** Gerentes con una experiencia superior a los veinte años con el 73% de los encuestados. Por otro lado solo el 24% de los casos se muestra una experiencia menor a diez años.
- **Nivel de formación del empresario.-** En el cantón Machala, los niveles de formación del comerciante se pueden interpretar relativamente bueno con un 65% de los encuestados con una formación universitaria.

2.7. EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA

Cohen (2007), determina que la consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento profesional independiente que ayuda a los gerentes y a las organizaciones a alcanzar los objetivos y fines de la organización mediante la solución de problemas gerenciales y empresariales, el descubrimiento y la evaluación de nuevas oportunidades, el mejoramiento del aprendizaje y la puesta en práctica de cambios, se puede interpretar entonces que las consultorías, son servicios prestados por una persona o personas independientes y calificadas en la identificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos; recomendación de medidas apropiadas y prestación de asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones.

Bazzani (2008), indica que la actividad del asesoramiento y consultoría en gestión empresarial ha sido una actividad que ha ido desarrollándose a lo largo del tiempo, de manera especializada y sectorial en el ámbito público y privado, actividad que ha dado muchos frutos en acciones de desarrollo de empresas, aumento de competencias gerenciales, sistemas de mejoramiento de calidad y de procesos, planificación por escenarios y por indicadores, entre otros.

Kurb (2006), manifiesta que una asesora es aquella empresa cuya actividad consiste en la prestación a terceros de servicios de asesoramiento, especializados y sustentados en la capacidad y experiencia del profesional o profesionales que la integren. La asesoría brinda servicios para guiar en los procedimientos de las empresas, dando a conocer nuevas estrategias que podrían ayudar en los inconvenientes existentes en el campo laboral, se puede limitar su área de operación para ser más asertiva.

Nassir (2005), Indica que la consultoría es la intervención planificada en una empresa con el objetivo de identificar los problemas existentes en su organización y de implantar

las medidas que se consideren convenientes y adecuadas para su solución. De esta definición se puede destacar tres características básicas:

- a) Intervención planificada que implica la inexistencia de un proyecto documental formal aprobado tanto por cliente como por consultor en el que se plasmen: Las frases de realización del trabajo, las responsabilidades de los partícipes y su duración.
- b) El objetivo de identificar problemas que existen e implantar medidas. Es decir, que el consultor debe responsabilizarse no solamente del estudio, sino también de la puesta en marcha o implantación de soluciones.
- c) Implantar soluciones convenientes y adecuadas, lo que significa que dichas recomendaciones propuestas por el consultor deben estar en consonancia con el cliente y sus recursos materiales, humanos y económicos.

El Instituto de consultores de empresas del Reino Unido (2009), define la consultoría de empresas de la siguiente manera: “Servicio prestado por una persona o personas independientes y calificadas en la identificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos; para dar medidas apropiadas y prestación de asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones”. Las definiciones empleadas por otras asociaciones profesionales, son muy parecidas.

2.8. PROYECTOS DE INVERSIÓN

Gary (2006), expresa que en el lenguaje económico-financiero, invertir significa asignar recursos materiales, humanos, tiempo y dinero para una actividad económica que soporta riesgos y se estima que generará mayores beneficios a un costo de producción de menor, que la rentabilidad sea muy significativa a la cantidad de inversión que se va a realizar; de manera que un proyecto de inversión privada supone evaluar, estimar, valorar los costos y beneficios implicados en el uso de unos recursos en una alternativa de inversión frente a otra u otras alternativas de inversión privada.

Se trata de un proyecto porque la evaluación o valoración de los costos y beneficios se realiza antes de la inversión de tal manera que se pueda tomar una decisión hoy, acerca de una actividad económica que se desarrollará en el futuro.

Como toda toma de decisiones, realizar la inversión o no, contempla tres aspectos básicos:

- Identificar las alternativas
- Cuantificar o valorar las alternativas
- Utilizar un criterio de decisión de la forma como se evaluarán las alternativas.

Hay que tener en cuenta el para el inicio de un proyecto de inversión se debe tener en cuenta cual es el giro del negocio, y del mercado en el cual se va a desenvolver, y de ahí ir sumando las alternativas que pueda tener el proyecto, cada una de estas alternativas tienen que ser medidas y evaluadas, una estimación ayudara a conocer el posible desenvolvimiento del proyecto.

Herrera (2007), expresa que un proyecto de inversión es un ejercicio de simulación donde se considera una situación base y a partir de allí se realizan los estudios que demuestren la conveniencia o no de llevar a cabo el proyecto. De manera que el objetivo general de un proyecto de inversión no puede ser otro que demostrar si es conveniente o factible llevar a cabo la inversión o el negocio considerando lo que puede pasar con el mismo en el futuro.

2.8.1. ETAPAS DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

Brand (2005), manifiesta que un proyecto de inversión privada se desarrolla a lo largo de seis etapas:

2.8.1.1. Idea del negocio o del proyecto

El promotor o los promotores inversionistas hacen el planteamiento de la idea de negocios. Frecuentemente éstas surgen de visualizar una necesidad insatisfecha de demanda o de oferta de un bien o servicio o de visualizar una oportunidad identificada. Las ideas pueden girar en torno a una innovación de productos, de mercado, o de procesos, estimándose que puede resultar factible implementarla comercialmente. Algunas ideas de negocio pueden significar:

- Producir un nuevo producto o prestar un nuevo servicio, a partir de la instalación de una nueva empresa.
- Ampliar la producción de un bien o la prestación de un servicio en una empresa ya existente.

- Relocalizar un negocio o abrir una sucursal.
- Reconvertir un negocio: Producir con las mismas máquinas y equipos, e incluso con el mismo recurso humano un producto o servicio diferente al que se produce o se presta.
- Fusionar un negocio con otro o establecer una alianza estratégica con otra empresa.
- Adquirir una franquicia.
- Obtener una concesión para la explotación de un recurso público.

2.8.1.2. Análisis del entorno

La segunda etapa que debe cumplir todo proyecto de inversión o plan de negocios es realizar un análisis del entorno económico y en algunos casos, también del entorno político. El análisis del entorno pasa por estudiar aspectos inherentes al clima de negocios, de las inversiones y al entorno de la competitividad del país, de un territorio, o de un sector económico específico. Son tres los entornos que deberían considerarse:

- a) El entorno macroeconómico:** relacionado con el desempeño del PIB, de la inversión, del consumo agregado, de la tasa de inflación y de desempleo, del gasto público, de las exportaciones e importaciones, del tipo de cambio. El análisis del entorno macroeconómico ayuda a construir diferentes escenarios para el comportamiento de la economía nacional o regional y hacerse una idea de cómo dicho desempeño, correspondiente al escenario, podría afectar favorable o desfavorablemente el desempeño futuro del proyecto.
- b) El entorno de la competitividad:** consiste en analizar cada segmento de mercado considerando las principales empresas que afecten directamente a nuestra demanda potencial, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:
 - El nivel de competencia y rivalidad existentes entre las empresas;
 - Las condiciones de la demanda, relacionadas con aspectos como el grado de sofisticación de los consumidores;
 - Las condiciones de los factores, relacionados con aspectos como la calidad de los recursos humanos, la calidad de la infraestructura y el grado de sofisticación del sistema financiero;
 - Las instituciones de apoyo, tanto públicas como privadas, que facilitan la realización de inversiones y de negocios.

- c) **El entorno regulatorio:** Se analizan las diferentes condiciones de regulación de los negocios, especialmente trámites, regulaciones laborales, protección de los derechos de propiedad (incluyendo los derechos de propiedad intelectual), regulaciones ambientales y de seguridad industrial, impuestos, subsidios y regulaciones específicas relacionadas con el sector económico del proyecto.

El análisis del entorno puede ser un primer eslabón de decisión en cuanto a la factibilidad del proyecto puesto que un entorno macroeconómico muy desfavorable o muy volátil puede introducir un nivel de incertidumbre muy alto para realizar la inversión.

Un entorno de la competitividad muy precario, por ejemplo a nivel de la calidad de la infraestructura o de la calidad de los recursos humanos puede hacer inviable desarrollar ciertos proyectos.

Es igual en el caso de las regulaciones, por ejemplo las ambientales, que pueden hacer no factible el proyecto si dichas regulaciones son muy rigurosas o si su cumplimiento comportaría asumir un alto costo relativo de producción, también pueden existir barreras legales insalvables o barreras a la entrada de nuevas empresas refrendadas en disposiciones gubernamentales.

2.8.1.3. Formulación del Proyecto

Constituye un proceso de toma de decisiones iterativo sobre diferentes aspectos atinentes al proyecto, con evaluación de alternativas. Las variables de la formulación están interrelacionadas y se inter-condicionan entre sí, la formulación abarca:

- a) **El estudio de mercado:** supone realizar un análisis de las condiciones de demanda, oferta, precios y comercialización del producto o del servicio. En el estudio de mercado se debe identificar y tratar de cuantificar a los usuarios potenciales del producto o servicio, las condiciones de la oferta de materias primas o insumos que requerirá el producto o el servicio, identificar la estructura de mercado donde se va a operar, las características de los competidores, las condiciones de establecimiento de los precios y los canales de comercialización existentes.

Las condiciones de demanda para el producto o servicio y las condiciones para competir representan un segundo eslabón en la cadena de factibilidad del proyecto para decidir si se debe seguir adelante con el análisis o se debe renunciar al mismo.

Un proyecto que, una vez analizado el mercado, no garantice unas condiciones mínimas favorables en cuanto a la demanda futura o se enfrente a una estructura de mercado muy distorsionada en cuanto al poder de los competidores para establecer los precios o los niveles de producción o el dominio de los canales de comercialización, es preferible tomar la decisión de no llevarlo a cabo.

b) El estudio técnico: comprende los análisis de localización, el tamaño o capacidad de producción y la ingeniería o proceso de producción. Cada uno de estos aspectos supone confrontar diferentes alternativas:

- ¿Se debe localizar el proyecto en la localidad A o en la localidad B?
- ¿Se debe tener una capacidad máxima de producción de 100 000 unidades o de 200 000 unidades; se va a producir en una sola planta o en dos?
- ¿El proceso de producción debe ser intensivo en capital o intensivo en mano de obra; se debe emplear la tecnología A o la tecnología B?

2.8.1.4. Evaluación financiera del proyecto

La evaluación financiera es el nivel de factibilidad que permite decidir si la alternativa de inversión propuesta con el proyecto es más rentable con respecto a otra alternativa u otras alternativas de inversión.

Para tomar dicha decisión se toma en cuenta la cuantía de los costos de inversión, los costos financieros generados por la parte de la inversión que se solicite en financiamiento, los costos de depreciación de los activos fijos, los costos de producción, los costos administrativos y de nómina, los costos de servicios y los costos de servicios prestados por terceros.

Igualmente se estiman los futuros ingresos por venta, considerando el programa de producción o de prestación del servicio y el precio o los precios de venta de los productos o servicios. Tanto en la estimación de los costos, así como de los ingresos se utilizan precios de mercado.

Con los costos y beneficios identificados y cuantificados y asumiendo un horizonte de tiempo para el proyecto en número de periodos, se realiza un balance que permita obtener los flujos netos de caja esperados para cada periodo, estos son evaluados a su valor presente mediante algún o algunos criterios de rentabilidad que sirvan de parámetro para tomar la decisión de si el proyecto es rentable financieramente.

Al obtenerse los flujos de efectivo correspondientes se calcula su valor presente neto, descontados a la tasa que represente el costo de oportunidad del dinero empleado o la tasa mínima fijada por el inversionista como aceptable.

El valor del VPN es indicativo del criterio de decisión; si es positivo se acepta la inversión, si es negativo se rechaza. Para conseguir el rendimiento relativo en el tiempo del dinero invertido se obtiene la Tasa Interna de Retorno (TIR).

2.8.1.5. Ejecución del Proyecto

En esta etapa, también llamada de control del proyecto, si éste ha resultado factible financieramente y se ha tomado la decisión de llevarlo a cabo, se realiza una planificación de todas las actividades necesarias para ejecutarlo, tomando en consideración nuevamente la optimización en el uso de los recursos, incluyendo el recurso tiempo.

Para el logro de este objetivo frecuentemente se emplean técnicas de ejecución de proyectos relacionadas con la elaboración de modelos PERT-CPM, los cuales diferencian las “rutas críticas” a las que se enfrentará el proyecto en su ejecución, es decir, aquellas actividades que deben realizarse en el momento indicado y con los recursos estimados previamente, de las “holguras” que son aquellas actividades para las cuales se estima existe un margen de maniobra para su ejecución.

Los programas computacionales como el Microsoft Project Manager y otros similares son una herramienta muy útil para planificar la ejecución de proyectos de cierta complejidad.

2.8.1.6. Gerencia del Proyecto

Una vez concluida la etapa de ejecución del proyecto, se inicia la etapa de gestión o de gerencia del negocio. La planificación de la forma y características de cómo se va a administrar el negocio puede ser parte de los estudios de factibilidad previos, o pueden ser el resultado de un modelo de negocio ya probado que se tiene que instrumentar en sus características fundamentales. La gerencia de proyectos implica ejecutar una serie de actividades, que consumen recursos como tiempo, dinero, gente, materiales, energía, entre otros para lograr los objetivos definidos.

2.9. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.9.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR VIGENTE AÑO 2008

El artículo 309 de la Constitución de la República señala que el sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado y del popular y solidario; el artículo 311 de la misma Constitución señala que el sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria; se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El numeral 2 del Artículo 276 de la Constitución establece que “el régimen de desarrollo, tiene entre sus objetivos el de construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable; la Constitución expresa las responsabilidades del Estado para alcanzar la soberanía alimentaria, entre las que se incluye el establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción; los numerales 1, 2 y 3 del Artículo 285 de la Constitución prescriben como objetivos de la política fiscal:

1. El financiamiento de servicios, inversión y bienes públicos;
2. La redistribución del ingreso por medio de transferencias, tributos y subsidios adecuados,
3. La generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios socialmente deseables y ambientalmente responsables”.

La Constitución de la República establece los objetivos de la política comercial, entre los que se incluye “desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo”; el Artículo 319 de

la Carta Magna reconoce diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas, en tal virtud alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional; y establece la producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad; sostenibilidad; productividad sistémica; valoración del trabajo; y eficiencia económica y social.

El Art. 336 de la Constitución de la República dispone que “el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad, así como la de asegurar la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, que serán definidas mediante Ley”.

2.9.2. CODIFICACIÓN DE LA LEY DE CONSULTORÍA-FEBRERO 2006

Esta Ley expresa que se entiende por consultoría, la prestación de servicios profesionales especializados, que tengan por objeto identificar, planificar, elaborar o evaluar proyectos de desarrollo, en sus niveles de pre-factibilidad, factibilidad, diseño u operación.

Comprende, además, la supervisión, fiscalización y evaluación de proyectos, así como los servicios de asesoría y asistencia técnica, elaboración de estudios económicos, financieros, de organización, administración, auditoría e investigación.

El Art. 2. Indica que “la consultoría podrá ser ejercida por personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras de conformidad con la presente Ley y su reglamento. Cuando esta Ley utilice la palabra "Consultores", se entenderá que comprende indistintamente a las personas indicadas”.

Art. 3.- Son servicios de apoyo a la consultoría los auxiliares que no implican dictamen o juicio profesional, tales como los de contabilidad, topografía, cartografía, aerofotogrametría, la realización de ensayos y perforaciones geotécnicas sin interpretación, la computación, el procesamiento de datos y el uso auxiliar de equipos especiales.

- a. Personas naturales.

- b. Compañías consultoras nacionales o asociaciones.
- c. Compañías consultoras extranjeras establecidas en el país.
- d. Universidades, escuelas politécnicas y centros de estudio.
- e. Organismos y entidades del sector público.
- f. Personas jurídicas nacionales sin fines de lucro.

Art. 4.- Los actos relacionados con el ejercicio de la consultoría, así como los contratos de servicios de consultoría o de apoyo a la consultoría que realicen las dependencias, entidades u organismos del sector público, se regirán por esta Ley, su reglamento y en lo que no estuviere previsto, por las demás normas legales aplicables.

2.9.2.1. De los consultores

Art. 5.- Para que una compañía nacional pueda ejercer actividades de consultoría, deberá estar constituido de conformidad con la Ley de Compañías. Las compañías consultoras nacionales sólo pueden constituirse como compañías en nombre colectivo o de responsabilidad limitada y sus socios deberán reunir unos requisitos.

Las compañías consultoras nacionales deberán establecer en sus estatutos, como su objeto social exclusivo, la prestación de servicios en uno o varios de los campos determinados en el artículo 1 de esta Ley.

Art. 6.- Para que los consultores individuales, nacionales o extranjeros, puedan ejercer actividades de consultoría, deberán reunir los siguientes requisitos:

- a. Tener título profesional conferido por un Instituto de Educación Superior del Ecuador, o del extranjero, en cuyo caso deberá estar revalidado en el país.
- b. Cumplir con las leyes respectivas que regulan el ejercicio profesional.

2.9.2.2. De los contratos de consultoría

Art. 11.- Toda entidad que requiera contratar consultoría deberá elaborar los términos de referencia, en los cuales se definirán en forma ordenada y sistemática los objetivos o propósitos del estudio o proyecto.

Art. 12.- La celebración de contratos de consultoría se sujetará a las siguientes disposiciones:

- a. Cuando el monto del contrato sea inferior o igual al valor que resultare de multiplicar el coeficiente un cien milésimos por el monto del presupuesto inicial

del Estado del correspondiente ejercicio económico, se podrá celebrar el contrato sin necesidad de concurso.

- b. Cuando el monto estimado del contrato supere el fijado en el literal anterior y sea inferior al valor que resulte de multiplicar el coeficiente cuatro cien milésimos por el monto del presupuesto inicial del Estado correspondiente al ejercicio económico, el contrato se podrá adjudicar mediante concurso privado; y,
- c. Cuando el monto estimado del contrato sea igual o superior al valor que resulte de multiplicar el coeficiente cuatro cien milésimos por el monto del Presupuesto inicial del Estado del correspondiente ejercicio económico, el contrato se adjudicará mediante concurso público. Por monto estimado del contrato se entenderá aquel que haya determinado la dependencia, entidad u organismo interesados, a la fecha de la convocatoria del concurso.

2.9.3. ASOCIACIÓN DE COMPAÑÍAS CONSULTORAS DEL ECUADOR 2004

A partir del año 1973, se crea la Asociación de Compañías Consultoras del Ecuador-ACCE, cuya finalidad fue agremiar a las empresas consultoras y consultores individuales de diversas especialidades, para generar un ente que pueda fortalecer esta actividad al igual que regular sus actividades a través de una ley de consultoría, ley que fue aprobada en el año 2004 en el gobierno del Dr. Alfredo Palacio, siendo su ente regulador la Secretaria del Comité de Consultorías adscrita a la Presidencia de la República.

Actualmente en el país la consultoría como negocio es sostenible y se incrementa, más aun cuando el gobierno central ha canalizado acciones para fomentar la creación de micro y pequeñas empresas. Con la existencia de una Asociación de Consultores ACCE, una ley de control y respaldo empresarial el crecimiento de la actividad va por buen camino.

La ACCE tiene las siguientes finalidades:

- Promover y divulgar el ejercicio de la consultoría en el Ecuador en términos de integridad y legalidad.
- Defender los intereses profesionales de los socios de la Cámara.

- Promover la excelencia en el desempeño profesional de sus asociados a fin de propiciar en el país el desarrollo tecnológico y la innovación.
- Promover la práctica de la consultoría en el sector público y privado, de conformidad con el marco jurídico vigente, mejores prácticas empresariales, y aportar a su perfeccionamiento.
- Ofrecer servicios en términos de calidad y oportunidad, en función de las necesidades de los socios de la Cámara.
- Servir de centro de investigación, información, consulta, capacitación, asesoría y asistencia en materias relacionadas con la consultoría.
- Promover el intercambio permanente de experiencia e información entre los consultores del Ecuador y los de otros países, organizando toda clase de eventos y alentando asociaciones estratégicas con organismos públicos y privados.
- Representar a los consultores afiliados ante los organismos públicos y privados del Ecuador, así como ante las organizaciones e instituciones de carácter internacional que la Cámara juzgue conveniente.
- Prestar asistencia y asesoría a los organismos gubernamentales o entidades de derecho privado en materia de contratación pública y consultoría, con el fin de facilitar la prestación de servicios del mejor nivel técnico y científico que conduzcan a la conveniente utilización de los recursos disponibles en el país.
- Promover la autorregulación de la industria consultora ecuatoriana, como forma de potenciar su capacidad competitiva tanto a nivel nacional como internacional.
- Impulsar y ejecutar las tareas de responsabilidad social de la Cámara, bajo principios de integridad y honestidad.
- Actuar como amigable mediador y árbitro entre sus socios o entre éstos y sus proveedores, o entre los particulares, directamente o a través de su Centro de Mediación y Arbitraje para lograr la solución de sus conflictos por medios alternativos, siempre que los interesados acepten someterse a ellos, en apego a lo dispuesto por la Ley de la materia.
- Difundir la actividad de la consultoría a nivel nacional, a través de las representaciones regionales o provinciales.
- Participar en veedurías ciudadanas para vigilar la transparencia y legalidad de los procesos de contratación pública y su efectivo cumplimiento.

2.9.4. LEY DE COMPAÑÍAS VIGENTE 2012

2.9.4.1. De la compañía anónima

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

2.9.4.2. De la fundación de la compañía

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

Art. 148.- La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Art. 149.- Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción.

2.9.4.3. Del capital y de las acciones

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente.

Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías, sin que se requiera el cumplimiento de las formalidades establecidas en el artículo 33 de esta Ley, hecho que en todo caso deberá ser informado a la Superintendencia de Compañías.

2.10. INDICADORES ECONÓMICOS

Delzo (2009), manifiesta que los indicadores económicos son herramientas para clasificar y definir, de forma más precisa, objetivos e impactos. Son medidas verificables de cambio o resultado, diseñadas para contar con un estándar con el cual podemos evaluar, estimar o demostrar el progreso con respecto a metas establecidas, alcanzando objetivos.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

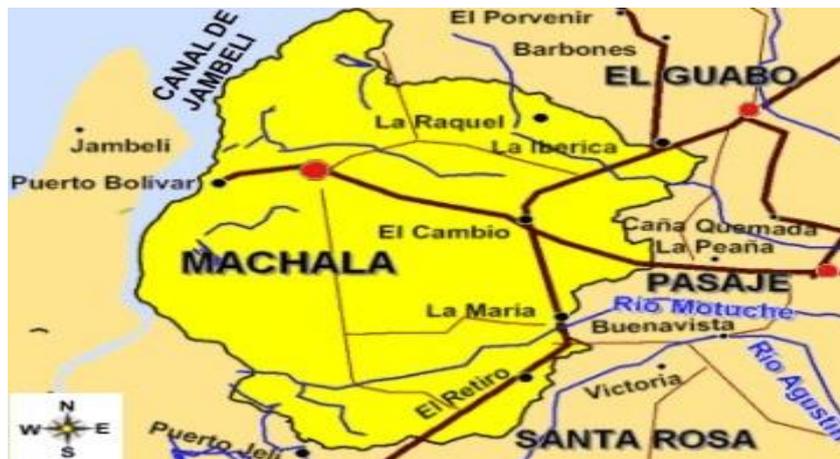
3.1. MATERIALES

3.3.1. UBICACIÓN

La ubicación de la investigación se realizó en la ciudad de Machala, capital de la provincia de El Oro, es la quinta ciudad más importante del país económicamente al tiempo que su puerto marítimo es el segundo después de Guayaquil, cuenta con una población de 245 972 habitantes (Censo 2010).

3.3.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La provincia de El Oro está ubicada en la parte suroccidental del país entre los paralelos 3 y 4 de latitud Sur y en los meridianos 79 y 81 de longitud Oeste. Su extensión corresponde a 5 988 km².



Fuente: Am-Sur

Coordenadas planas UTM

Norte 9631500 / 9649890 y Este 611090 / 638890.

3.3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población se estimó con la apelación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n= Tamaño de la muestra

PQ = Constante de la varianza de la población (0,25)

N= Tamaño de la población

E= Margen de error de la investigación (5%)

K= Corrector de error de la investigación (2)

Al ser aplicada la fórmula antes detallada se pudo calcular el tamaño de la muestra para fines del desarrollo del presente trabajo, teniendo en cuenta que la provincia de El Oro cuenta con 35 570 MIPYMES (INEC 2012), al no haber datos exactos para Machala se pondero en base a su población siendo del 40,75%, dando un total de 140 98 MIPYMES para la Ciudad de Machala.

$$n = \frac{0,25 (140 98)}{(140 98 - 1) \frac{(0,05)^2}{(2)^2} + 0,25}$$

$$n=389$$

3.3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En el estudio se aplicó el diseño no experimental, en el cual se observaron los fenómenos tal y como ocurrieron naturalmente, la investigación es de tipo descriptivo, con bases de investigaciones bibliográficas y documentales, que nos permitieron obtener información para la creación de una empresa de consultoría y asesoría de proyectos de inversión para las MIPYMES de la ciudad de Machala

3.3.5. FUENTE DE DATOS

La obtención de la fuente primaria se realizó por medio de una encuesta mientras que la información complementaria fue tomada de fuentes como, libros, revistas, periódicos, folletos e internet.

3.3.6. MATERIALES DE CAMPO Y OFICINA

Los materiales que se utilizaron fueron:

- Vehículo.
- Encuestas.
- Cámara fotográfica.
- Computadora.
- Impresora.
- Proyector.

3.3.7. VARIABLES

- Mercados,
- Costo de producción,
- Disponibilidad de recurso capital.
- Evaluación Financiera y,
- Rentabilidad.

3.3.8. MEDICION DE LAS VARIABLES

3.3.8.1. Mercados

Variable cualitativa, que determinó la aceptación de la empresa, debido a la no existencia de dicha dependencia.

3.3.8.2. Costo de producción

Variable de tipo cuantitativo, que demostró el valor del conjunto de bienes y esfuerzos que se utilizaron para la consolidación de la empresa.

3.3.8.3. Disponibilidad de recurso capital

Esta variable de tipo cuantitativo, que se obtuvo a partir del valor de caja, y se proyectó un estado financiero con aportaciones de socios y préstamos bancarios.

3.3.8.4. Evaluación financiera

Variable cuantitativa, se proyectó un flujo de caja estimado de 5 años, con lo que se determinó la viabilidad del proyecto.

3.1.8.5. Rentabilidad

Variable cuantitativa, que demostró la relación que existe entre el capital invertido y los rendimientos netos que se obtienen.

3.2. MÉTODOS

3.2.1. ENCUESTAS

Las encuestas determinaron la necesidad que tienen las MIPYMES en el establecimiento de su producto y como también el poder tener un espacio estable en el mercado, mediante estas encuestas se observaron las causas particulares, como el de no llevar un registro de las operaciones diarias de la empresa, la conformación de los negocios de una manera informal, no registran las MIPYMES a los empleados en el Ministerio de Relaciones Laborales ni en el IESS; la planeación financiera que llevan las MIPYMES no es la adecuada, no se ha implementado la oferta de productos o servicios en los negocios y existen limitantes para acceder a algún crédito otorgado por entidades financieras para potenciar su actividad productiva dentro del mercado local.

3.2.2. ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO

Los datos bibliográficos establecieron y corroboraron las necesidades actuales de las MIPYMES de la Ciudad de Machala, como por ejemplo:

- Actitud de interés por los servicios de la consultora/asesora.
- Motivación por acceder a créditos financieros por parte de los empresarios.
- Interés por el desarrollo de su negocio.
- Clientes limitados.
- Diversificación de ofertas.

3.2.3. ANÁLISIS ESTADÍSTICOS

La estadística que emite el INEC sirvió para tener datos económicos claros, como también el número de MIPYMES que se encuentran laborando en la ciudad, estos datos determinaron que la información les sigue siendo limitada a micro y pequeñas empresas.

Se elaboraron los cuadros reflejando la disposición conjunta y ordenada de las sumas de las respuestas de las pregunta, obtenidas de la tabulación de los datos. La tabulación se realizó pregunta por pregunta, considerándose la misma tabulación simple que se determinó para este estudio.

3.2.4. ANÁLISIS ECONÓMICOS

Se estableció un estado de ingresos y egresos de la empresa consultora en un periodo de 5 años, en donde se consideraron todas las variables pertinentes del estudio, tales como rendimiento, costos, requerimiento de mano de obra, precios y otros.

3.2.4.1. Índice de Rentabilidad

Dado los resultados de los ingresos de la empresa se pudo determinar la cantidad de utilidad adquirida por la empresa a nivel de ventas, de activos:

$$\text{Rendimiento sobre ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times 100$$

$$\text{Rendimiento de la inversión} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}} \times 100$$

$$\text{Rendimiento del Capital Social} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Social}} \times 100$$

3.2.4.2. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio fue determinado con la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio (\$)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Ventas Totales}}{\text{Costos Variables}}}$$

3.2.5. CRITERIO DE EVALUACIÓN FINANCIERA

3.2.5.1. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR se la obtuvo a partir de la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_1^n \frac{FNE_n}{(1+i)^n} + \frac{VS}{(1+i)^n}$$

Dónde:

i = Cuando se calcula la TIR, el VPN se hace cero y se desconoce la tasa de descuento que es el parámetro que se debe calcular. Por eso la TMAR ya no se utiliza en el cálculo de la TIR. Así la i en la segunda ecuación viene a ser la TIR.

FNE = Flujo neto de efectivo del periodo n , o beneficio neto después de impuesto más depreciación.

VS = Valor de salvamento al final de periodo n .

n = tiempo.

También se la conoce como la tasa de descuento que anula al VAN.

TIR es la i que hace que el VAN = 0, o también

TIR es la i que hace que el VPB – VPC = 0

3.2.5.2. Valor Actual Neto (VAN)

Valor actual neto (VAN) se lo obtuvo de la siguiente fórmula:

$$VAN = -P + \sum_1^n \frac{FNE}{(1+TMAR)^n} + \frac{VS}{(1+TMAR)^n}$$

Dónde:

p = inversión inicial.

n = tiempo.

FNE = Flujo neto de efectivo del periodo n , o beneficio neto después de impuesto más depreciación.

VS = Valor de salvamento al final de periodo n .

$TMAR$ = Tasa mínima aceptable de rendimiento o tasa de descuento que se aplica para llevar a valor presente, los FNE y el VS.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. MERCADO

Se realizó una encuesta dirigida a los propietarios y encargados de las MIPYMES de la Ciudad de Machala, lo que permitió identificar la situación en la que se encuentran estas empresas.

4.1.1. CUÁL ES LA EDAD DEL PROPIETARIO

La Figura 1 evidencia que la edad de los propietarios de las MIPYMES en la ciudad de Machala se corresponde mayoritariamente con el grupo etario adultos, entre los 40 y 50 años (48,4%), lo que demuestra una generación de emprendedores mayores de edad al tiempo que los jóvenes, de 20 a 30 años, apenas alcanzan el 11%. Nuestros resultados reafirman lo planteado por Solano (2011) que en un estudio similar sobre MIPYMES de la ciudad de Machala constató que la edad de propietarios en mayor porcentaje era también entre los 40-50 años y que los jóvenes solo representaban el 14%. Como puede apreciarse, los resultados no muestran evolución etaria de los propietarios en los últimos 4 años.

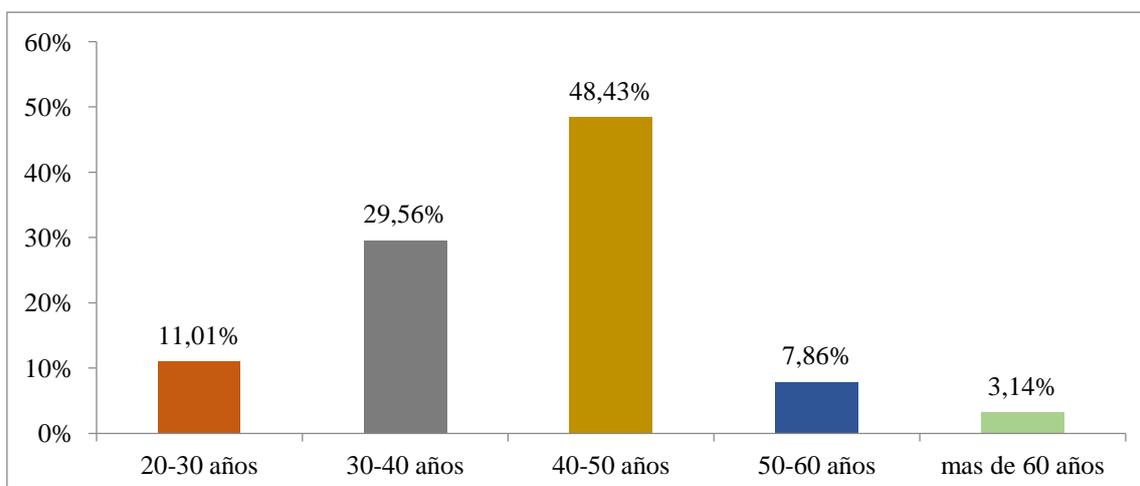


Figura 1. Edad del propietario.

4.1.2. CUÁL ES SU NIVEL DE INSTRUCCIÓN ACADÉMICA

La instrucción académica de los propietarios se encuentra en la figura 2, se observó que un 39% tienen una instrucción académica de tercer nivel, esto demuestra una solidez en las bases de sus negocios, y con el 28% con instrucción académica de primaria, siendo estas las micro y pequeñas empresas; se coincide con Solano (2011) aunque establece que el 65% de las MIPYMES tienen una formación universitaria.

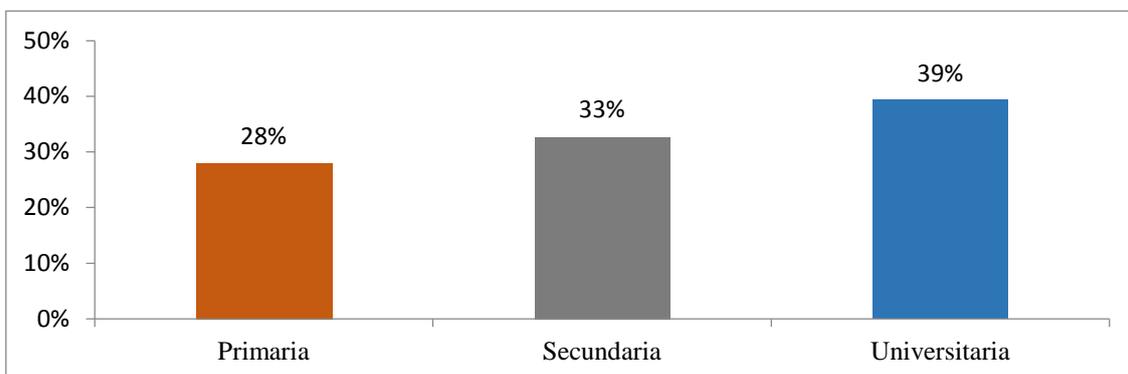


Figura 2. Nivel de instrucción académica de los propietarios.

4.1.3. TIEMPO EN QUE TIENE SU NEGOCIO EN MARCHA

La figura 3, demostró que las MIPYMES se encuentran en constante aumento e ingresando al mercado laboral, el 82% se encuentran de uno a cinco años, aunque también se puede constatar que el posicionamiento de las empresas no es sólido tan solo cuatro empresas se encuentran en el rango de 15 a 20 años, lo cual representa un 1%; no se concuerda con Solano (2011) que manifiesta que la media de establecimiento de la MIPYMES bordea los 20 años, evidenciando un posicionamiento favorable pero la realidad es que estas empresas se han visto afectadas por las nuevos reglamentos gubernamentales para su funcionamiento.

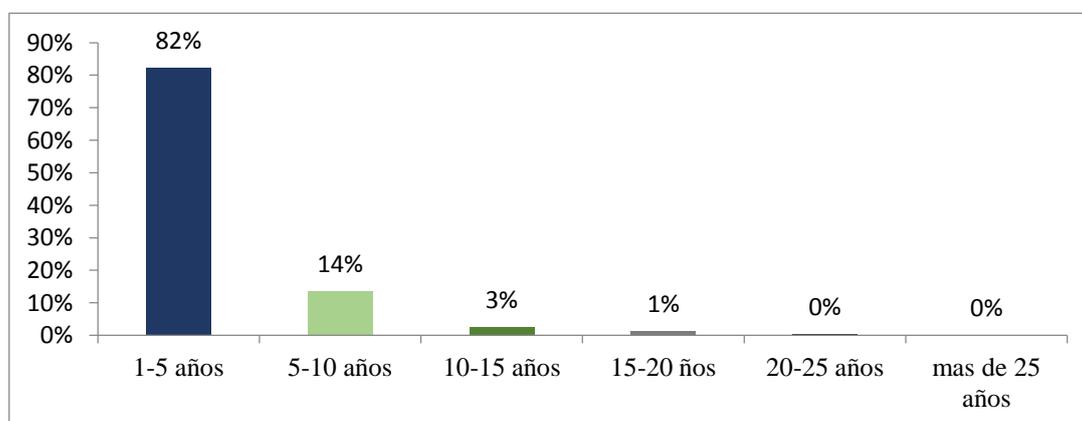


Figura 3. Tiempo del negocio en funcionamiento.

4.1.4. CUÁL FUE LA SUPERFICIE DEL INICIO DEL NEGOCIO

La figura 4 demostró que las MIPYMES tienen el suficiente espacio para poder desarrollar estratégicamente su producción, el tener un buen espacio agiliza los procesos productivos, como también permite tener una organización eficiente, el 68% de las empresas tienen un espacio de 30 a 70 m², mientras que el 4% tienen menos de 10 m² de espacio para realizar sus labores empresariales; no se concuerda con Solano (2011) que establece que un 28% se encuentra en un rango de 30 – 70 m², aunque el tiempo pueda que estas empresas hayan aumentado su superficie de negocio.

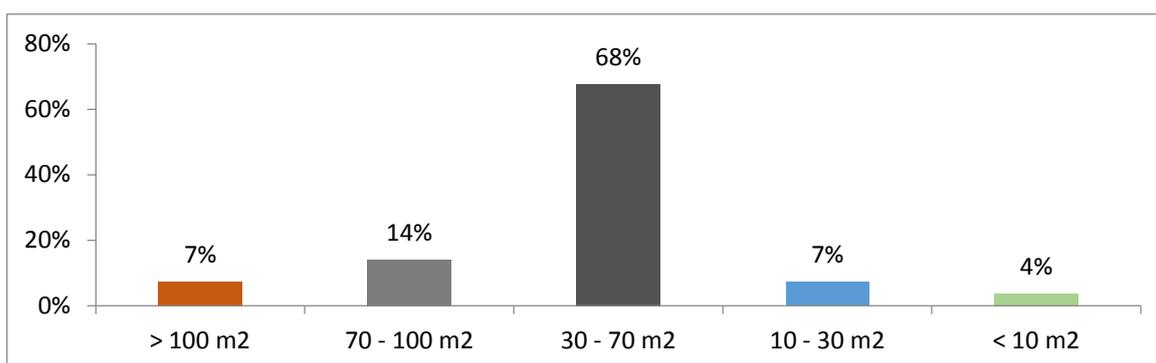


Figura 4. Superficie del negocio de las MIPYMES.

4.1.5. HA INVERTIDO O MEJORADO EN SU NEGOCIO EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

En la figura 5 se demostró que las MYPIMES que se encuestaron en un 94% manifestaron que están realizando pequeñas inversiones en sus negocios, de las más frecuentes son el abastecimiento de materia prima, el darle un valor agregado a su producto; para lo establecido por Solano (2011) no se concuerda ya que las MYPIMES se han visto obligadas a la legalización de sus empresas siendo este factor el que incida en el incremento de sus activos.

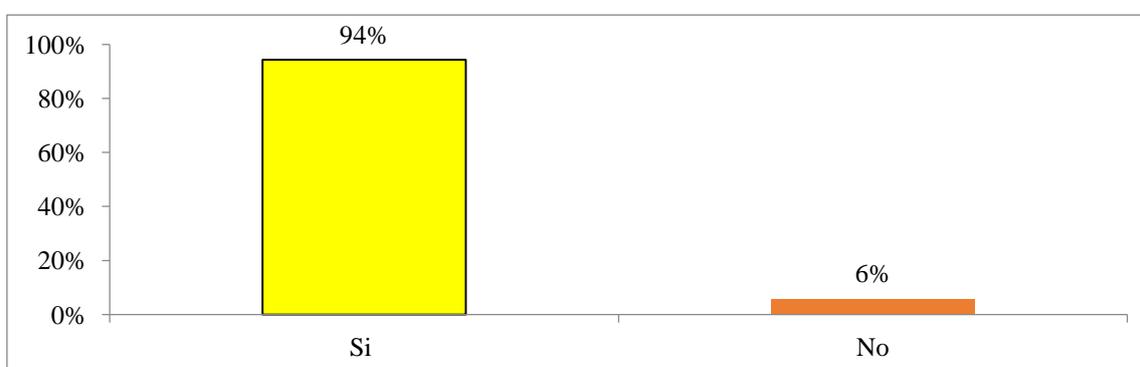


Figura 5. Inversiones realizadas por las MIPYMES.

4.1.6. HA RECIBIDO ALGUNA AYUDA PÚBLICA O PRIVADA

Como se detalla en la figura 6, el 82% de las MIPYMES encuestadas detallan que no han recibido ayuda en el desarrollo y establecimiento de su empresa dando entender que son sus propios recursos los que emplean para formar las empresas, tan solo el 17% ha recibido ayuda por parte del estado, siendo la más importante los créditos financieros que han servido para el establecimiento y abastecimiento de sus productos; se concuerda con Solano (2011) manteniendo que las MIPYMES no han recibido ayuda pública en un 95%, demostrando que hasta la actualidad la ayuda es poco significativa.

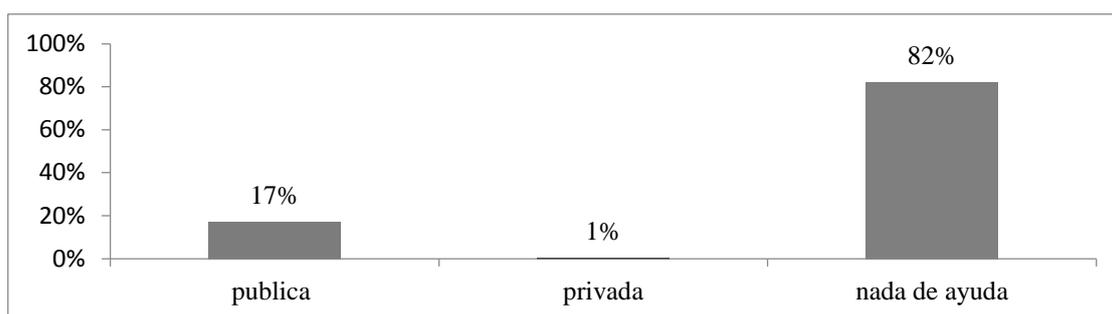


Figura 6. Ayuda Pública o Privada.

4.1.7. UTILIZA ALGUNA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA

El 63% de las MIPYMES cuentan con un computador en sus negocios como se aprecia en la figura 7, en donde registran los ingresos y egresos que generan las empresas, de estas un 58% poseen internet lo cual les permite tener un abastecimiento de control de sus clientes, como también el brindarles un servicio wifi, el 50% de las empresas poseen un scanner con el que mantienen sus registros impresos y sobre todo para poder emitir las declaraciones al servicio de rentas internas; las herramientas tecnológicas han sido parte del desarrollo de las MIPYMES ya que Solano (2011) establece que un 84% tienen una computadora y un 65% utiliza internet.

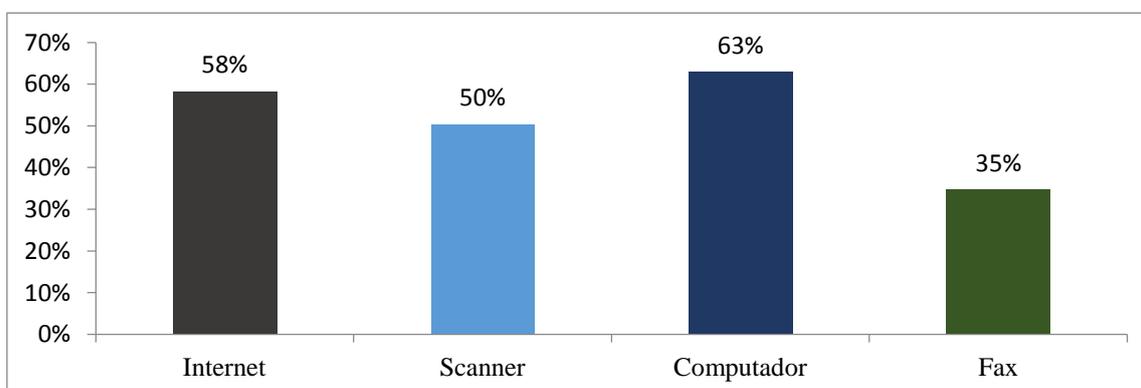


Figura 7. Utilización de herramientas tecnológicas.

4.1.8. ESTE LOCAL COMERCIAL ES

Las MIPYMES de la ciudad de Machala, depende los locales que se dan en alquiler lo demuestra la figura 8, dado que el 84% de los encuestados manifestaron que el lugar donde está su empresa es alquilado y que los precios de arriendos son muy altos y estos aumentan dependiendo la localidad y los servicios que preste; el 14% tienen un local propio esto debido a la importancia que tiene su negocio y los años que se han establecido en el mercado; se contradice con Solano (2011) donde establece que el 42% de los locales son propiedad del empresario.

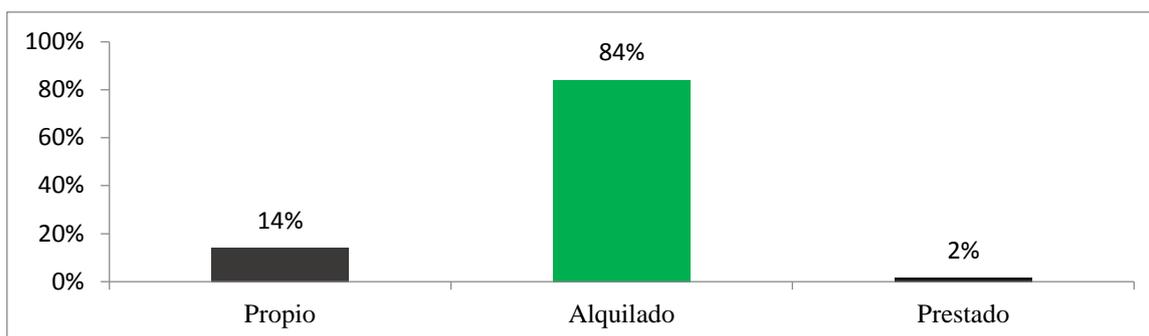


Figura 8. Situación de dependencia del local.

4.1.9. CUÁNTOS EMPLEADOS MANTIENE EN SU EMPRESA

En la figura 9 se apreció que un 56% de las empresas mantienen un personal de 1 a 5 empleados, lo que evidencia haber un mayor número de micro y pequeñas empresas que inclusive estos empleados son parte de la propia familia; el 11% de las empresas tienen más de 20 trabajadores, esto se debe al buen desarrollo de sus activos y al posicionamiento estable en el mercado; se coincide con Solano (2011) manifestando que las MIPYMES son atendidas de una a tres personas lo que representa un 54% de todas estas.

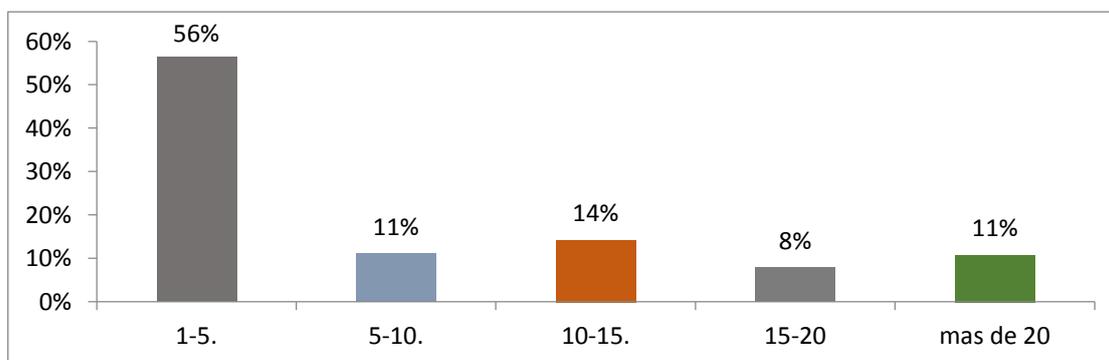


Figura 9. Número de empleados.

4.1.10. EN PROMEDIO CUANTO ES EL VALOR DE SUS ACTIVOS

El número de micro y pequeñas empresas siguen siendo mayores, tal como se demuestra en la figura 10, el 56% tiene menos de \$. 5 000 entre sus activos de ventas, mientras que un 10% no sabe cuánto vende en el año, esto al no tener un control de su ingresos; no se concuerda con Solano (2011) que establece que el 78% de las MIPYMES tienen activos menores a \$. 40 000 dólares.

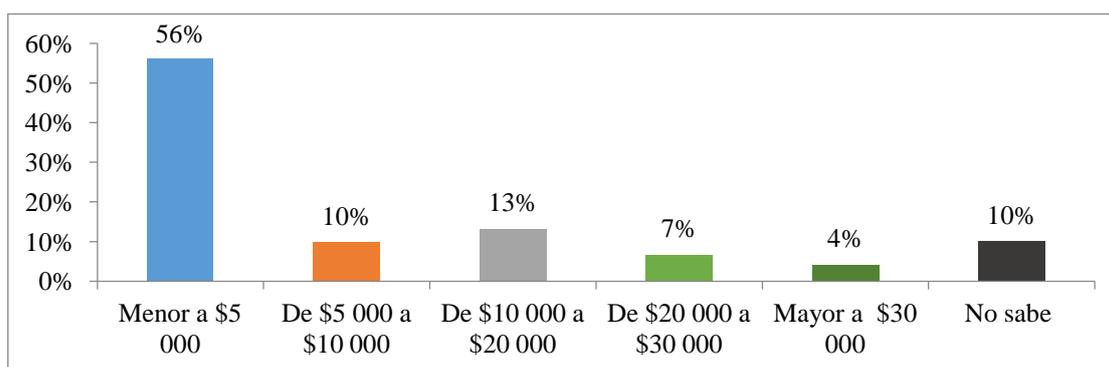


Figura 10. Promedio del valor de los activos.

4.1.11. CÓMO SE ENCUENTRA ACTUALMENTE SU NEGOCIO

En la figura 11 se evidenció que el 58% de las MIPYMES se encuentran estables, esto debido al funcionamiento óptimo en el mercado, como también el poco tiempo que tienen, como también el 23% piensa en expandirse ya que las ventas han ido en aumento y su capacidad instalada no le permite tener una mejor atención a los clientes, mientras que el 5% esta decidido a cerrar; se concuerda con Solano (2011) que manifiesta que un 61% de las empresas se encuentran estableces aunque hay contradicciones a la información proporcionada por los propietarios de las MIPYMES.

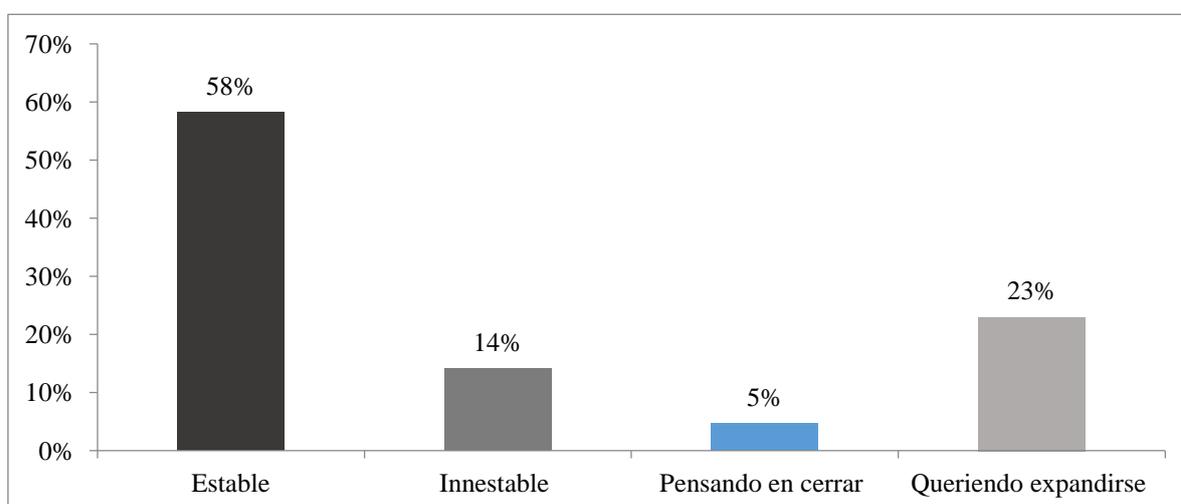


Figura 11. Situación actual de las MIPYMES

4.1.12. SU EMPRESA UTILIZA PROYECTOS PARA MEJORAR SUS VENTAS

Los propietarios de las MYPIMES no han obtenido la posibilidad de implementar un proyecto para mejorar sus ventas, figura 12, dado que no existe la oferta de estos recursos, siendo el 91% que no ha utilizado proyectos, si no que han realizado inversiones a base de su experiencia; el 9% ha obtenido créditos directamente de la CFN donde tuvieron que presentar un proyecto para así mejorar su capacidad instalada y tener mayores ventas; se concuerda con Solano (2011) que establece que el 67% de las MIPYMES no han efectuado mejora, esto debido a factores como crédito y a que los negocios son nuevos .

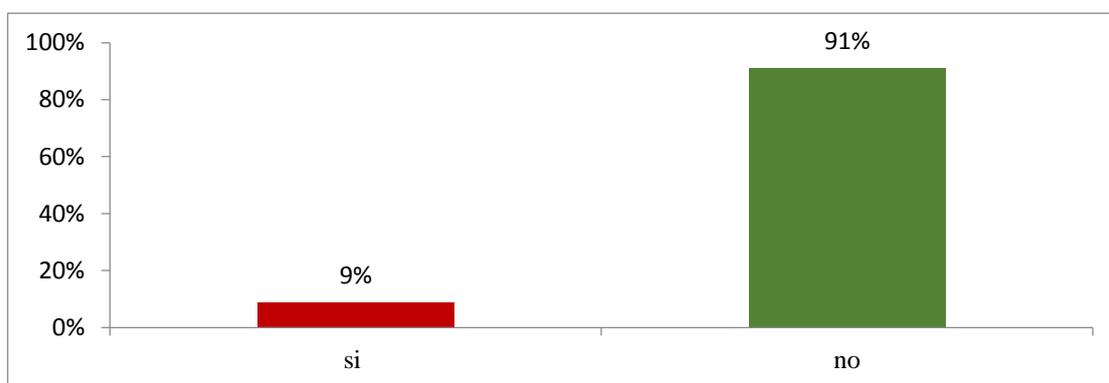


Figura 12. Proyectos para mejorar las ventas.

4.1.13. TIENE CONOCIMIENTO DE CONSULTORAS DE PROYECTOS EXISTENTES EN LA CIUDAD

En la figura 13, se evidenció que las MIPYMES no tienen un espacio físico donde puedan tener el acceso e informarse sobre el mejor desarrollo que pueden tener dentro de un mercado, el poder proyectarse como empresa y realizar inversiones seguras que conlleven a eficiencia total de su producción; no hay concordación con lo establecido por Solano (2011) ya que indica que la formación del empresario son relativamente buenos con un 65% de formación universitaria.

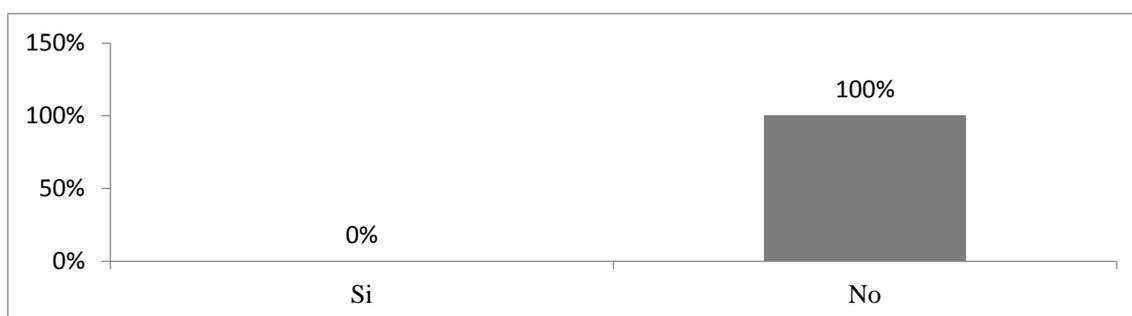


Figura 13. Existencia de consultorías de proyectos

De los resultados de la encuesta ya enunciada, se logró entrevistar un importante empresario de la Ciudad de Machala el Sr. Euclides Palacios, quien manifestó que lo más importante en una empresa es la constancia y el saber aprovechar las oportunidades, el no tener miedo a ingresar al mercado y competir con las demás empresas, el llevar un producto que sea diferentes a las otras marcas y que sobre todo busquen el financiamiento necesario para que la empresa se establezca normalmente en el mercado.

La Corporación Financiera Nacional (CFN) es una de las entidades públicas que más le ayudado para poder establecer sus empresas, al demostrar que sus proyectos eran totalmente viables obtuvo el financiamiento correspondiente, para ello recomendó que utilicen proyectos donde puedan tener la firme confianza y seguridad al momento de invertir, que estudien el mercado, donde puede que el producto tenga mejores ventas.

Además las MIPYMES, cuentan con instrumentos legales, que buscan apoyar a las empresas en particular, a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico provincial como nacional, que conlleven al fortalecimiento económico local, provincial y nacional.

Los propietarios de las MIPYMES en la Ciudad de Machala, tienen constantes problemas, uno de los principales es el no acceder a los créditos financieros que oferta la banca pública y privada debido a desconfianza y sobre todo a la desinformación de los trámites a seguir, se coincide con lo aportado por Solano (2011) en su trabajo de “Caracterización de las MIPYMES comercial del cantón Machala ” se evidencio que las empresas que han obtenido un crédito no supieron administrar eficientemente esos recursos, quedándose con la deuda de los intereses y sin poder recuperar lo invertido, por ende su producto final quedaría en stock y al final tendrían que bajar los precio de venta para poder recuperar algo de lo invertido.

El desconocimiento de la comunidad en la estructuración de un proyecto de inversión y, al no tener la ayuda de entidades que presten el servicio para la estructuración de dichos servicios, obligan al empresario a invertir su dinero a ciegas, dejando que el mercado decida su aceptación o no, lo mismo que se contrapone a lo estipulado dentro del Código de la Producción de Ecuador ya que las MIPYMES no están recibiendo los incentivos establecido por estado.

4.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN

4.2.1. ESTUDIO TÉCNICO

Se realizó la propuesta para la Creación de una empresa consultora y asesora en proyectos de inversión para las MIPYMES de la Ciudad de Machala, año 2014; con esto se pudo tener la referencia de los activos fijos y variables que se necesitaran para el establecimiento de la empresa, el termino del estudio permitió determinar los costos de producción y con poder determinar el segundo objetivo “Realizar un análisis Financiero para la creación de la empresa”, se concuerda con Hernández (2010), donde manifiesta que la empresa es determinada por la interdependencia entre conocimiento y la competencia en las actividades de coordinación, transacción y producción, bajo esta postulación estuvo orientado el estudio técnico de la empresa.

4.2.2. PRESENTACIÓN

De acuerdo a la investigación realizada se estableció que las MIPYMES de la ciudad de Machala no logran tener un desarrollo eficiente de sus negocios, que los ingresos muchas veces son menores que los egresos, esto debido a la poca o nula planificación financiera, y de esto surge la necesidad de adquirir un crédito el cual se limita por la poca información que tienen de las instituciones financieras tanto públicas como privadas.

Establecidos los retos que las MIPYMES deben de enfrentar en el mercado y fundamentándose en lo establecido por la Constitución del Ecuador que las MIPYMES deben de recibir un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, para ello se determinó la necesidad prioritaria de la creación de una empresa consultora y asesora de proyectos de inversión para la ciudad de Machala, que ayude a dinamizar los proyectos de inversión que conduzcan al mejoramiento de su productividad y competitividad en el mercado.

El personal que laborará en la empresa tendrá la capacidad de asesorar a los diferentes clientes con las necesidades que estos planteen dado que su profesión y especialización estará centrado en un área específica lo que permitirá tener una visión mayor de los problemas analizar y los criterios fortalecerán la efectividad de los proyectos,

concordando con Cohen (2007) que determina que la consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento profesional.

Los servicios financieros y de reestructuración incluyen investigaciones financieras, servicios de valoración, asesoría en emprendimientos y servicios de reestructuración. Para dirigir una organización exitosa se debe diseñar, desarrollar y adaptar un sistema de información contable y de costos que brinde los elementos necesarios para planear, controlar y evaluar el desarrollo de los objetivos.

La propuesta se fundamenta en la Ley de Consultoría del Ecuador (2006), que establece que la consultoría es la prestación de servicios profesionales especializados, que tengan por objeto identificar, planificar, elaborar o evaluar proyectos de desarrollo, en sus niveles de factibilidad, diseño u operación. Comprende, además la supervisión, fiscalización y evaluación de proyectos, así como los servicios de asesoría y asistencia técnica, elaboración de estudios económicos, financieros, de organización, administración, auditoría e investigación.

4.2.3. NATURALEZA DEL PROYECTO

4.2.3.1. Descripción del negocio

La empresa está orientada bajo el concepto de Nassir (2005), que indica que la consultoría es la intervención planificada en un empresa con el objetivo de identificar los problemas existentes en su organización; la empresa se encargará de dar servicio de asesoramiento financiero y administrativos a las MIPYMES de la ciudad de Machala, enfocándose en los proyectos de inversión que dentro de estructuras se podrán encontrar estudios de mercados, estudios financieros y administrativos que permitirán el crecimiento sostenible de las MIPYMES, esto proporcionará conocimientos y técnicas profesionales que en su momento resolverán los problemas que enfrenten.

Las MIPYMES tendrán una competitividad óptima siendo eficientes en sus trabajos lo que les permitirá tener una mayor rentabilidad, sino también un desarrollo al entorno económico y funcional de la provincia y el país.

La empresa consultora/asesora, contará con muchas ventajas para el cliente y se diferenciará brindando un trato especializado para garantizar un asesoramiento óptimo, manteniendo un contacto permanente con el cliente, estudiando cualquier incidencia que

nos permita obtener la resolución más conveniente o beneficiosa para su empresa, además la empresa contará con tecnología como es el servicio de internet para las consultas de inquietudes, información y envío de documentos laborales a través de correos electrónicos.

El nombre de la empresa será PINEDA & ASOCIADOS S.A. y se constituirá como una Sociedad Anónima, que está enmarcada bajo la Ley de Consultoría del Ecuador.

Grafico1. Logotipo de la empresa



4.2.3.2. Características de la empresa

La empresa consultora y asesora tendrá las siguientes características:

- Servicios de calidad y a la disposición del cliente.
- Disponibilidad de la información y de todos los servicios a brindar por parte de la empresa siempre teniendo en cuenta las necesidades de las empresas.
- Plasmar las ideas de negocios de los emprendedores en un proyecto que demuestre la viabilidad para que contribuyan al desarrollo de nuevas unidades de producción y aporten en el crecimiento económico de la ciudad de Machala.
- Áreas de especialización de acorde a las necesidades de los clientes.
- Precios de los servicios accesibles a las MIPYMES.
- Disponibilidad de los seguimientos de los proyectos al momento de su aplicación.

4.2.4. UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA

4.2.4.1. Ubicación de la empresa

El presente estudio propone que la empresa esté situada en la Ciudad de Machala por ser la capital de la Provincia de El Oro, por su constante modernización, esta ubicación está íntimamente relacionada con el área de operación y el mercado objetivo.

Se consideró las calles Rocafuerte entre 23 de Abril y Napoleón Mera, sitio de gran afluencia que posee las siguientes características:

- Tiene fácil acceso a las MIPYMES.
- Zona comercial-céntrica, cerca al banco de Machala.
- Seguridad y comodidad para los usuarios.
- Dispone de infraestructura básica: agua, luz, teléfono, acceso vial.

4.2.4.2. Tamaño de la empresa

El tamaño de la empresa de consultoría/asesoría está dado por las características geográficas de la zona donde se proyecta una modernización de todas sus avenidas; la demanda potencial es de 2 419 empresas que están dispuestas a utilizar el servicio de la institución (INEC), se desea obtener hasta un 10% de participación en el mercado, se contará con una infraestructura de 100 m², la cual será arrendada en dicha localidad.

4.2.4.3. Diseño de oficina

El diseño de las instalaciones donde desarrollará la actividad de la empresa de asesoría y consultoría PINEDA & ASOCIADOS S.A. se la realizó considerando la afluencia de personas que visitaran nuestras instalaciones en función de la demanda potencial de personas que requieren de nuestros servicios.

Para que la distribución y diseño de las instalaciones de la empresa provean condiciones de trabajo aceptables, es preciso tomar en cuenta dos especificaciones importantes funcionalidad de equipo y optimizar la distribución eficiente entre sus áreas, las cuales se detallan a continuación (figura 12):

- Oficina del gerente general
- Oficina de asistente administrativa
- Departamento de asesoría legal
- Departamento de asesoría empresarial

- Departamento de marketing
- Baño

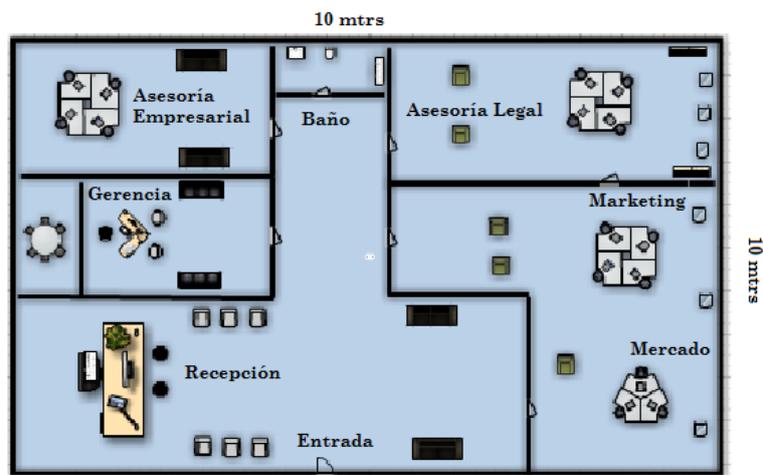


Figura 14. Ubicación de las oficinas

Para determinar el espacio óptimo para cada una de las áreas es necesario arrendar un área de 100 m² aproximadamente, la zona escogida cuenta con los servicios básicos de agua, luz, teléfono, cobertura de internet y baños, posteriormente se requiere la mano de obra y materiales necesarios para hacer las divisiones de las oficinas como también las herramientas y elementos para amoblarlas, dicha proporción de capital destinado para aquello será cubierto por el único accionista de la empresa.

4.2.5. MISIÓN

La empresa PINEDA & ASOCIADOS S.A, ubicada en el cantón Machala, tiene como misión brindar servicios profesionales de consultoría y asesoría de proyectos de inversión, con profesionales especializados en las aéreas de investigación de mercados y marketing, en aspecto legal y empresarial de las MIPYMES, con un talento humano de primer nivel garantizando eficacia y eficiencia en los servicios brindados.

4.2.6. VISIÓN

Ser la primera empresa dirigida al desarrollo y fortalecimiento de las MIPYMES, que brinda asesoría y consultoría de proyectos de inversión, que se establece para el año 2019 llegar a todas las MIPYMES de la Provincia de El Oro.

4.2.7. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

4.2.7.1. Objetivos a largo plazo

Aportar al desarrollo empresarial de la ciudad de Machala a través de los servicios de consultoría y asesoría; y, llegar a extenderse al resto de la provincia de El Oro y a las principales ciudades del país.

4.2.7.2. Objetivos a mediano plazo

Posesionar la marca de la empresa brindando un servicio de calidad con el mejor profesionalismo, basado en la calidad de servicio al cliente y brindando alternativas sostenibles.

Estimular al empleo de un sistema de administración eficiente, mediante el empleo de operaciones rentables y con capacidad para el crecimiento en términos financieros y geográficos.

4.2.7.3. Objetivos a corto plazo

Dotar a las MIPYMES de herramientas y técnicas de inversión probadas en el mercado y adecuadas para que mantengan en desarrollo sustentable y sostenible en el país y el entorno. Desarrollar sistemas de mecanismos financieros que les permita a los nuevos emprendedores poder alcanzar abasto de financiamiento a través de entidades financieras competentes ya sea de origen público o privado.

4.2.8. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

4.2.8.1. Estructura organizacional

Se mantendrá un equipo de trabajo multidisciplinario, donde todos los actores sean parte fundamental de la empresa, destacando que el desarrollo y logro de los objetivos depende del trabajo y esfuerzo que se realice, manteniendo un compromiso de lealtad y dedicación a lo que esté realizando, el desarrollo de la empresa tendrá beneficio para todo el grupo de trabajo.

4.2.8.2. Organigrama de la empresa

La estructura de la empresa estará constituida por cuatro áreas, gerencia general, departamento de asesoría empresarial, departamento de asesoría legal y departamento de marketing, así como se demuestra en la figura 15.

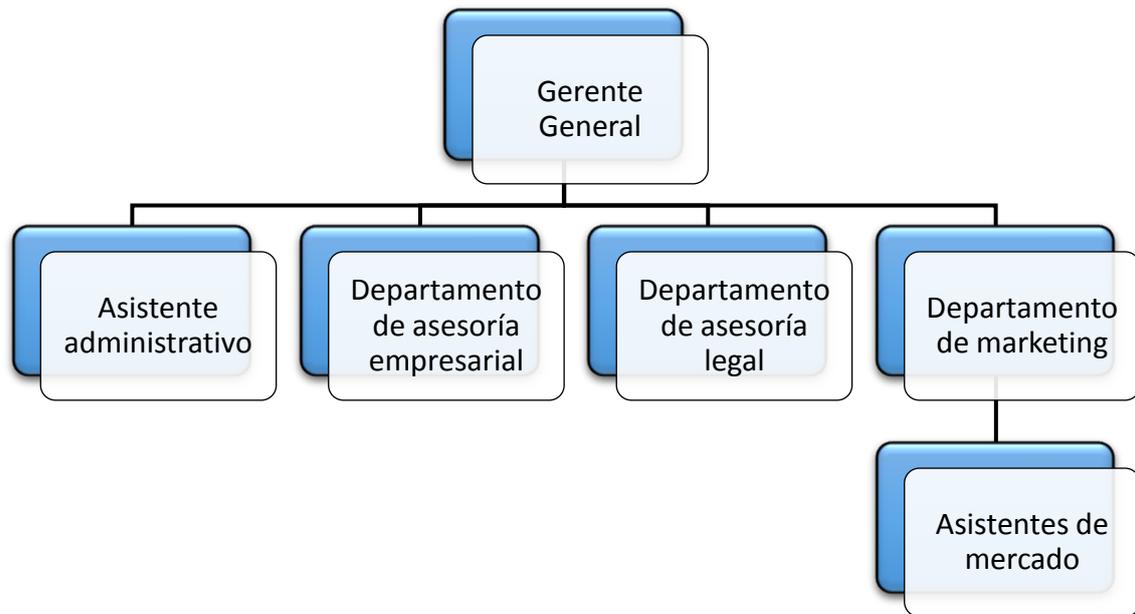


Figura 15. Organigrama de la empresa.

El personal estable de la empresa será el gerente general, el asesor de proyectos, el profesional en marketing y la asistente administrativa; además se contratará con un asesor jurídico a través de la modalidad de servicios prestados, solamente en casos especiales en donde se requiera la intervención de un profesional en el campo legal; los asistentes del área mercado estarán conformados por profesionales en formación (estudiantes) que estén cursando los últimos años de carreras afines, esto les permitirá ganar experiencia en el proceso de investigación y, sería una mera de aportar dentro del marco de la sostenibilidad y forjando el aporte social institucional.

4.2.9. ÁREAS DE LA CONSULTORA

4.2.9.1. Gerencia General

La gerencia general la ocupará un Economista Agropecuario, quien será el responsable de supervisar los estudios de: mercado, financiero, y de asesoría empresarial.

Entre las principales funciones, descarta el ser responsable de planear, dirigir y controlar las diferentes áreas de la institución tanto interno como externamente; con el

fin de generar procesos altamente competitivos que se vean reflejados en los sistemas, servicios o productos que el cliente desee implementar.

4.2.9.2. Asistente Administrativa

Ejecutará los procesos administrativos en las funciones que desempeña la empresa, aplicando normas y procedimientos que posee la consultora, recepción de documentos, atención al cliente, gestionar a tiempo los pagos a proveedores, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos y alcanzar resultados oportunos que proyecten una imagen de calidad en el servicio.

4.2.9.3. Asesoría Empresarial

Este departamento se encargará de realizar el asesoramiento técnico, de la distribución del dinero que necesitarán los clientes para invertir en sus sistemas, servicios o productos que deseen implementar y de los ingresos generados por el mismo como su debida administración y manejo de estados financieros de acuerdo a los estándares establecidos por los entes reguladores del país.

4.2.9.4. Asesoría Legal

Esta área formará parte del organigrama de la empresa función que será desempeñada por un profesional del área legal que se contratará solo en casos especiales y entre las actividades a desarrollar resaltan atender los aspectos jurídicos legales que requiere la conformación de una empresa, salvaguardar los intereses de nuestros clientes en inscripciones de garantías exigidas por las entidades financieras y asesorar a la gerencia sobre las nuevas regulaciones de la ley para no incurrir en faltas o contravenciones.

4.2.9.5. Departamento de Marketing

El departamento de marketing es el encargado de realizar los estudios de mercado, codificación de la información y análisis de resultados de los datos obtenidos por los asistentes de mercado, al momento de definir la muestra de la población total se debe ser muy cuidadoso porque de un óptimo proceso dependerá la aceptación, comercialización y distribución de los servicios o productos que el cliente desee implementar, la retroalimentación de la gestión de ventas y la publicidad será constantemente evaluadas para determinar el crecimiento del negocio en el mercado.

4.2.9.6. Asistentes de Mercado

Esta área trabajará conjuntamente con el departamento de marketing en los procesos concernientes a estudios de mercado, y se encargará de realizar el levantamiento de información a través de técnicas de investigación como encuestas y entrevistas. Para realizar estas funciones se considerarán pasantes con especialidad en carreras afines al marketing, gestión empresarial y administradores de empresas.

4.2.10. FUNCIONES Y PERFILES DE PUESTOS

4.2.10.1. Gerente general

Las funciones que desarrollará el gerente de empresa se sintetizan a continuación.

- Definir y formular las políticas de la empresa.
- Planificar, dirigir y controlar el funcionamiento general de la empresa.
- Evaluar las operaciones y los resultados obtenidos.
- Representar a la empresa en su trato con terceros
- Supervisar de las actividades ordenadas, programadas y ejecutadas.

El perfil profesional y personal que deberá presentar el gerente será el siguiente.

- Título universitario en Economía Agropecuaria o afines.
- Experiencia laboral mínima de tres años.
- Destreza en las negociaciones.
- Capacidad de análisis de la información.
- Orientación del cliente, tanto interno como externo.
- Liderazgo.
- Disponibilidad de tiempo.
- Capacidad de organización.

4.2.10.2. Asistente administrativa

Las funciones que desarrollará el Asistente Administrativo de la empresa se sintetizan a continuación.

- Atender a los clientes de una manera cortés amable e indicar los productos que oferta la empresa.
- Realizar los cobros por las ventas del servicio.

- Manejar caja chica.
- Manejar suministros de oficinas y cafetería.
- Elaborar memos y cartas.
- Enviar cotizaciones a los clientes que lo soliciten.

Las características del perfil profesional están dentro del siguiente detalle.

- Bachiller en contabilidad o informática.
- Experiencia laboral mínima de un año.
- Redacción ortografía y sintaxis.
- Manejo de archivo físico.
- Capacidad de organización.
- Manejo de agendas.
- Expresarse en forma clara oral y escrita.
- Manejo de utilitarios.
- Conocimiento en declaraciones de impuestos al SRI.

4.2.10.3. Asesor empresarial

El Asesor Empresarial cumplirá con las siguientes funciones.

- Diseñar, instaurar y controlar las estrategias financieras de los clientes que soliciten el servicio de asesoramiento.
- Coordinar las tareas de contabilidad, financiera, tesorería, auditoría interna.
- Realizar y mantener las negociaciones con las entidades financieras y proveedores.
- Optimizar los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados en la ejecución de proyectos.

El Asesor Empresarial deberá presentar el siguiente perfil.

- Título universitario en economía, finanzas.
- Experiencia laboral mínima de tres años.
- Destreza para la negociación.
- Flexibilidad mental de criterios.
- Habilidad para la obtención y análisis de la información
- Capacidad de innovación y comunicación
- Pensamiento corporativo

- Perspectiva estratégica.

4.2.10.4. Asesor jurídico

El perfil que deberá presentar el siguiente.

- Formular y proponer políticas sobre aspectos jurídicos y legales.
- Asesorar e informar oportunamente asuntos jurídicos y legales; y los efectos que podrían causar en el desarrollo del servicio.
- Elaborar y/o asesorar en la formulación de proyectos de normas legales, convenios, contratos y documentos afines.
- Proponer soluciones en saneamiento de inmuebles para que puedan ser consideradas garantías adecuadas por las entidades financieras.

Las funciones que deberá desarrollar son:

- Título universitario en derecho.
- Experiencia laboral mínima de tres años.
- Conocimiento en derecho civil, laboral, administrativo y tributario.
- Garantizar la viabilidad legal de los proyectos.
- Manejo de contratos laborales
- Conocimiento en leyes relacionadas a la consultoría
- Capacidad para comunicarse
- Capacidad de síntesis.
- Capacidad para resolver conflictos.

4.2.10.5. Gerente de marketing

Las funciones a realizar son:

- Elaborar los planes y acciones a corto y mediano plazo para conseguir los objetivos marcados por la empresa, diseñando, las estrategias necesarias y supervisando su aplicación.
- Investigar el mercado objetivo en la elaboración de estudios de mercado, evolución del mismo y anticipar las medidas necesarias para adaptarse a las nuevas tendencias.
- Dirigir las actividades de los asistentes de mercado en el desarrollo de los productos que oferta la empresa.
- Fijar las políticas de precio y las condiciones de la venta.

El perfil de este profesional se detalla a continuación:

- Título universitario ingeniería en marketing.
- Experiencia laboral mínima de tres años.
- Habilidad de negocios.
- Orientación al cliente interno y externo.
- Pensamiento creativo.
- Facilidad para la obtención y análisis de la información.
- Visión estratégica.

4.2.10.6. Asistentes de mercado

Las funciones a desarrollar son:

- Atender las instrucciones del área de marketing.
- Coordinar la actualización de estudios de mercado.
- Mantener actualizada la base de datos estadística de clientes.
- Crear respaldos de toda la información procesada en un medio informático.
- Recopilar de información para la investigaciones de mercado

Las características de perfil son:

- Estudiante universitario en ingeniería en marketing.
- Experiencia laboral ninguna.
- Habilidad de negocios.

4.2.11. SERVICIOS

4.2.11.1. Especificaciones del servicio que ofrece la empresa

La consultora y asesora PINEDA & ASOCIADOS S.A. esta direccionada para brindar servicios de asesorías y consultorías que requieran las MIPYMES, como también estará abierta la disponibilidad de la comunidad en general. La empresa ofertará los siguientes servicios:

1) Asesoramiento empresarial (Servicio base).

Este servicio tiene como objetivo principal suministrar a los emprendedores toda la información necesaria para la toma de decisiones en el proceso de creación de una MIPYME. Se trata, sobre todo, los aspectos importantes que hay que tener en cuenta y que se resumen en los siguientes aspectos:

- **El proyecto de crear la empresa**

Definir las características del empresario, las diferentes etapas para formar una empresa, el plan de empresa para asegurarnos el éxito de nuestro objetivo y la toma de decisiones.

- **La elección de la forma jurídica**

Desarrolla un profundo estudio sobre las diferentes formas jurídicas que se pueden adoptar haciendo hincapié en las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.

- **Las obligaciones del empresario**

Relata las diferentes obligaciones contractuales que conlleva la creación de una empresa tales como la llevar la contabilidad, ciertas obligaciones de tipo fiscal, de orden social, formal, etc.

- **Trámites administrativos**

La totalidad de actuaciones de ámbito nacional, autonómico y local que implican gestiones con los sujetos de creación de la empresa.

- **Financiación**

Toda empresa necesita recursos para asegurar su funcionamiento, por ello se estudiará las diferentes fuentes así como las ayudas y subvenciones. Además de un servicio de seguimiento y documentación en los primeros años de puesta en marcha del negocio.

- **Estudios financieros**

Este servicio que brinda la empresa consiste en analizar la viabilidad financiera de un proyecto, requisito indispensable para la aprobación y obtención de un préstamo financiero.

2) **Servicios periféricos**

Lo constituyen las líneas de servicio, estas no están consideradas como obligatorias para poder acceder al servicio principal, pero no se excluye a la misma que podrían contribuir a la captación de nuevos clientes, los mismos que estarían dentro de las líneas que se detalla a continuación:

- **Estudios de mercados**

Este servicio determina la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto o servicio en un área delimitada, con el fin de que el cliente pueda ampliar su negocio.

- **Capacitación**

Este servicio consiste en proporcionar a las personas participantes un programa integral de Gestión Estratégica de Negocios con el objetivo que los participantes desarrollen el necesario manejo de herramientas, marco conceptual de análisis, habilidades y competencias para su crecimiento.

4.2.12. PROCESO DE ASESORÍA

- a. Crear un ambiente controlado.- Los trabajadores y clientes se sienten mejor en ambientes que tienen pocas distracciones, para que puedan enfocarse a sus actividades sin interrupción. Privacidad es un factor importante para asegurar que el cliente asimile mejor.
- b. Preguntar al cliente.- Se enfocara en el proceso y no hacer preguntas para juzgar.
- c. Preguntar al cliente qué le gustaría hacer diferente.- Esto acelerará elementos de acción del cliente y los prepara para los siguientes pasos.
- d. Ofrecer sugerencias.
- e. Hacer una revisión de la realidad.
- f. Ayudar a los clientes a incrementar su interés en los resultados finales.
- g. Acordar metas a corto plazo. Obtener acuerdos mutuos en lo próximo que se hará.

4.2.13. ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

En el cuadro 4, se ubicaron los activos fijos tangibles con los que contará la empresa.

Cuadro 4. Activos fijos

Descripción	Valor
Adecuación del local	\$ 2 800
Equipos de oficina	\$ 2 500
Escritorios de oficina	\$ 1 400
Total	\$ 6 700

La empresa PINEDA & ASOCIADOS S.A, alquilará un local previamente establecido el cual cuenta con todos los servicios básicos y de fácil acceso para los clientes, donde se estable los rubros que se destinaran para la adecuación, los equipos de oficina y los escritorios de oficina, esto facilitará el desarrollo de los procesos dentro de la empresa, el brindar un servicio cómodo y eficiente para el usuario.

4.2.14. ACTIVOS DIFERIDOS

Los gastos que la empresa incurrirá para establecer la empresa y asegurar el arriendo son de \$.5 400 dólares (ver cuadro 5).

Cuadro 5. Activos diferidos

Descripción	Valor
Arriendos pre-pagados	\$ 4 800,00
Trámites legales	\$ 600,00
Total	\$ 5 400,00

4.2.15. GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS Y MANTENIMIENTO

Los valores registrados dentro del cuadro 6, corresponden a los gastos de servicios básicos y de mantenimiento.

Cuadro 6. Gastos servicios básicos y mantenimiento

Descripción	Mensual	Anual
Servicio básicos	\$ 120,00	\$ 1 440,00
Mantenimiento	\$ 30,00	\$ 360,00
Total	\$ 150,00	\$ 1 800,00

4.2.16. SUMINISTROS DE OFICINA

Se trabajara con los documentos debidamente refrendados con el logotipo de la empresa para ellos se detalla los suministros de oficina a utilizar (ver cuadro 7).

Cuadro 7. Suministros de oficina

Descripción	Mensual	Anual
Hojas membretadas	\$ 14,00	\$ 168,00
Sobres membretados	\$ 8,00	\$ 96,00
Esferográficos	\$ 4,00	\$ 48,00
Lápices	\$ 3,00	\$ 36,00
Borradores	\$ 2,00	\$ 24,00
Sellos faximiles	\$ 10,00	\$ 120,00
Papel de recordatorios recados	\$ 2,50	\$ 30,00
Otros	\$ 6,53	\$ 78,30
Total	\$ 50,03	\$ 600,30

4.2.17. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos emergentes de la administración de recursos humanos y logísticos alcanzan un valor de \$. 112 280,51, se detallan los demás costos (ver cuadro 8).

Cuadro 8. Gastos administrativos

Descripción	Mensual	Anual
Remuneraciones	\$ 8 111,68	\$ 97 340,21
Servicios básicos	\$ 120,00	\$ 1 440,00
Suministros de oficina	\$ 50,03	\$ 600,30
Impuestos	\$ 50,00	\$ 600,00
Mantenimiento	\$ 30,00	\$ 360,00
Arriendo local	\$ 400,00	\$ 4 800,00
Dividendos	\$ 345,00	\$ 4 140,00
Imprevistos	\$ 250,00	\$ 3 000,00
Total	\$ 9 356,71	\$ 112 280,51

4.2.18. GASTOS DE VENTAS

En el cuadro 9 tenemos la preparación y distribución del servicio que será anunciada por diferentes medios por ello se presenta un cuadro de gastos de ventas.

Cuadro 9. Gastos de venta

Descripción	Mensual	Anual
Anuncios radiales	\$ 90,00	\$ 1 080,00
Rótulos	\$ 25,00	\$ 300,00
Folletos	\$ 25,00	\$ 300,00
Prensa	\$ 100,00	\$ 1 200,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
Total	\$ 265,00	\$ 3 180,00

4.3. DISPONIBILIDAD DE RECURSO CAPITAL

La empresa en el corto plazo utilizará \$. 92 093,21, esto permitirá el normal desarrollo de las actividades, se tuvo en cuenta la tabla de escalas salariales del sector público para la asignación de sueldos y salarios, tal como se refleja en el cuadro 10.

Cuadro 10. Capital de trabajo

Descripción	Valor
Sueldos y salarios	\$ 97 340,21
Gastos de mantenimiento	\$ 360,00
Suministros de oficina	\$ 600,30
Gastos de publicidad	\$ 2 988,00
Gastos Pre-operativos	\$ 600,00
Servicios básicos	\$ 1 440,00
Alquiler	\$ 4 800,00
Total	\$ 108 128,51

4.4. EVALUACIÓN FINANCIERA-ECONÓMICA

4.4.1. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

El estudio de mercado y el estudio técnico permitió establecer el estudio financiero y económico, resolviendo los objetivos “Realizar un análisis Financiero y Económico para la creación de una empresa consultora y asesora de proyectos de inversión para las MIPYMES de la Ciudad de Machala”, cuyas variables resueltas son evaluación financiera y rentabilidad, manteniendo una visión empresarial en el establecimiento de la empresa, esto se concuerda con Bazzani (2008) que manifiesta que la actividad de asesoramiento y consultoría se ha ido desarrollado a lo largo del tiempo de manera especializada y sectorial en el ámbito público y privado.

En base a los estudios realizados se determinó que el total de la inversión es de \$104 193, 21 dólares, donde se establece el total de los activos tangibles, activos diferidos y capital de trabajo.

En el cuadro 11, se detallan los montos de inversión planteados para el desarrollo de la empresa.

Cuadro 11. Total de Inversión

Descripción	Total
Activos tangibles	\$ 6 700,00
Activos diferidos	\$ 5 400,00
Capital de trabajo	\$ 92 093,21
Total	\$ 104 193,21

4.4.2. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Se establece hacer un préstamo al banco del fomento para financiar el proyecto en donde el 49% va ser financiado y el 51% de capital propio (ver cuadro 12).

Cuadro 12. Financiamiento

Descripción	Porcentaje	Valor
Aporte accionista	49%	\$ 58 911,97
Banco de fomento	51%	\$ 61 316,54
Total	100%	\$ 120 228,51

4.4.3. FUENTES Y USOS

En el presente cuadro, se ubicaron los activos fijos, diferidos y trámites legales, además del capital de operación, el aporte del accionista y el valor del préstamo; se compara con el porcentaje de afectación que tendrán en la empresa (ver cuadro 13).

En los gastos financieros se demostró el monto del préstamo para poder financiar el proyecto, la tasa de interés y los periodos conforme al préstamo que se efectuara al Banco de Fomento y de acuerdo a sus políticas y requerimientos especificados.

Cuadro 13. Fuentes y usos

INVERSIÓN FIJA	VALOR	PORCENTAJE
ADECUACIÓN / LOCAL	\$ 2 800	42%
EQUIPO Y MAQUINARIA	\$ 2 500	37%
ESCRITORIOS DE OFICINA	\$ 1 400	21%
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 6 700	100%
INVERSIÓN DIFERIDA		PORCENTAJE
ARRIENDO PREPAGADOS	\$ 4 800,00	89%
TRÁMITES LEGALES	\$ 600,00	11%
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 5 400,00	100%
TOTAL INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA	\$ 12 100,00	10%
CAPITAL DE OPERACIÓN	\$10 8128,51	90%
INVERSIÓN TOTAL	\$ 120 228,51	100%
FINANCIAMIENTO	\$ 61 316,54	51%
CAPITAL PROPIO	\$ 58 912	49%
TOTAL	\$ 120 228,51	100%

4.4.4. INGRESOS Y COSTOS DEL PROYECTO

4.4.4.1. Gastos Financieros

En el cuadro 14 se evidencia la proyección que se realizó a 5 años del financiamiento del proyecto.

Cuadro 14. Estructura del Financiamiento

		Préstamo	Capital Propio	Inversión Total
% de Apalancamiento	49% Préstamo	58 911,97	61 316,54	120 228,51
	51% Capital Propio			
		Tasa	10%	
Inversión en equipos y muebles	\$ 12 100,00	N° Pagos	5	
Capital de trabajo	\$ 108 128,51	Valor Deuda	\$ 58 912	
Inversión total	\$ 120 28,51	Cuota	\$ 15 541	
Tasa	N	Pago		
10%	5	\$ (58 911,97)		
Periodo	Cuota	Interés	Amortización	Capital vivo
0				\$ 58 911,97
1	\$ 15 540,83	\$ 5 891,20	\$ 9 649,63	\$ 49 262,34
2	\$ 15 540,83	\$ 4 926,23	\$ 10 614,60	\$ 38 647,74
3	\$ 15 540,83	\$ 3 864,77	\$ 11 676,06	\$ 26 971,69
4	\$ 15 540,83	\$ 2 697,17	\$ 12 843,66	\$ 14 128,03
5	\$ 15 540,83	\$ 1 412,80	\$ 14 128,03	\$ 0,00
	\$ 77 704,15	\$ 18 792,18	\$ 58 911,97	

4.4.4.2. Ingresos del proyecto

La empresa PINEDA & ASOCIADOS S.A, proyecta un ingreso de sus ventas alcanza a los \$. 62 000 dólares al año, a continuación se detallan los siguientes resultados tal como se aprecian en el cuadro 15.

Cuadro 15. Ingresos del proyecto.

Mes	Año	Producto	Precio	Total anual
1	12	Proyectos de Inversión	\$ 1 800,00	\$ 21 600,00
20	240	Asesoría empresarial	\$ 160,00	\$ 38 400,00
10	120	Estudios de mercado	\$ 270,00	\$ 32 400,00
15	180	Estudios financieros	\$ 320,00	\$ 57 600,00
10	120	Capacitaciones	\$ 100,00	\$ 12 000,00
Total	56	672	\$ 2 650,00	\$ 162 000,00

4.4.4.3. Proyección de ingresos

Para la proyección de los ingresos se multiplico la inflación que es de 3,23% para el 2014, más un incremento del 1,77% que da un valor total de 5%, tal como se puede apreciar en el cuadro 16.

Cuadro 16. Proyección de ingresos.

Años	1	2	3	4	5
MIPYMES	\$ 162 000,00	\$ 170 100,00	\$ 178 605,00	\$ 187 535,25	\$ 196 912,01
Total	\$ 162 000,00	\$ 170 100,00	\$ 178 605,00	\$ 187 535,25	\$ 196 912,01

4.4.4.4. Estado de Situación Inicial

A los inicios de la empresa se tiene establecido los montos correspondientes a los flujos contables establecidos a los activos y pasivos respectivos, tal como se puede apreciar el cuadro 17.

Cuadro 17. Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corriente		Pasivo corriente	
Bancos	\$108 128,51	Pasivo a L/P	\$ 61 316,54
Activo diferido	\$ 5 400,00	Total pasivos	
Arriendos pre-pagados	\$ 4 800,00	Patrimonio-Capital	\$ 58 911,97
Permisos	\$ 600,00		
Activos fijos	\$ 6 700,00		
Adecuaciones local	\$ 2 800,00		
Equipos de oficina	\$ 2 500,00		
Escritorios de Oficina	\$ 1 400,00		
Total de Activos	\$ 120 228,51	Total pasivo y capital	\$ 120 228,51

4.4.4.5. Estado de Resultados

El estado de resultados analizados se encuentra dentro del cuadro 18.

Cuadro 18. Estado de resultados

INGRESOS		\$ 16 000,00
Ingresos por servicio	\$ 162 000,00	
(-) EGRESOS		\$ 125 780,14
Gastos Administrativos	\$ 112 280,51	
Gastos de Ventas	\$ 3 180,00	
Otros gastos	\$ 10 319,63	
Utilidad antes de impuestos		\$ 36 219,86
(-) 15% Participación trabajadores		\$ 5 432,98
(-) 22% Impuesto a la renta		\$ 7 968,37
Utilidad del ejercicio		\$ 22 818,51

4.4.4.6. Flujo de caja

La empresa PINEDA & ASOCIADOS S.A. presentó los siguientes resultados de su flujo de caja registrado en el cuadro 19.

Cuadro 19. Flujo de Caja						
RUBROS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales		\$ 162.000,00	\$ 170.100,00	\$ 178.605,00	\$ 187.535,25	\$ 196.912,01
Ingresos por servicio		\$ 162.000,00	\$ 170.100,00	\$ 178.605,00	\$ 187.535,25	\$ 196.912,01
Egresos operacionales		\$ 136.099,77	\$ 143.568,88	\$ 148.004,24	\$ 152.590,85	\$ 157.333,86
Gastos operacionales		\$ 122.600,14	\$ 130.069,25	\$ 134.504,61	\$ 139.091,21	\$ 143.834,22
Gastos de venta		\$ 3.180,00	\$ 3.180,00	\$ 3.180,00	\$ 3.180,00	\$ 3.180,00
Egresos que no necesitan des		-\$ 10.319,63	-\$ 10.319,63	-\$ 10.319,63	-\$ 10.319,63	-\$ 10.319,63
Flujos operacionales		\$ 25.900,23	\$ 26.531,12	\$ 30.600,76	\$ 34.944,40	\$ 39.578,16
Ingresos no operacionales	\$ 58.911,97					
Préstamo bancario	\$ 58.911,97					
Egresos no operacionales	\$ 6.700,00	\$ 5.400,00	\$ 11.948,04	\$ 12.545,44	\$ 13.172,71	\$ 13.831,35
Compra de activos	\$ 6.700,00					
Pago participación utilidades			\$ 3.979,67	\$ 4.178,65	\$ 4.387,58	\$ 4.606,96
Pago de impuesto			\$ 7.968,37	\$ 8.366,79	\$ 8.785,13	\$ 9.224,38
Activo diferido		\$ 5.400,00				
Flujo no operacional	\$ 52.211,97	-\$ 5.400,00	-\$ 11.948,04	-\$ 12.545,44	-\$ 13.172,71	-\$ 13.831,35
Flujo neto generado (c+f)	\$ 52.211,97	\$ 20.500,23	\$ 14.583,09	\$ 18.055,32	\$ 21.771,69	\$ 25.746,81
Saldo inicial de caja		\$ 52.211,97	\$ 72.712,20	\$ 87.295,28	\$ 105.350,60	\$ 127.122,30
Saldo final de caja	\$ 52.211,97	\$ 72.712,20	\$ 87.295,28	\$ 105.350,60	\$ 127.122,30	\$ 152.869,11

4.4.5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

4.4.5.1. Valor Actual Neto (VAN)

El cuadro 20 presenta el análisis financiero del Valor Actual Neto.

Cuadro 20. Valor Actual Neto	
AÑOS	FLUJO NETO DISPONIBLE
0	-\$ 58 911,97
1	\$ 20 500,23
2	\$ 14 583,09
3	\$ 18 055,32
4	\$ 21 771,69
5	\$ 25 746,81
VAN	\$ 14 726,43

El resultado de flujo de caja con el valor de desecho, proyectado un valor actual neto de \$. 14 726,43. En consecuencia, este estudio es viable, debido al resultado positivo de la VAN.

4.4.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

El resultado de flujo de caja con el valor de desecho, proyectó una TIR del 20% lo que demuestra una rentabilidad viable (cuadro 21).

Cuadro 21. Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO DISPONIBLE
0	-\$ 58 911,97
1	\$ 20 500,23
2	\$ 14 583,09
3	\$ 18 055,32
4	\$ 21 771,69
5	\$ 25 746,81
TIR	20%

4.5. RENTABILIDAD

4.5.1. ÍNDICES DE RENTABILIDAD

Los porcentajes de utilidad que la empresa PINEDA & ASOCIADOS S.A., podrían obtener son los siguientes:

$$\text{Rendimiento sobre ventas} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} \times 100$$

$$\text{Rendimiento sobre ventas} = \frac{\$ 22.818,51}{\$ 162.000,00} \times 100$$

$$\text{Rendimiento sobre ventas} = 14,09\%$$

La empresa PINEDA & ASOCIADOS S.A. obtuvo una rentabilidad del 14,09% del total de las ventas.

$$\text{Rendimiento de la inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos Totales}} \times 100$$

$$\text{Rendimiento de la inversión} = \frac{\$22\,818,51}{\$120\,228,51} \times 100$$

$$\text{Rendimiento de la inversión} = 18,99\%$$

Se determinó que la empresa podrá generar ganancias de un 18,99 %, es decir que por cada dólar invertido se obtendrá ese porcentaje de utilidad.

$$\text{Rendimiento del capital social} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital social}} \times 100$$

$$\text{Rendimiento del capital social} = \frac{\$22\,818,51}{\$58\,911,97} \times 100$$

$$\text{Rendimiento del capital social} = 38,73\%$$

Las utilidades puras de la empresa que obtuvo son del 38,73%, quiere decir que por cada dólar o unidad invertida se obtendrá dicho porcentaje de utilidad, demostrando que la empresa tiene la viabilidad económica para poder generar una rentabilidad significativa a la inversión total.

4.5.2. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se estimó un punto de equilibrio para cada servicio brindado (cuadro 22, 23, 24, 25 y 26)

Cuadro 22. Punto de Equilibrio, Proyectos de inversión

				PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
		Q Ventas	0	0	1	\$ 1
Datos iniciales		\$ Ventas	0	479	957	\$ 1 436
Precio Venta	1800	Costo Variable	0	199	399	\$ 598
Coste Unitario	750	Costo Fijo	558	558	558	\$ 558
Gastos Fijos Mes	558	Costo Total	558	758	957	\$ 1 157
Pto. Equilibrio	1	Beneficio	-558	-279	0	\$ 279
Para alcanzar el punto de equilibrio se deberá vender						
\$ Ventas Equilibrio	957	1 unidades mes				

Cuadro 23. Punto de Equilibrio, Estudios de mercado.

				PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
		Q Ventas	0	2	5	\$ 7
Datos iniciales		\$ Ventas	0	628	1 256	\$ 1 884
	\$ 270	Costo				
Precio Venta		Variable	0	349	698	\$ 1 047
	\$ 150					
Coste Unitario		Costo Fijo	558	558	558	\$ 558
	\$ 558					
Gastos Fijos Mes		Costo Total	558	907	1 256	\$ 1 605
Pto. Equilibrio	5	Beneficio	-558	-279	0	\$ 279
	Q de					
\$ Ventas Equilibrio	1.2	\$ de	Para alcanzar el punto de equilibrio se deberá			
	56	Equilibrio	vender 5 unidades mes			

Cuadro 24. Punto de Equilibrio, Asesoría empresarial.

			PERDIDA	P.E.	UTILIDAD		
		Q Ventas	0	3	7	\$ 10	
Datos		\$ Ventas	0	558	1.117	\$ 1.675	
iniciales		Costo					
Precio		Variable	0	279	558	\$ 838	
Venta	\$ 160	Costo					
Coste		Fijo	558	558	558	\$ 558	
Unitario	\$ 80	Costo					
Gastos Fijos		Total	558	838	1.117	\$ 1.396	
Mes	\$ 558						
Pto.							
Equilibrio	7	Q de Equilibrio	Beneficio	-558	-279	0	\$ 279
\$ Ventas			Para alcanzar el punto de equilibrio se deberá				
Equilibrio	1.117	\$ de Equilibrio	vender 7 unidades mes				

Cuadro 25. Punto de Equilibrio, Estudios Financieros

			PERDIDA	P.E.	UTILIDAD		
		Q Ventas	0	2	3	\$ 5	
Datos		\$ Ventas	0	525	1 051	\$ 1 576	
iniciales		Costo Variable	0	246	493	\$ 739	
Precio Venta	\$ 320	Costo Fijo	558	558	558	\$ 558	
Coste		Costo Total	558	805	1 051	\$ 1 297	
Unitario	\$ 150						
Gastos Fijos							
Mes	\$ 558						
Pto.							
Equilibrio	3	Q de Equilibrio	Beneficio	-558	-279	0	\$ 279
\$ Ventas			Para alcanzar el punto de equilibrio se deberá vender 3				
Equilibrio	1 051	\$ de Equilibrio	unidades mes				

Cuadro 26, Punto de Equilibrio, Capacitaciones.

			PERDIDA	P.E.	UTILIDAD		
		Q Ventas	0	6	\$ 17		
Datos iniciales		\$ Ventas	0	558	1.117	\$ 1.675	
Precio		Costo					
Venta	\$ 100	Variable	0	279	558	\$ 838	
Coste		Costo Fijo	558	558	558	\$ 558	
Unitario	\$ 50	Costo Total	558	838	1.117	\$ 1.396	
Gastos							
Fijos Mes	\$ 558						
Pto.							
Equilibrio	11	Q de Equilibrio	Beneficio	-558	-279	0	\$ 279
\$ Ventas			Para alcanzar el punto de equilibrio se deberá vender 11				
Equilibrio	1.117	\$ de Equilibrio				unidades mes	

5. CONCLUSIONES

1. Producto a los controles gubernamentales y las disposiciones de calidad y de atención que deben de prestar, las MIPYMES de la Ciudad de Machala se encuentran estables a pesar de que el desconocimiento y la mala utilización de herramientas tecnológicas no han permitido un desarrollo eficiente de su producción.
2. El estudio de factibilidad demostró la viabilidad que tiene para el mercado la creación de una Empresa Consultora y Asesora de Proyectos de Inversión, por cuanto las MIPYMES necesitan de estos servicios al tiempo que evidencia que los ingresos proyectados serán mayores que los egresos generando utilidades favorable para la empresa.

6. RECOMENDACIONES

1. Impulsar estos proyectos de consultoría y asesoría de proyectos, dirigidos a las MIPYMES para el fortalecimiento y desarrollo económico social y del entorno.
2. Realizar convenios de trabajos entre las MIPYMES y la Universidad Técnica de Machala, con el fin de generar proyectos que sean dirigidos por los estudiantes para el desarrollo de la comunidad.
3. Mantener un sistema estable de actualización de las leyes, normas, decretos, etc. que emitan las instituciones gubernamentales a nivel local y nacional en relación con esta actividad económica.

7. RESUMEN

El objetivo del presente trabajo fue determinar la factibilidad que tendría la implementación de una Empresa Consultora y Asesora de Proyectos de Inversión (ECAPI) para las MIPYMES de la ciudad de Machala tomando en cuenta la necesidad de los micro empresarios que no tienen el espacio o los recursos necesarios para resolver sus problemas empresariales. La investigación, de tipo descriptivo y diseño no experimental, permitió observar los fenómenos tal y como ocurren en la actualidad con bases de investigación bibliográfica, documental y el desarrollo de encuestas, para la obtención de la información y su procesamiento. Se establecieron las variables de mercado, costos de producción, disponibilidad de recurso capital, evaluación financiera y rentabilidad con análisis estadísticos, bibliográficos y económicos, Los resultados muestran la necesidad y oportunidad de poseer una empresa que atienda y asesore a las MIPYMES siguiendo una metodología de trabajo bien organizada para garantizar resultados favorables en el posicionamiento de las empresas al tiempo que puedan establecerse en un mercado de fuerte competencia. El análisis financiero demostró la viabilidad positiva que tiene la ECAPI en el mercado, dado que los ingresos proyectados cubren los costos del proyecto dejando una utilidad considerable y una liquidez estable.

Palabras clave:

MIPYMES – Machala - Empresa Consultora y Asesora de Proyectos de Inversión-
Viabilidad, rentabilidad, factibilidad financiera y económica

8. SUMMARY

The aim of this study was to determine the feasibility that would implement a consulting firm and Advisory Investment Projects (ECAPI) for MIPYMES in the city of Machala taking into account the need of micro entrepreneurs who do not have spaced or resources needed to solve their business problems. The research, descriptive and non-experimental design allowed us to observe the phenomena as they occur today with library research databases, document and development of surveys for obtaining and processing information. Market variables, production costs, availability of capital resources, financial evaluation and profitability statistical, bibliographic and economic analyzes were established The results show the need and opportunity to posesionar a company to assist and advise MIPYMES following a methodology well organized to ensure favorable results in the positioning of companies while to settle in a highly competitive job market. The financial feasibility analysis showed positive ECAPI having the market, as projected revenues cover the costs of the project leaving considerable utility and stable liquidity.

Keywords:

MSMEs - Machala - Business Consultant and Advisor investment projects
viability, profitability, financial and economic feasibility

9. BIBLIOGRAFÍA

- BAZZANI, E. (2008). Análisis de riesgo en proyectos de inversión. Universidad Tecnológica de Pereira.
- BOUBY F. (2006). Retos de las pymes frente a las nuevas condiciones de productividad y competitividad. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional Mayor San Marcos. Disponible en: <http://economia.unmsm.edu.pe/servicios/publicaciones/revistas/Articulos/REV019/rev19-art15.pdf>
- BRAND, J. (2005). Dirección y gestión de proyectos. Segunda edición.
- CABRERA, A., de la Cuadra, S., Galetovic, A., y Sanhueza, R. (2009). La pyme: quiénes son, cómo son y qué hacer con ellas. Centro de Estudios Públicos: Santiago de Chile. Recuperado el 11 Marzo, 2013: http://www.cepchile.cl/dms/lang_1/doc_4545.html.
- COHEN, W. (2007). “Cómo ser un consultor exitoso”. Grupo editorial Norma. Bogotá, Colombia.
- DELZO, A. (2009). Calculo de los indicadores económicos. Universidad Nacional Mayor de San Marco. Perú 2009. Recuperado el 28 Agosto. 2014 del sitio Web: <http://es.scribd.com/doc/23554905/INDICADORES-ECONOMICOS-PARA-EL-ANALISIS-DE-PROYECTOS>.
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. Art. 276 numeral 2. Art. 309. Art. 336.
- ECUADOR, (2011). “Código de la Producción”. Asamblea del Ecuador.
- ECUADOR, (2012). Cámara de comercio de Guayaquil.
- FLOR, G. (2006). “Guía para elaborar planes de negocios”. Primera Edición. Quito.

- GRAUE, A. (2006). Microeconomía enfoque de negocios. Pearson Educación. Ciudad de México.
- HERNADÉZ, I. (2010). “Curso de Teoría moderna de la firma”. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado el 7 Junio, 2014 del sitio Web: <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006969/lecciones/cap73.htm>
- HERRERA, E. (2007). Riesgos en Proyectos de Inversión: Cómo Enfrentarlos, Cydhem S.A., Primera Edición.
- NASSIR, S. (2006). Preparación y evaluación de proyectos. Mc Graw- Hill. Cuarta edición. México.
- MILAN, K. (2006). La consultoría de empresas: guía para la profesión. México, Limusa Noriega, (3ª ed.), 956 pp.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS, (2014). Clasificación Industrial Internacional. Recuperado el 14 junio, 2014 del sitio Web: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=27&Lg=1&Top=1>.
- SOLANO, A. (2011). “Caracterización de las MIPYMES comercial del cantón Machala”. Machala.
- WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT, (2007). Promoción de pequeñas y medianas empresas para el desarrollo sostenible.

ANEXO 1. Modelo de Encuesta

Nombre de la empresa:

Actividad empresarial:

- 1. ¿Cuál es la edad del propietario?**

- 2. ¿Cuál es su nivel de instrucción académica?**

- 3. ¿Tiempo, que tiene su negocio en marcha?**

- 4. ¿Superficie del inicio del negocio y actualmente?**

- 5. ¿Ha invertido o mejorado en su negocio en los últimos 5 años?**

- 6. ¿Ha recibido alguna ayuda pública o privada?**

- 7. ¿Utiliza alguna herramienta tecnológica?**

Internet

E-mail

Scanner

Computador

Fax

Otros _____

- 8. ¿Este local comercial es?**

Propio

Alquilado

Prestado

Otro _____

9. ¿Cuántos empleados mantiene en su empresa?

10. ¿En promedio cuanto es el valor de sus activos?

Menor a \$5 000

De \$5 000 a \$10 000

De \$10 000 a \$20 000

De \$20 000 a \$30 000

Mayor a \$30 000

No sabe

11. ¿Cómo se encuentra actualmente su negocio?

Estable

Inestable

Pensando en cerrar

Queriendo expandirse

12. ¿Su empresa utiliza proyectos para mejorar sus ventas?

SI NO

13. ¿Tiene conocimiento de consultoras de proyectos existentes en la ciudad?

SI NO

Cual: _____