

CAPITULO I

1. Antecedentes¹

Los últimos informes del censo nacional económico del 2010, revelaron que en la provincia del Guayas, el 70% de las empresas se encuentran en la ciudad de Guayaquil. Las empresas Guayaquileñas se conforman como familiares, sociedades y personales, en su mayoría estas empresas se ve disminuida la sostenibilidad y calidad sobre todo por la falta de orientación metodológica, técnica y tecnológica, ya que no elaboran adecuadas planificaciones, proyecciones de mercado y no se enfocan en un buen sistema de calidad tanto de producto como de servicio.

Guayaquil como ciudad comercial, tiene el mayor número de surgimiento de emprendedores, muchos de ellos con ideas innovadoras, que revolucionan en el mercado, pero con el tiempo no se mantienen, debido a la falta de conocimiento de cómo sostener una empresa, esto pasa la mayoría de veces ya que no aplican ningún estudio de mercado, no maneja las leyes laborales, no sabe analizar su situación financiera o con el tiempo sus procesos han quedado obsoletos.

Todo esto lo podemos vincular con la falta de una cultura de comunicación, debido que las mayorías de las empresas no saben de gerencia, si no que con el paso del tiempo tuvieron la suerte de tomar una decisión para bien que cambio el giro del negocio económicamente, y debido a esta fortuna nunca se preocupan de asistir al personal con capacitaciones o seminarios, no se aportan ideas nuevas debido que es la cabeza principal el que las puede aportar, no se fideliza al cliente, no se involucra con la realidad del mercado al no seguir las reglas claras, por lo general este tipo de empresas se las conoce como las de la vieja escuela.

1

(s.f.). Obtenido de <http://www.lacamara.org/ccg/2012%20IT%20CCG>

1.1. Macroentorno del sector

1.1.1. Factores Económicos ²

El negocio de la consultoría al igual que muchos otros depende en gran parte de las variables económicas, la diferencia primordial es que en muchos de los casos la crisis muestra un repunte en este tipo de servicios pues las empresas consideran vital contar con el apoyo de especialistas para sortear conflictos ocasionados por la crisis.

Entre los factores económicos más relevantes para este negocio están:

Producto interno bruto

Este indicador mide la cantidad de productos y servicios producidos por una economía en un período de tiempo determinado, de acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador el país en el año 2011 el resultado del PIB fue %7,7.

Inflación

La inflación en concepto es el alza sostenida de los precios en un periodo determinado. La Inflación en el país en el año 2011 fue del 5,41%, este indicador afecta de forma directa al mercado empresarial puesto que la subida de precios ocasiona el encarecimiento de las materias primas, mano de obra y servicios; lo que potencialmente contrae la demanda de actividades de consultoría y asesoría.



Fuente imagen 2: Diario HOY

²

INEC. (2012). *Informes Estadísticos*.

Tasas de interés ³

Las tasas de interés activas efectivas calculadas por el Banco Central, hasta a Diciembres del año 2011 son:

Segmento de Crédito	Tasas de interés activas efectivas calculadas por el Banco Central	
	Tasa Referencial	Tasa Máxima
Productivo Corporativo	8,17%	9,33%
Productivo PYMES	11,20%	11,83%
Consumo	15,91%	16,30%
Vivienda	10,64%	11,33%
Microcrédito acumulación ampliada	22,44%	25,50%

Fuente imagen 3: Banco Central del Ecuador
Realizado: Por el Autor

1.1.2. Factores Políticos ⁴

Los factores políticos son determinantes para el sector empresarial, el cambio constitucional y las posibles modificaciones tributarias, además del aumento del desempleo a nivel del sector público ha reducido de forma drástica el Índice de Confianza empresarial que según la consultora Deloitte se ubica en 83,6 puntos de 250, lo que muestra que tanto la inversión local como externa es limitada.

En las siguientes imágenes presentamos los indicadores.

³

Ecuador, Banco Central del Ecuador. (2011). *Tasa de Interés*.

⁴ (Deloitte)

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Enero	97.1	81.2	78.6	73.3	83.5	92.3
Febrero	100.6	77.8	88.7	62.3	78.4	92.6
Marzo	86.5	83.6	86.9	66.8	83.4	86.5
Abril	89.8	88.6	90.9	71.1	84.6	76.2
Mayo	80.7	92.2	89.0	93.2	81.6	84.5
Junio	106.7	93.7	93.1	95.3	91.3	80.1
Julio	96.1	84.5	95.4	98.4	93.2	80.0
Agosto	96.6	84.0	92.5	85.0	93.5	77.8
Septiembre	91.2	90.0	85.4	86.6	90.2	88.0
Octubre	100.9	95.0	92.3	84.2	88.6	79.0
Noviembre	94.8	98.9	89.0	84.1	94.6	76.9
Diciembre	94.3	77.8	80.2	82.0	95.4	89.0
Promedio	94.6	87.3	88.5	81.9	88.2	83.6



Fuente de imagen 4: Deloitte

1.1.3. Factores Tecnológicos

La competitividad de un país mejora si posee la infraestructura adecuada para desarrollar su economía en forma eficiente y productiva.

La infraestructura tiene dos perspectivas principales: la una se refiere a la infraestructura considerada “tradicional” que abarca la vialidad, energía, puertos y otros; la otra, la infraestructura de tecnologías de la información y la comunicación, que contribuye a elevar la competitividad ya que dinamiza los procesos de difusión y gestión del conocimiento además del mejoramiento de las condiciones de producción en todos los niveles empresariales.

1.1.4. Factores Sociales

Los factores sociales se relacionan directamente con el incremento de la actividad unipersonal y micro empresarial, usualmente falta de empleo o el subempleo son condiciones idóneas para la creación de negocios.

El crecimiento poblacional, el acelerado proceso de urbanización y el poseer una población joven en alta proporción, hacen que se eleve también la demanda de servicios sociales básicos. El importante papel que juega la educación en la estructura social radica en su tarea enfocada a mejorar la calidad de los recursos humanos.

1.1.5. Factores legales

Existen varios aspectos legales que afectan al negocio de la consultoría, el ejercicio de esta actividad requiere del cumplimiento de requisitos, su registro y validación, para esto el negocio requerirá ceñirse a las siguientes leyes y normativas:

- Ley de Consultoría
- Reglamento Reformatorio y Codificadorio de la Ley de Consultoría
- Instructivo Societario de la Superintendencia de Compañías.
- Ley de Régimen Tributario Interno; y demás leyes y reglamentos necesarios para la operación del negocio

Información detallada de la Ley de Consultoría, en el Anexo I

1.2. Misión

Misión es una declaración duradera de propósitos que distingue a una organización de otras similares. Es un compendio de la razón de ser de una empresa, esencial para determinar objetivos y formular estrategias.

Brindar el mejor servicio a nuestros clientes, obteniendo resultados positivos y claros, para el crecimiento interno y externo de su empresa, con la máxima dedicación, responsabilidad y compromiso.

1.3. Visión⁵

Se considera como visión la posición que la empresa aspira alcanzar en el futuro mediante el desarrollo de acciones apropiadas para la consecución del objetivo previsto.

Ser un referente de consultoría en servicios integrales, con un posicionamiento sostenido, mediante la prestación de nuevos servicios e innovaciones, acompañado de la responsabilidad social que aportamos día a día a nuestros clientes.

1.4. Valores Empresariales

Los valores son los principios que rigen todas las relaciones entre los miembros del equipo, los clientes, colaboradores y proveedores. Nuestros principios son:

- Servicio: Porque estamos comprometidos con brindar servicios completos, adecuados, sensatos, objetivos y eficientes a los clientes, para cumplir con sus expectativas y satisfacer sus necesidades.
- Respeto: Porque desarrollamos procesos de consultoría y asesoría empresariales con observancia de la normatividad legal vigente, con tolerancia con la realidad del país y con compromiso social con la sociedad, el medio ambiente y los clientes.

⁵

Víctor Hugo Vázquez, *Organización Aplicada* (pág. 106).

- Responsabilidad: Porque es consciente de la importancia de ofrecer soluciones éticas a los diversos inconvenientes, a nivel financiero, organizacional, tributario, que padecen las pequeñas y medianas empresas, consideradas parte del bastión de la economía de un país y enmarcadas dentro de escenarios de cualquiera recuperación económica.
- Honestidad: Porque garantiza el manejo confidencial, objetivo y responsable de la información de los clientes, evitando la manipulación de la misma y contribuyendo a la disminución de irregularidades en la presentación de dicha información a las autoridades competentes.
- Solidaridad: Porque está comprometida con el diseño de estrategias empresariales acordes con la realidad del entorno, sin renunciar a la creación de valor para sus socios, empleados y clientes.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Identificar, a través de la investigación de mercados o proyección del mercado, la viabilidad de la creación de una empresa de consultoría de servicios integrales para las pequeñas y medianas empresas, complementando con otros servicios como; asesoría externas, capacitaciones y seminarios para cualquier tipo de empresas, donde se solucionara, todo tipo de problema organizacional, a través de un completo y veraz diagnóstico para el sector que lo amerite.

1.5.2. Objetivos específicos

- Diseñar esquemas de gestión con herramientas sistematizadas.
- Identificar las actuales falencias y dificultades en el manejo de la información.
- Realizar un diagnóstico exhaustivo de todos los procesos que se desarrollan al interior de estas empresas.
- Realizar un análisis del actual panorama de las empresas de varios sectores, identificando el FODA y el nivel MACRO.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

- Establecer los principales retos y desafíos que enfrentan las empresas a nivel interno y externo.
- Identificar el nivel de aceptación y la factibilidad de la creación de una empresa de consultoría de servicios integrales, analizando los posibles escenarios derivados de la creación de la misma y su impacto en el desempeño real de estas.
- Determinar propuestas estratégicas planteamientos organizaciones que deberá tener la empresa.
- Realizar el estudio financiero del proyecto que permita determinar el monto óptimo de inversión así como la rentabilidad que generara el proyecto.

1.6. Análisis FODA ⁶

Consiste en evaluar las fortalezas y debilidades que están relacionadas con el ambiente interno (recursos humano, técnicos, financieros, tecnológicos, etcétera) y oportunidades y amenazas que se refieren al entorno externo (microambiente: proveedores, competidores, canales de distribución, consumidores, macro ambiente: economía, ecología, demografía, etcétera) de la empresa. La importancia en la realización de este análisis, consiste en poder determinar en forma objetiva, en que aspectos la empresa tiene ventajas respecto a su competencia y en qué aspectos necesita mejorar para poder ser competitiva.

	FORTALEZA	DEBILIDADES
ENTORNO INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para detectar oportunidades de negocios • Experiencia del personal contratado para brindar asesorías y consultorías • Capacidad de diversificar los paquetes de Asesoría y consultoría de acuerdo a las necesidades de las empresas 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias comerciales y empresariales. • No alcanzar las metas o proyecciones. • No ser reconocido en el mercado, ya que no se cuenta con el valor de la marca.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ENTORNO EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la economía • Estabilidad en el gobierno • Posibilidad de establecer convenios con sectores productivos y de servicios • Posibilidad de ampliación del mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la competencia. • Incremento en la inflación y de las tasas de crédito • Las empresas de consultoría rebajen sus honorarios • Nivel de ingresos bajos para las empresas, por pérdida de competitividad

⁶

Ventura, L. S. Fundamentos del Marketing. En L. S. Ventura.

1.7. Análisis de la Industria

En el presente las consultorías han tomado un repunte a nivel nacional, ya sea en el ámbito público y privado, las cuales han desarrollado planes de calidad, planificación, nuevos productos, sistemas de comercialización, tecnología aplicada, sistemas de información gerencial, desarrollo de competencias humanas, mejoramiento de procesos, mercadotecnia, manejo y generación de información estratégica, entre otras.

La demanda generada por estas empresas en el mercado Ecuatoriano y sobre todo en la ciudad de Guayaquil ha aumentado, siendo aún la oferta escasa o no muy bien atendida, que por lo general algunas consultorías se dedican a una sola área específica y no a todas las áreas que son de alto interés de una empresa, para que el desarrollo y desempeño empresarial sea alto e integral.

Por lo general, los altos costos de las empresas posicionadas hacen que las empresas de estándar pequeñas y medianas no puedan solventar los costos y que los consultores no manejen realidades ecuatorianas.

Nuestra empresa consultora de servicios integrales, mantendrá un amplio portafolio de productos y con costos asequibles y de cobertura al tipo de empresas que nos hemos enfocados, así poder cubrir la demanda insatisfecha y orientar el mejor desempeño de los negocios de la empresa.

1.7.1. La consultoría en el Ecuador ⁷

El desarrollo de la consultoría en el país ha sido creciente, mientras las condiciones del mercado nacional son altamente cambiantes y la búsqueda de oportunidades de mejoramiento se convierten en presupuestos amplios en las empresas, el sector de servicios de consultoría y capacitación se ve beneficiado.

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.

El negocio de la consultoría depende del tipo, tamaño y objetivos de la empresa o negocio que la requiere, actualmente el mercado nacional se encuentra representado por marcas importantes y mundialmente conocidas, como: Pricewaterhouse, Deloitte & Touche, BDO consultores y Ernest & Young; estas en

⁷

acceguayas. (s.f.). Obtenido de <http://acceguayas.org/>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

la gran parte de los casos controlan el 20% de empresas consideradas grandes (más de 100 colaboradores).

En el último censo nacional económico realizado en el 2010, la provincia del Guayas reportaba los siguientes datos.

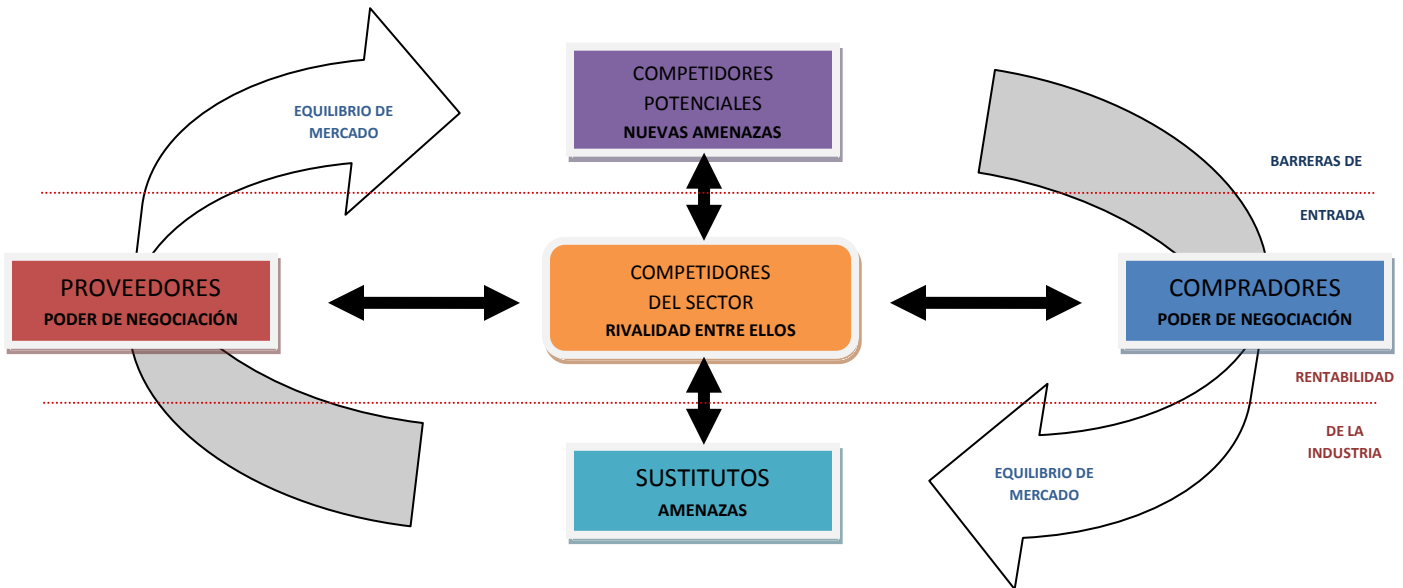
El último censo de la provincia del Guayas revelo que más del %70 de las empresas se encuentra en la ciudad de Guayaquil.

Encontramos además la asociación de compañías consultoras del Ecuador, ACCE cuya finalidad fue agremiar a las empresas consultoras y consultores individuales de diversas especialidades, esta agremiación tiene registrado los siguientes datos;

- 106 empresas consultoras
- 899 consultores individuales
- Empresas del sector publico
- compañías extranjeras
- fundaciones
- Universidades
- Cámaras y Colegios

Estas empresas registradas cubren parcialmente las actividades profesionales de asesoría en áreas productivas y comerciales de las empresas, para esto las empresas registradas han buscado mejoramientos sustanciales de su sistema de consultoría, en áreas; gestión administrativa y comercial, producción y otros, a través de asesoramiento gremial, profesional o corporativo; pero se encuentran con realidades no acordes al país, con costos elevados en los temas relacionados a los servicios que brindan, con poco enfoque a lo micro empresarial y a la realidad del país, siendo el principal consumidor de estas empresas.

1.8. Las 5 fuerzas de Porter



Fuente: Ventajas Competitivas

Elaboración: Michael Porter

Porter plantea en su esquema la existencia de cinco fuerzas que actúan sobre una organización. Estas cinco fuerzas, si bien son todas potencialmente competitivas, se mueven sobre dos ejes perpendiculares. El primero de ellos se refiere a los factores vinculados al sector económico en el que la empresa desarrolla su accionar. En el segundo eje del esquema, Porter utiliza como variable el poder de negociación, tanto de proveedores como de compradores, frente a la empresa. En este caso el análisis se centra en la organización, y en sus posibilidades de posicionarse firmemente en un mercado.⁸

1.8.1. La amenaza de los competidores potenciales: ALTA

Los competidores potenciales de las empresas de servicios de Consultoría y Asesoría están conformados por empresas con mayor infraestructura y mayor número de personal profesional, capaz de afrontar en cualquier momento una mayor demanda y diversidad de temas, también encontramos una amplia ventaja respecto a sus competidores, debido a su mayor margen de rentabilidad debido al mayor precio de sus honorarios, basados principalmente por el prestigio ganado

⁸

Porter, M. (1985). *ventajas competitivas*. New York: Free Press.

con clientes anteriores, también los años de trayectoria en el mercado o porque representan a una firma de consultoría internacional.

Por otro lado, sus clientes perciben una diferenciación respecto al servicio recibido, principalmente por su exclusividad y por la complejidad y envergadura del caso, creando clientes leales, por consiguiente, esta barrera se constituye como alta para los nuevos competidores que quieren ingresar a este mercado.

1.8.2. El poder de negociación de los proveedores: BAJO

Los proveedores en este caso para las empresas de consultoría como la mía, se encuentran conformados por el personal profesional de diversas especialidades, como de ingeniería en todas las ramas, economía, Abogados, entre otras, dependiendo del servicio que requiera las empresas involucradas y del tipo de empresa, se contratara al personal adecuado. Debido a que actualmente existe una sobreoferta de profesionales, es factible captar personal idóneo para este servicio, previa selección estricta, que tengan sus conocimientos y destrezas profesionales, con fin de garantizar un excelente servicio a sus clientes.

1.8.3. El poder de negociación de los compradores: ALTO

Debido a la competencia de 106 empresas constituidas en la ciudad de Guayaquil y de las Cámaras, Universidades, Fundaciones, Colegios de especialidades que se dedican a la consultoría y asesorías, sin considerar a los profesionales independientes que ofrecen el mismo servicio, los clientes muchas veces son los que ponen los límites de precio por el servicio requerido determinándolo ésta por ofrecimientos de servicios por la competencia.

Si bien es cierto que ellos tienen un gran poder de negociación, un factor muy importante para la decisión de una u otra empresa de consultoría aparte del precio ofertado, es la experiencia reconocida y efectividad obtenida, la cual es ganada por los éxitos anteriores de los casos resueltos.

A fin de contrarrestar el poder de negociación que puedan tener los clientes, otro factor importante e influyente, es la calidad del profesional que conforma dentro la empresa de Consultoría y Asesoría, como personal reconocido por su efectividad en los casos, trayectoria profesional y nivel de capacitación recibida.

1.8.4. Amenaza de Productos Sustitutos: ALTA

Principalmente conformado por profesionales independientes tanto Ingenieros de varias modalidades como Economistas y Contadores, analistas, algunas veces por tramitadores que transitan por las intermediaciones de las diferentes empresas ofreciendo sus servicios. Cabe señalar, que esta labor no garantiza en absoluto resultados positivos, pueden ser de bajo costo pero de un mayor riesgo, de mala calidad de servicio, traducido en caer en nuevos errores por parte de la empresa que lo adquieran

Es de mencionar que el mercado de ofertantes en su conjunto, se encuentra colmado principalmente por personas con experiencia en la tramitación de asuntos tributarios, legales o varios, que muchas veces no son profesionales. Este bajo costo repercute definitivamente en la calidad del servicio, sin embargo este servicio es demandado mayormente por personas naturales que no cuentan con el poder económico o recursos para destinarlo a una consultoría o asesoría profesional y de calidad.

1.8.5. Rivalidad entre las empresas competidoras: ALTA

La competencia se encuentra constituida por 106 empresas que se dedican a la consultoría y asesorías todas ofrecen un servicio diferenciado no solo en el precio, sino en el servicio que ofrecen a un determinado cliente.

El grueso de la oferta se encuentra conformado por profesionales independientes, prácticamente son empresas de consultoría unipersonales, los cuales tienen una cartera de clientes que en definitiva no están dispuestos a perder, entrando muchas veces a la guerra de precios entre los mismos profesionales, perjudicando la calidad de servicio que ofrecen. La mayoría de estos casos de servicios profesionales están dirigidos a clientes pequeños (Medianos y Pequeños negocios).

CAPITULO II

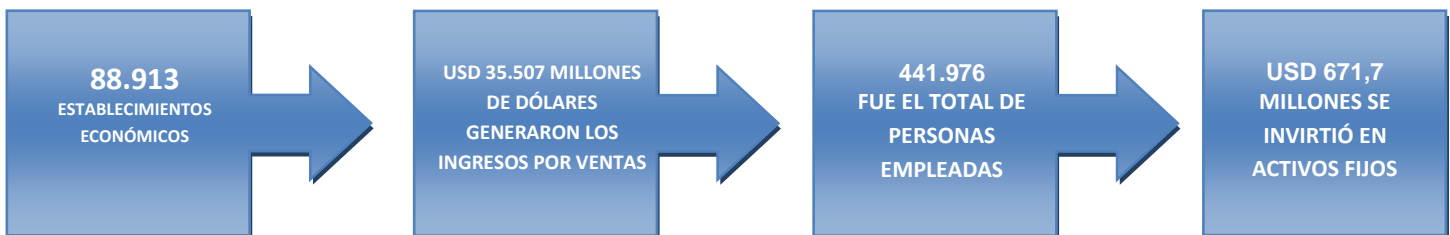
2. Análisis de mercado y comercialización

El mercado empresarial de Guayaquil tiene variedades de empresas y es el más grande del país, los estudios presentados por el INEC, Súper de Compañías, encuestadoras reconocidas, demuestran que la participación de las pequeñas y medianas empresas es la de mayor fuerza en el mercado económico y laboral, pero no todas tienen las herramientas y recursos para su correcto crecimiento y sostenimiento, las consultorías y asesorías son de gran ayuda para este tipo de empresas, ya que elevan el conocimiento y la estructura, para que el crecimiento sea sostenido y duradero.

Debido al incremento de préstamos de entes estatales como el Banco Nacional de Fomento, BIESS y otros organismos del estado y privado, muchas empresas han despegado sus proyectos y otras han modernizado o extendido sus empresas, esto se debe a que el estado a regulado las importaciones en ciertos productos que también se producen en el país, creando una mayor demanda por el producto interno, debido a esto el mercado se reanima y crea fuentes de empleo, pero el problema radica cuando estas empresas, viven el efecto de bonanza y solo piensan en crecer y extenderse, y estas empresas no planifican, ni prevén para un futuro tan cambiante como el que ahora vivimos, aparte de eso la calidad se merma en todos los sentidos, no cumplen sus proyecciones anuales, no elaboran un adecuado stock de sus productos, no saben cómo retener al cliente, tantos problemas que el mercado infinito que tenían estas empresas, les empezó a decrecer y perdieron completamente el mercado.

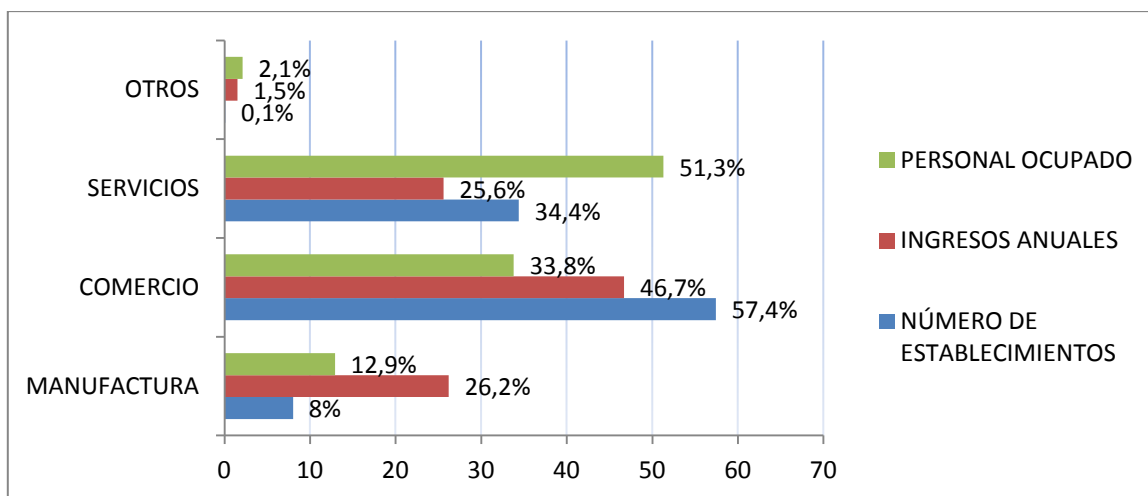
2.1. Estructura del Mercado

Perfil económico de Guayaquil



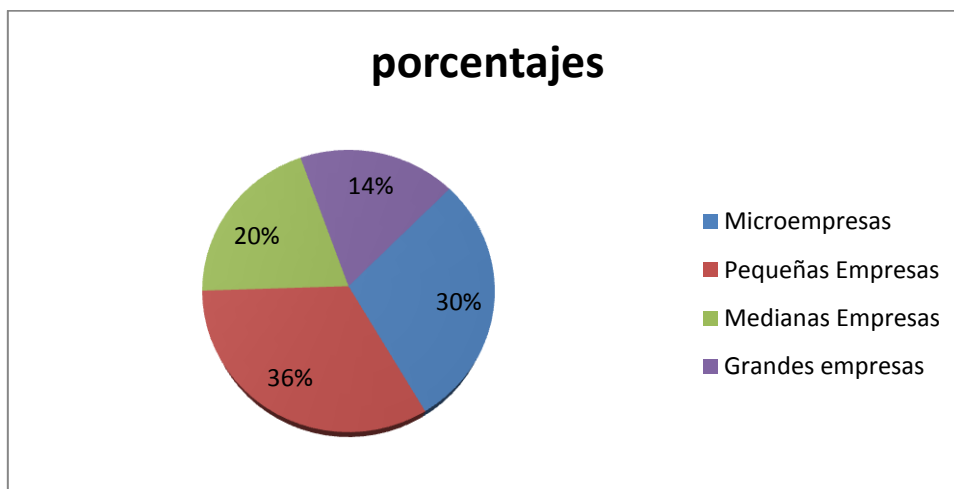
Fuente: INEC

Ingresos que generó Guayaquil por sector económico



Fuente: INEC

Empresas según su tamaño y tipo en Guayaquil



Fuente: INEC

2.2. Mercado Objetivo

Los servicios de consultoría y asesoría se concentrarán en el segmento de las pequeñas y medianas empresas, el objeto es proporcionar soluciones prácticas a costos accesibles a las organizaciones que requieren mayor orientación por la carencia de sistemas de información, recursos humanos y económicos. Queremos captar el mercado nuevo, como insatisfecho de la ciudad de Guayaquil.

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
MERCADO OBJETIVO	Pequeñas Medianas Empresas
INGRESOS	Pequeñas: \$100 mil a \$1 millón Medianas: \$1millón a \$5 millones
ÁREAS	Servicios, Comercial Manufactura, Industrial, Otros
CIUDAD	Guayaquil

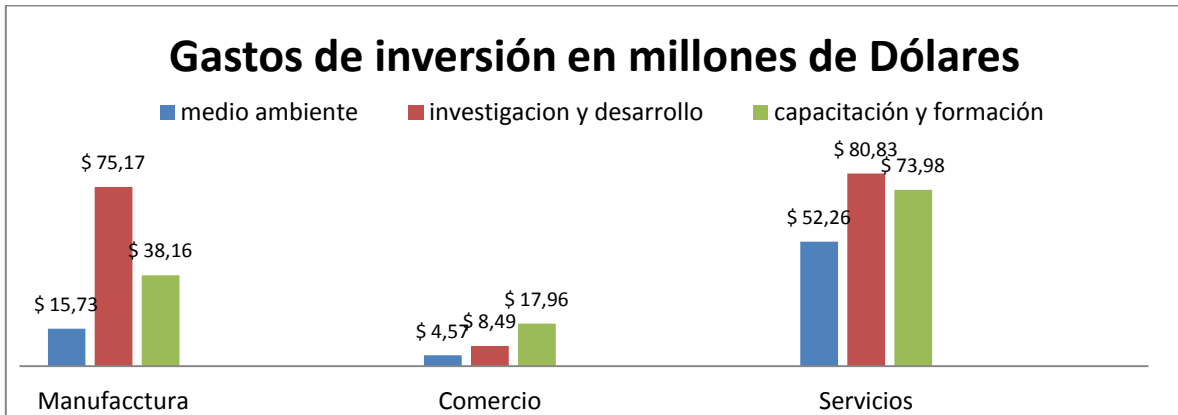
PYMES	PERSONAL OCUPADO	TRAMO DE INGRESO
MICRO EMPRESAS	1 a 9	Hasta \$ 100.000
PEQUEÑA EMPRESA	10 a 49	de \$100.001 a \$ 1.000.000
MEDIANA EMPRESA	50 a 250	de \$1.000.001 a \$5.000.000
GRANDE EMPRESA	250 en adelante	de \$5.000.000 en adelante

CLASIFICACIÓN	Nº. TRABAJADORES	USD ACTIVOS
MICRO	Hasta 10	Capital \$20.000
PEQUEÑA	Hasta 50	Hasta \$250.000
MEDIANA	Hasta 250	más de \$250.000

Fuente: INEC

Realizado: Por el Autor

Proyección de la inversión capacitación, investigación y medio ambiente por cada sector en el año 2009



Fuente: INEC

Realizado: Por el Autor

El sector del Comercio tiene el nivel más bajo de inversión en comparación con los otros sectores económicos

2.3. Mercado Meta

En el actual mercado se han identificado las siguientes características que identifica a los clientes, a quienes la empresa dirigirá todos sus esfuerzos

- Está compuesto por todas las organizaciones de tipo pequeñas, medianas empresas.
- Pueden ser organizaciones de tipos públicas y privadas.
- En estas organizaciones, requieren cambios en su entorno.
- Que posean los recursos suficientes para adquirir los servicios.

2.4. Análisis de la demanda

El análisis de la investigación que vamos a sustentar es un diseño de una perspectiva multireferencial, apoyado en la estrategia metodológica cualitativa y cuantitativa.

Con la investigación cualitativa tenemos toda la información que se ha procesado en el presente proyecto, se han analizando todos los aspectos del mercado donde se conoció los mejores rasgos e indicios de todo el sector empresarial. No obstante, en este punto es preciso entrar a definir ciertas condiciones puntuales del sector que influirán radicalmente en la toma de decisiones, en los aspectos operativos, financieros y de comercialización o mercadeo.

Con la investigación cuantitativa, arrojaremos encuestas y entrevistas, con el propósito de conocer la manera de gestionar todas las áreas de la empresa y ayudara a comprender como lograr fortalecer las condiciones de estas organizaciones.

La demanda que se va a analizar en el presente caso es la prestación de servicios por medio de una consultoría y asesoría de servicios integrales a pequeñas y medianas empresas, ya sean éstas, personas naturales o jurídicas, en la ciudad de Guayaquil.

2.5. Estimación de la demanda

Gracias a datos del INEC se ha reflejado datos sobre la población empresarial de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil que abarca aproximadamente 34.033 empresas.

Pero estos datos de muestreo no serán nuestro objetivo para poder desarrollar nuestra investigación de mercados, como concluimos en el análisis de la demanda, todos nuestra información será cualitativa, pero desarrollaremos entrevistas y encuestas a las empresas a las que prestaremos nuestros servicios, así como coordinaremos citas con varias empresas de algunos sectores productivos de la ciudad, toda esta información que recabaremos será fuente primordial para nosotros para futuros proyectos y análisis de cómo va cambiando el mercado.

2.6. Objetivos

2.6.1. Objetivo General

Mediante las encuestas personalizadas que brindaran nuestros consultores determinaremos si el servicio de consultoría, asesoría y capacitaciones, que han dado las competencias a las empresas del sector urbano de la ciudad de Guayaquil han dado resultado.

2.6.2. Objetivos Específicos

- Identificar las necesidades, preferencias, frecuencia y montos de inversión en servicios de consultoría y asesoría en las empresas del sector urbano de la ciudad de Guayaquil.
- Cuantificar la demanda insatisfecha de estos servicios en el sector empresarial.
- Cuantificar la oferta de servicios de consultoría en servicios integrales en la ciudad.

Encuesta Nivel Empresarial

1. Existe en su empresa un plan anual de capacitación para los empleados

SI ____ NO ____

2. Cuáles son los departamentos que ocupan en mayor porcentaje su programa de capacitación?

- Comercial _____%
- Contable _____%
- Administrativo _____%
- Recursos humanos _____%
- Otros _____%

3. Cuáles son los elementos que valora al momento de elegir un programa de capacitación?

Por favor numere las siguientes opciones, asignado puntos de 1 a 4, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante:

- Costo por participante
- Contenidos actualizados
- Nuevos conceptos
- Metodología a usarse
- Trayectoria de los instructores en el tema
- Aplicabilidad y seguimiento de los conocimientos adquiridos

4. Frecuencia de las capacitaciones?

- Ninguna por año
- 1 vez al año
- 2 veces al año
- 3 o más veces el año

5. Que modalidad de capacitación contrata su empresa regularmente?

- Seminarios ____

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

- Conferencias ____
- Cursos ____
- Otros ____ ¿Cuáles? _____

6. Como detectó las necesidades de capacitación del personal?

- Encuestas ____
- Entrevistas ____
- Jefes departamentales ____
- Otros ____ ¿Cuáles? _____

7. Qué promedio de presupuesto invierte su empresa al año en capacitación?

- De 0 a 1.000 ____
- 1.001 a 3.000 ____
- 3.001 a 6.000 ____
- 6001 y más ____

Empresa: _____

Opinión:

Encuesta Nivel Empresarial

1.Cuál es la actividad de la empresa?

- Industria ____
- Comercio ____
- Servicios ____
- Otros _____

2.Cuál es la actividad específica?

3. Hace qué tiempo inicio sus actividades?

- Menos de 1 año ____
- 1 año a 5 años ____
- 5 años a 10 años ____
- Más de 10 años ____

4. Cuántos empleados conforman su empresa?

- Menos de 10 personas ____
- Entre 10 y 50 personas ____
- Entre 51 y 100 personas ____
- Más de 100 personas ____

5. Ha recibido el servicio de consultoría?

SI ____ NO ____

6. Calificación del servicio que le brindan?

- Excelente ____
- Buena ____
- Regular ____
- Mala ____ y porque? _____

7. Los precios del servicio de consultoría que le han brindado han sido

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

- Altos ____
- Medios ____
- Bajos ____

8. Cuantas veces ha utilizado el servicio de consultorías?

- 1 vez al año ____
- 2 veces al año ____
- 3 o más veces al año ____

9. Cual ha sido el precio que cancelo por el servicio de consultorías?

- De 2.000 a 5.000 ____
- De 5.001 a 8.000 ____
- Más de 10.000 ____

10. Para qué área contrato el servicio de consultoría?

11. Por qué medio suele recibir la información de las empresas consultoras?

- Invitaciones personalizadas ____
- E-mail ____
- Correo empresarial ____
- Radio ____

12. Su empresa busca la necesidad de competir?

SI ____ NO ____

Empresa: _____

Opinión: _____

2.7. Plan de Marketing

2.7.1. Descripción del servicio

GENSOL, es una empresa de consultoría y asesoría en servicios integrales, debido a que muchas empresas cuentan con problemas organizacionales relacionados con políticas empresariales, procedimientos y métodos que no son los adecuados o no saben cómo utilizarlos, nuestra empresa está para brindar soluciones a todo tipo de contrariedad que viven las empresas de ahora, brindaremos nuestro servicio a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil.

Aparte de las consultorías y asesorías, hemos planteado incluir capacitaciones internas a las empresas que requieran nuestros servicios, esto ya incluido en el paquete adquirido por el cliente, de esta manera todo el personal de estas empresas se sentirá involucrado en la misma.

Brindaremos el servicio de capacitación externa, donde por medio de avisos en periódicos o mediante el comercio electrónico, informaremos a nuestros clientes y futuros clientes sobre las nuevas actualizaciones que hay en el mercado.

Por último se realizara de 1 a 3 seminarios al año sobre temas trascendentales que vive el mundo de ahora, con la intervención de expositores nacionales y tratando en un futuro traer expositores internacionales, igualmente daremos a conocer este servicio por medio de la prensa y el comercio electrónico.

2.8. Estrategias de Marketing

¿Qué es Estrategia?

La efectividad operacional y la estrategia son esenciales para obtener mayores ingresos, que después de todo son el objetivo principal de cualquier empresa. Sin embargo aunque trabajan de maneras diferentes, han logrado confundirse por los administradores. La efectividad operacional significa mejorar las actividades de los competidores.

El posicionamiento estratégico, en cambio significa desarrollar productos diferentes a los de los competidores o bien, productos similares pero de diferente forma. Una compañía puede superar a los competidores sólo si puede establecer una diferencia que pueda preservar.

El establecer una estrategia para una compañía es establecer un rasgo distintivo, una diferenciación que la identifique sobre otras. Es la creación de una única y

valiosa posición en la que se elige solo un segmento de actividades a perfeccionar.⁹

Nuestra estrategia permitirá cumplir con nuestros objetivos planteados de la diferenciación y calidad, vamos a llegar a nuestros clientes potenciales de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil.

Como es necesario atraer la atención del empresario, cuya caracterización se desprende de algunas variables, los esfuerzos para generar la demanda de los servicios de la empresa de consultoría y asesoría, además el acceso a la educación profesional y a la capacitación en temas gerenciales y administrativos, notoriamente escasos entre los empresarios del sector, deben orientarse a la generación de las siguientes percepciones entre los empresarios:

- Los servicios y productos se ajustan a sus presupuestos
- Cuentan con una asesoría permanente
- Es una inversión que asegura mejores resultados en el desempeño financiero a mediano y largo plazo.

Por otro lado, la estrategia de penetración de mercado desarrollada en la etapa inicial del proyecto, está acorde con las realidades empresariales identificadas en la investigación de mercados y está impulsada gracias a la inteligencia de mercados que define las presentes estrategias.

2.8.1. Estrategia Genérica de Porter

El desarrollo de Porter consiste en una matriz que tiene como base fundamental el mismo esquema de las anteriores: un eje vinculado con el mercado, que en este caso estará definido por los clientes actuales, efectivos, de la empresa, o más exactamente, por la percepción de estos clientes respecto del servicio o el producto ofrecidos por la firma, y la ventaja estratégica que obtiene de esta percepción.¹⁰

9

Porter, M. (2008) Capitulo 2. pag.37 "Que es la Estrategia".

10

Porter, M. (1985). *ventajas competitivas*. New York: Free Press.

La estrategia genérica permitirá a la empresa cumplir con los objetivos planteados mediante tengamos liderazgo en costo, diferenciación y el enfoque a quien nos vamos a dirigir.

Liderazgo en Costo

- Precios adecuados en el mercado.
- Habilidad en los procesos.
- Servicios diseñados para facilitar su aplicación
- Supervisión del personal contratado
- Procesos de bajo Costos.

Diferenciación

- Capacitaciones internas dentro de las consultorías.
- Nuevos servicios planteados a la necesidad empresarial.
- Servicio es integrado a todas las áreas de la empresa

Enfoque

- Combinar los dos puntos anteriores, para dirigirlo al objetivo estratégico principal que es el empresario.

2.8.2. Estrategia de Crecimiento

Para crecer en el mercado de los servicios de consultoría y asesoría profesional en la ciudad de Guayaquil, se utilizara estrategias de crecimiento interno y de crecimiento externo, que permita el incremento de las ventas, de la participación del mercado y de la rentabilidad de la empresa.

2.8.3. Estrategias de crecimiento interno

Matriz de Ansoff¹¹

La matriz Ansoff fue creada por Igor Ansoff, diseñada para explicar la relación entre desarrollo de producto y mercado. A diferencia de la matriz FODA, la de Ansoff, llamada de desarrollo, indica el camino a seguir a través de la detección de posibles estrategias de producto.

En esta matriz analítica se relacionan los productos con los mercados, según un criterio de novedad o actualidad. Partiendo de una situación determinada en una empresa y aplicando la matriz, obtenemos información sobre la cual es el mejor camino a seguir entre:

- Continuar con un producto existente en un mercado existente;
- Desarrollar un producto nuevo para un mercado existente;
- Buscar un mercado nuevo para un producto existente;
- Desarrollar un producto nuevo para un mercado nuevo.

Penetración en el mercado:

- Aumentaremos el nivel de consumo de los clientes por medio de postventas y visitas periódicas.
- Captar a clientes de la competencia mediante el portafolio de nuestros servicios y experiencias brindadas a otras compañías.
- Captar nuevos clientes mediante seminarios o charlas empresariales.

Desarrollo del servicio:

- Desarrollo de nuevos valores del servicio como charlas de capacitación dentro de las consultorías
- Desarrollo de nuevas gamas de servicios como eventos, nuevos seminarios, capacitaciones o talleres con la ayuda de intérpretes nacionales y extranjeros.

¹¹

(2004). Fundamentos del Marketing. En R. Dvoskin. Ediciones Granica.

Desarrollo del mercado:

- Cubrir nuevos mercados como ciudades aledañas a Guayaquil y después extendernos a ciudades de la sierra y oriente.

Diversificación:

Nuestra empresa no solo se quiere encargar de ofrecer consultorías y asesorías, como se ha expuesto también es de brindar nuevos servicios e ir mejorándolos con la experiencia ganada.

2.8.4. Estrategias de crecimiento externo

Alianzas Estratégicas

Se buscara realizar alianzas con cámaras del sector empresarial, Universidades, gremios de profesionales y revistas especializadas con el sector, todo esto para incrementar la participación en el mercado.

2.9. Marketing Mix¹²

Definimos la mezcla del marketing como el conjunto de herramientas tácticas controlables de marketing que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla del marketing incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto.

2.9.1. Producto

Nuestra empresa ofrecerá varios servicios ya sea en temas de consultorías y asesorías y también brindara capacitaciones y seminarios. Dirigido para las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Guayaquil, para mejorar la gestión y toma de decisiones de estas organizaciones, así como también mejorar el talento humano mediante las capacitaciones

¹²

En P. Kotler, *Fundamentos del Marketing* (sexta edición ed., pág. 63). Pearson Educación.

Servicios a ofrecer

Servicio de consultoría de Mercadeo

- Planes de marketing para empresas y proyectos.
- Campañas de marketing.
- Investigación de mercado.
- Lanzamiento de productos y servicios. (F)
- Estrategias de marketing para empresas.
- Marketing para negocios.
- Desarrollo de planes de marketing.
- Comercialización.
- Programas de fidelización de clientes.
- Marketing directo
- Marketing online.

Servicio de consultoría Financiero

- Diseño de estrategias financieras.
- Diseño de estrategias competitivas.
- Soporte de información y análisis de toma de decisiones.

Servicios de consultoría contable y tributario

- Análisis de sistemas de costos.
- Contabilidad
- Políticas y procedimientos contables
- Registros tributarios.
- Procesos tributarios.
- Outsourcing contable y de impuestos
- Implementación de las NIIF'S

Servicios de consultoría Legal

- Constituciones de empresas.
- Elaboración de contratos del personal, finiquitos, visto bueno.
- Protección de intereses de la empresa.
- Negocios fiduciarios.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

Nuestra empresa también brindara otro tipo de consultoría como de sistemas, gestión de calidad y normas ISO, comercio exterior entre otras, para esto se contratara personal estrictamente seleccionado con la que llevaremos a cabo el proceso de estos servicios.

Además de los servicios de consultoría ofreceremos:

- Asesorías
- Capacitaciones.
- Seminarios empresariales.
- Talleres

Nombre de la empresa

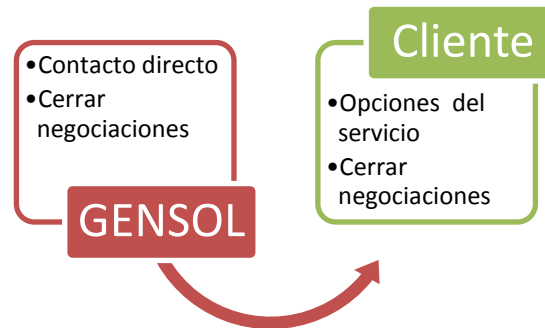
Nuestra empresa de Consultoría y Asesoría se va a llamar “GENSOL” que significa GENERANDO SOLUCCIONES.

Marca



2.9.2. Plaza

El servicio de consultoría llegará a los clientes a través de un canal de distribución, la estrategia de la compañía consiste, en establecer un contacto directo con las empresas y cerrar negociaciones.



2.9.3. Promoción

Nuestro objetivo es que nuestras ventas crezcan paulatinamente con el tiempo y que estén se mantengan sin variaciones del mercado o descuidos del mismo, hemos analizado que la promoción y publicidad debe de estar plenamente dirigida al mercado que nos hemos trazado.

Como otro objetivo es que la Marca e Imagen de nuestra empresa quede plenamente posicionada y esto se dará mediante el servicio brindado y la comunicación que se mantenga con el cliente. Los métodos promocionales que se utilizara para comunicar los servicios que ofrece la empresa son:

- Venta personal
- Telemarketing.
- Publicidad.
- Promoción de ventas
- Relaciones públicas.

Venta Personal

Nos encargaremos de realizar las visitas personalizadas a los directivos y ejecutivos de las empresas, para entregar toda la información pertinente sobre los servicios que ofrece la compañía.

Además esta estrategia de comunicación, servirá para obtener datos sobre: la conducta del cliente, averiguar sus intereses y necesidades, así como también tomar los pedidos y llegar a términos de negociación, lo que permitirá hacer una retroalimentación para hacer ajustes en los planes promocionales.

Telemercadeo

Se utilizará esta estrategia de comunicación, ya que el producto que ofrece la compañía es un servicio de consultoría y asesoría. Por lo tanto por medio de llamadas telefónicas constantes, se pondrá en contacto con los directivos, ejecutivos encargados de la gestión de las empresas para ofrecerles el servicio y cerrar posibles negociaciones.

Publicidad

Se realizarán por diferentes medios como:

- Periódicos (mediante avisos)
- Revistas especializadas.
- Dípticos.
- Internet

Promoción de Ventas

Para estimular las ventas de los servicios de consultoría y asesoría, que ofrece la compañía a las empresas que conforman el mercado objetivo, se ha considerado efectuar la siguiente promoción de ventas por introducción, la misma que incluye:

- Visitas personalizadas informativas
- Los descuentos por grupos respecto a la capacitación.

Relaciones Públicas

Todos los miembros de la compañía y especialmente sus propietarios, deben preocuparse en mantener buenas relaciones públicas con su entorno empresarial y ante la opinión pública, destacando aspectos internos positivos de la compañía y acciones externas a favor de la comunidad. Para mejorar estas relaciones públicas es importante disponer de una tarjeta de presentación, para identificarse frente a los grupos de interés, que está conformado por: los clientes, prensa, proveedores, gobierno, asociaciones, cámaras, instituciones educativas, bancos, comunidad y todos aquellos grupos de personas que se encuentran directa o indirectamente relacionados con la actividad de la Compañía.

2.9.4. Precio

La aplicación de la política del precio, varía dependiendo del tipo de servicio que se ofrezca y esto generará beneficios para la compañía en su etapa de introducción en este mercado. Además el precio debe ser similar al que ha establecido la competencia del rango que estamos situados para generar confianza, aceptación y preferencia de los clientes potenciales.

Posteriormente cuando la compañía haya alcanzado un posicionamiento en su mercado, se tomará decisiones sobre incrementos en los precios de los servicios, pero realizando un previo análisis situacional de la compañía y de la competencia, que determine si es aconsejable o no el incrementar los precios.

SERVICIO	PRECIO
CONSULTORIA FINANZAS	
Análisis de estados financieros y elaboración de indicadores financieros	350,00
Valoración de empresas	900,00
Alternativas financieras (estructuración de negocios fiduciarios junto con el análisis de riesgos)	900,00
CONSULTORIA CONTABLE-TRIBUTARIO	
Consultoría Tributaria	1.100,00
Consultoría Contable	600,00
Outsourcing Contable y de Impuestos	350,00
Implementación de las NIIF'S	450,00
CONSULTORÍA LEGAL	
Constitución de empresas	250,00
Elaboración de contratos del personal, finiquitos visto bueno.	60,00
Defender intereses de la empresa	300,00
Negocios fiduciarios	900,00
CONSULTORIA MERCADEO	
Investigación de Mercado	1.200,00
Estrategias de mercadeo	500,00
Posicionamiento de marca	600,00
Planificación acciones de comunicación	500,00
SEMINARIOS X PERSONA-48 HORAS	200,00

CAPITULO III

3. Estructura Organizacional

3.1. Constitución Legal de la Empresa

La constitución legal de la Consultora **GENSOL** será utilizando la figura de responsabilidad limitada.

3.1.1. Responsabilidad Limitada:

Definición

Se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

Existe bajo una razón social, a la que se añade las palabras compañía limitada. Esta forma actualmente es la más utilizada por las empresas ecuatorianas.

3.1.2. Requisitos de las Compañías de Responsabilidad Limitada

EL NOMBRE:

³En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las tendencias de Compañías de Cuenca, Ambato, Machala y Portoviejo (Art. 92 de la ley de Compañías y Resolución N.-02.Q.DSC.006 (R.Q.566 de 30 de abril del 2002). De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual ± IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o racial para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

3.1.3. Solicitud de aprobación:

La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, con que se pida la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías). Si se estimare conveniente, puede presentarse un proyecto de minuta junto con la petición antes referida, firmadas por abogado, para efectos de revisión previa. Si así se procediere se estará a lo dispuesto en la Resolución No.- 99.1.1.000.9 de 30 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 297 de 13 de octubre del mismo año.

3.1.4. Número mínimo y Máximo de Socios:

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañías o disolverse (Art.95 de la Ley de Compañías).

3.1.5. Capital Mínimo:

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cinco mil seiscientos cincuenta y cuatro con 72/100 dólares de los Estados Unidos de América, de acuerdo con lo dispuesto en la Resolución No. 99.1.1.3.008 de 7 de septiembre de 1999, publicada en el R.O.278 de 16 de septiembre del mismo año, en concordancia con el Art. 99 literal g) de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador, publicada en el R.O. 34 de 13 de marzo del 2000. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones puede consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles o, incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía (Arts. 102 y 104 de la Ley de Compañías y Resolución No.- 99.1.1.1.3008 de 7 de septiembre de 1999, publicada en el R.O.278 de 16 de los mismos mes y año). Si como especies inmuebles se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamentos local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal. Asimismo, para que pueda

realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin el cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe el Art. 9 del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, publicado en el R.O. 159 de 9 de febrero de 1961. En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.´ 24

La empresa GENSOL será una compañía de Responsabilidad Limitada en la cual participarán dos socios para la formación de la misma. Todo esto se realizará dentro de una sociedad que tiene derechos y obligaciones tanto jurídicas como extrajurídicas.

3.1.6. Denominación de la Empresa

La compañía a constituirse con responsabilidad limitada se denominará **GENSOL** la misma que realizará actos y contratos que están permitidos por la ley.

3.1.7. Objeto Social

El objetivo social de la compañía a constituirse será la prestación de servicio de consultoría en servicios integrales y asesorías externas, en todas las acciones que estén alrededor del objetivo principal de la compañía. La compañía **GENSOL** podrá en el futuro formar parte como socia o accionista de otras empresas ya existentes en el mercado o que estén por constituirse próximamente.

3.1.8. Cumplimientos de Otros Requisitos en Razón del Objeto Social

Compañías Consultoras

Esta clase de compañías deberá adoptar, exclusivamente, el régimen jurídico de la compañía de responsabilidad limitada o el de la compañía a nombre colectivo, conforme a lo dispuesto en el Art. 5 de la ley de consultaría publicada R.O. 136 de 24 de febrero de 1989. De acuerdo con el artículo citado, su objeto deberá contraerse únicamente a la actividad Consultora, en cualquiera de sus manifestaciones. Los socios de este tipo de compañía deberán acreditar título profesional conferido por un instituto de educación superior del país o del extranjero, siempre que, en este último caso, haya sido revalido en el Ecuador Art. 6 de la ley de consultaría

Domicilio de la compañía

La compañía **GENSOL** es una consultora de Nacionalidad Ecuatoriana, la cual radicará su domicilio en la ciudad de Guayaquil, la misma que podrá establecer sucursales y agencias cuando así lo concertara con la Junta General de Socios.

Periodo de duración

El periodo de duración de la compañía será de 10 años contados a partir de la inscripción de la Escritura de la Constitución en el Registro Mercantil

Capital Social

El monto que los socios aportarán para el capital de la Consultora es cinco mil seiscientos cincuenta y cuatro dólares con 72/100 (\$5655,34 dólares)

Socios porcentaje capital

Cinthya Pita Quiroz 50% (\$2827,67)

Tomás Mejía Jimenez 50% (\$2827,67)

3.2. Estructura Organizacional

Considerando que la empresa es nueva y recién inicia sus actividades se realizará un organigrama no complejo. Tal como se aprecia en el siguiente gráfico.



Realizado: por el Autor

3.3. Funciones comunes de los niveles de mando

- Planificar y dirigir las labores administrativas dentro de la consultora
- Realizar grupos de trabajo entre las personas que conforman la Consultora.
- Formulas planes de trabajo en las diferentes áreas de la empresa.
- Supervisar las acciones a las personas que conforman la Consultora.
- Buscar una permanencia en el tiempo.

3.3.1. Descripción de cargos y funciones Junta general de socios

Entre las principales funciones de los socios de la empresa están:

- Nombrar el gerente general
- Decidir sobre aumentos de capital

- Establecer los objetivos, metas y políticas corporativas.
- Autorizar al Gerente para el otorgamiento de poderes generales.
- Cuidar el estricto cumplimiento de todas las disposiciones contenidas en los estatutos.

3.3.2. Administración de le empresa

La Consultora **GENSOL**, será dirigida por la Junta General de Socios y guiada por su respectivo Gerente General.

3.3.3. Funciones del gerente General

El Gerente General de la compañía es el representante legal de la misma, él es el responsable de la Consultora en el ámbito judicial y extrajudicial.

El Gerente General es el responsable de las siguientes actividades:

- Representar legalmente a la compañía y responder por el cumplimiento de las leyes vigentes y los contratos suscritos.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar la gestión empresarial.
- Cumplir y hacer cumplir los acuerdos y resoluciones emitidas.
- Responder sobre la gestión.
- Formular políticas y planes relacionados con la administración de los recursos, que logren el fortalecimiento y desarrollo empresarial.
- Ejecutar las políticas definidas por la junta general de socios.
- Manejar el presupuesto total de la empresa con el que consta para un periodo establecido.

3.3.4. Consultor de área

Sus funciones son:

- Coordinar las actividades de consultoría con los clientes
- Formar los equipos de consultores para la entrega del servicio

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

- Responsable de controlar que las actividades de consultoría estén cumpliéndose de acuerdo a lo pactado en los contratos
- Asistir a la gerencia en los aspectos estratégicos del negocio
- Coordinar el cumplimiento de políticas de entrega de los servicios y evaluaciones.

3.3.5. Política cliente interno (colaboradores)

- Mantener una planilla del personal capacitado, satisfecho y acorde a los requerimientos de cada departamento de la empresa.
- Contar con una comunicación adecuada entre el personal que forma parte de la empresa.
- Ofrecer condiciones apropiadas de trabajo que permitan mantener satisfecho a nuestro cliente interno.

3.3.6. Políticas de la empresa

- Trabajar para mejorar continuamente y alcanzar la meta de satisfacción total de los clientes, empleados y accionistas.
- Responsabilizar a todos los miembros de nuestra organización del servicio al cliente y la concienciación de las personas respecto del cuidado del medio ambiente.
- Cumplir los compromisos con los proveedores y reconocer la moralidad comercial y la ética de los clientes.
- El servicio de la empresa está basado en la calidad total, buscando la satisfacción del cliente con resultados aplicables tanto dentro de los temas y contenidos de capacitación como en el asesoramiento.
- El proceso de entrega de servicios se evaluará trimestralmente a fin de crear un sistema de gestión proactivo.

3.4. Diagrama del servicio y operaciones

3.4.1. Procesos

Los procesos son parte vital para el funcionamiento de la organización, los procesos se han clasificado en tres:

1. Procesos Estratégicos
2. Procesos Productivos
3. Procesos de apoyo

Mediante este funcionamiento, la empresa se concentrara en crear un factor diferenciador basado en el cliente, estableciendo procesos vinculados e independientes.

3.4.2. Proceso Estratégico

Son las decisiones que tomara la empresa para su perfecto funcionamiento, posicionamiento y crecimiento, están a cargo de la junta de socios y el gerente general, que reciben todos los reportes generados por los demás procesos.

Este esquema estratégico se relacionara con el aprovisionamiento de recursos para producción y obtención de ganancias que bien administradas proporcionaran a la empresa un beneficio.

3.4.3. Procesos productivos

Transformaremos los insumos en salidas, el servicio que brindaremos por medio del uso de recursos físicos, tecnológicos, humanos, etc. En este proceso incluiremos acciones de forma planificada que producirán un cambio o transformación del sistema final de las cuales obtenemos el servicio o producto que vamos a ofrecer.

3.4.4. Procesos de apoyo

En este proceso brindaremos el soporte adecuado para la empresa y en ello tiene tres procesos adicionales que debe seguir los que son;

- Proceso administrativo
- Proceso de mercadeo de la empresa y de los servicios
- Proceso de venta

Flujograma de procesos Proceso Estratégico

Flujograma de proceso gerencial de la empresa

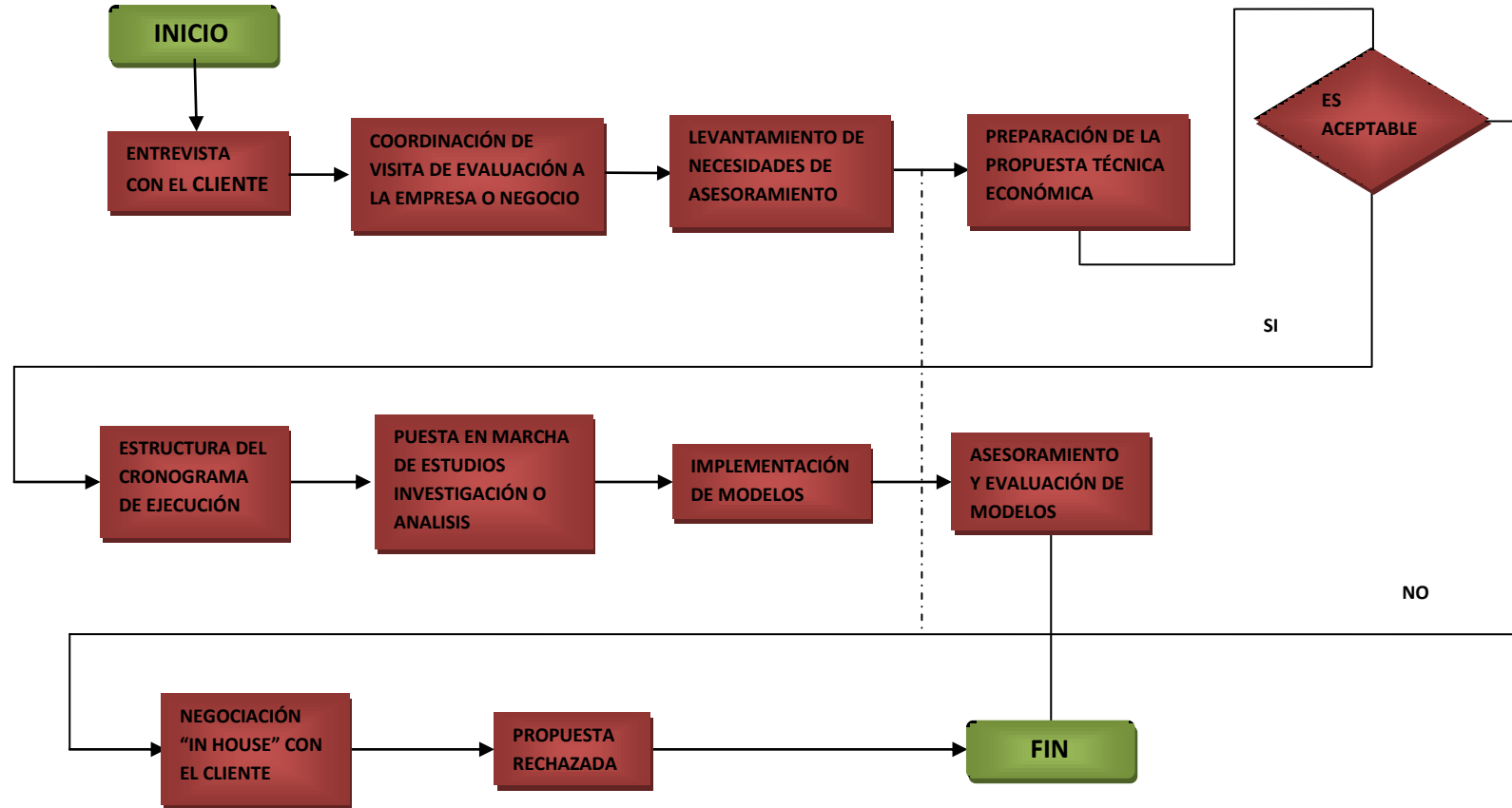


Realizado: Por el Autor

El proceso de direccionamiento estratégico del negocio recibe como insumo la información de los demás procesos, previo al análisis del entorno estratégico desarrolla planes que serán ejecutados por las unidades productivas y de apoyo y posteriormente evaluados de acuerdo a los objetivos que persigue la empresa consultora.

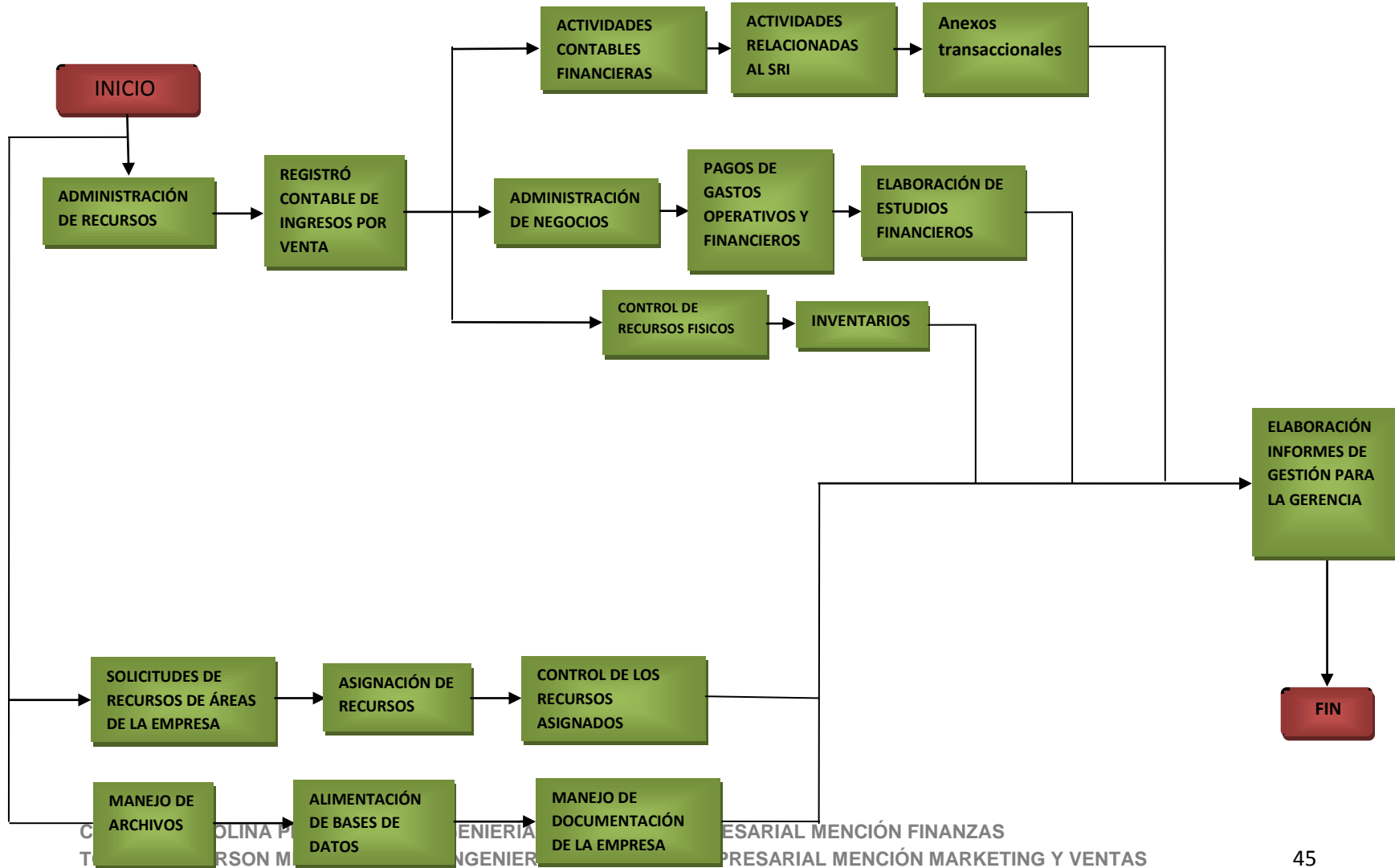
Proceso productivo

Flujograma de proceso de consultoría

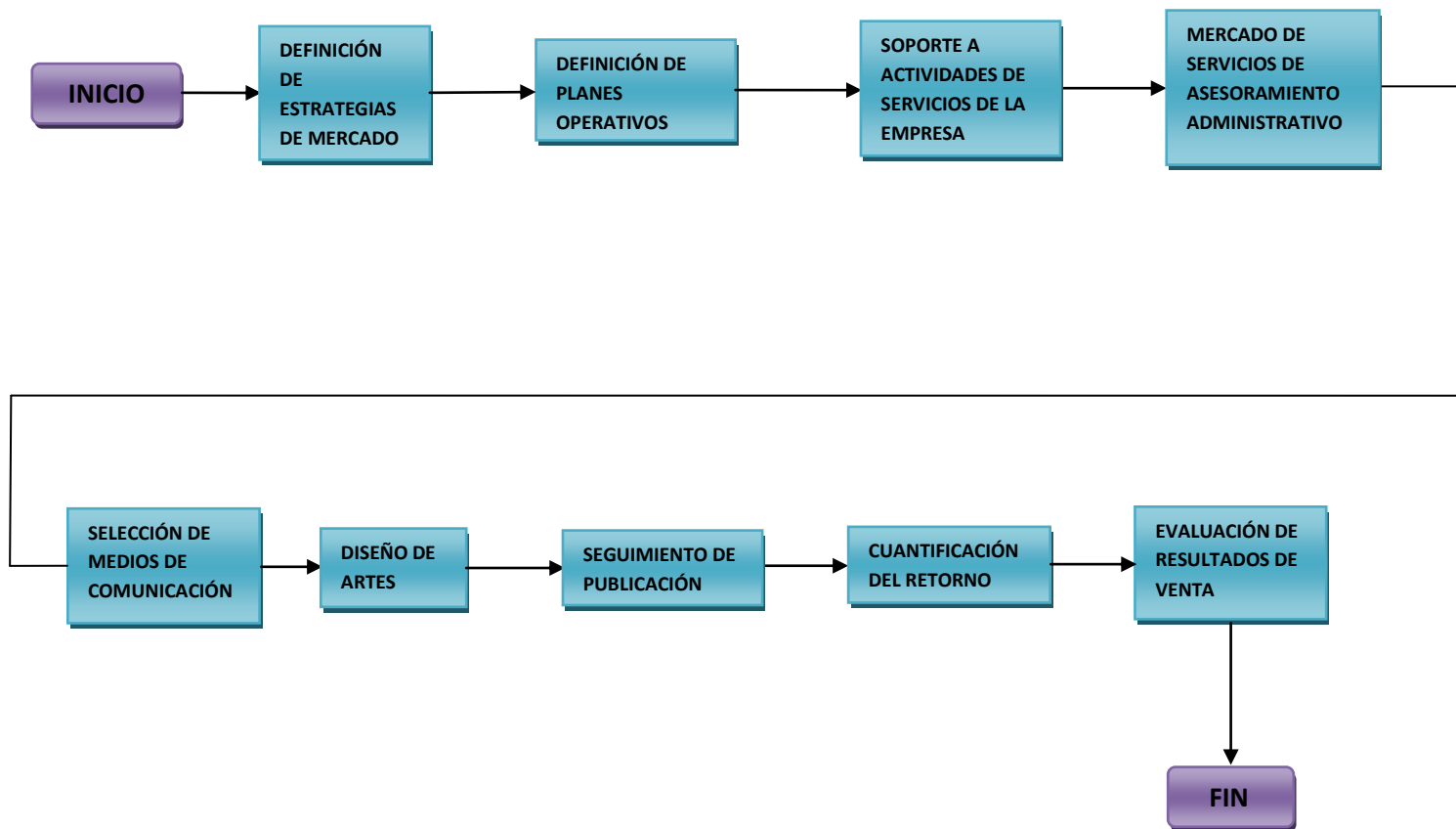


Procesos de apoyo

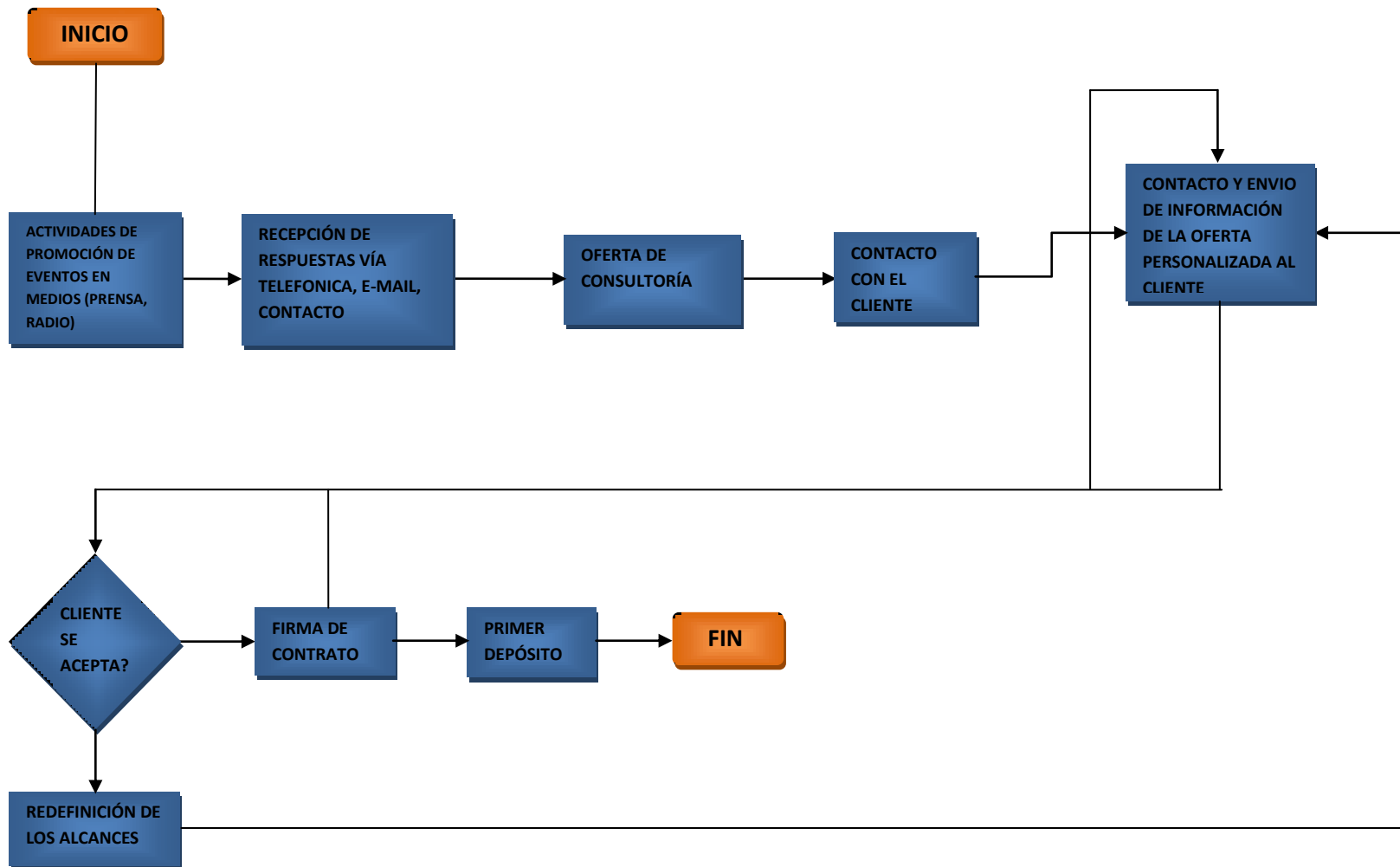
Flujograma de proceso administrativo



Proceso de mercadeo de la empresa y sus servicios
Flujograma de proceso de mercadeo



Flujograma de proceso de ventas



3.5. Responsabilidad social

La Responsabilidad Social Empresarial es él: “Hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley”. La empresa (no el empresario) tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera. La decisión de hacer estos negocios rentables, de forma ética y basada en la legalidad, es realmente estratégico, ya que con esto generará:

- Mayor productividad: a través de mejores condiciones para el cliente interno que conduce a mejor retención de talentos y por ende mejores índices de rotación.
- Lealtad del cliente: dejando al cliente satisfecho de sus necesidades, empezando con proveer un lugar donde pueda transmitir sus necesidades y quejas. Además de la calidad y precio, los clientes demandan información y certificaciones del servicio que se brindara.
- Acceso a mercados: se debe cumplir estándares y certificaciones exigidas por actores externos, incluyendo consumidores.
- Credibilidad: la empresa que trabaja armoniosamente con las personas, comunidades, medio ambiente y la sociedad en su conjunto proyecta una reputación que le garantiza mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar a la empresa, y donde obtenemos mayor agilidad para reaccionar y adaptarse, generando confianza que es lo más importante.¹³

Completamos esta cita, ya que nuestra empresa va a brindar servicios sociales para la colectividad por medio de proyectos de asistencia para nuevos o microempresarios ya establecidos, de forma gratuita, estimamos atender de 2 a 3 proyectos por año y dar toda la ayuda oportuna para que el proyecto del emprendedor comience en buen camino, los pasos a seguir para el apoyo social son:

- Presentar nuestro servicio a microempresarios que hemos analizado con tiempo oportuno.
- Invitar a concurso a los microempresarios.
- Se explicara las bases del concurso.
- Recolectar toda la información de las microempresas participantes.
- Se escogerá los proyectos por votación interna de los consultores.

13

www.sitesresources.com. (Septiembre de 2012)./responsabilidad Social.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

- Los ganadores se le brindara toda la asistencia metodológica y técnica.
- Además de colaborar con ellos para que obtengan un crédito empresarial si así lo amerite, como el BNF o el BIESS, dependiendo la reglamentación que les solicite.
- La ayuda que se ofrecerá tendrá como máximo 1 año.

El objetivo principal es de qué los microempresarios tengan todas las oportunidades, gracias al conocimiento que se les va a brindar, y obtengan un crecimiento sólido, que estén preparados para las todas las adversidades del camino, que se adapten al cambio, que son las innovaciones que vive el mundo, que aporten con la sociedad y a su vez impartan labor social aunque sea de una forma pequeña, y aprendan que el camino de un empresario es largo pero fructífero cuando los principios son éticos y legales.

Creemos que la responsabilidad social empresarial es un acto de todos los que conformamos la consultora “GENSOL”, ya que da un equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social, es vital para las sociedades de ahora involucrarse en temas tan importante como es la colaboración y más de las empresas que deben pasar a formar parte activa de la solución de los retos que tenemos, por el propio interés de tener un entorno más estable y próspero.

CAPITULO IV

4. Estudio Económico financiero.

GENSOL para el inicio de sus operaciones necesitará de una inversión USD\$13.871,33, dicho valor será aportado el 40,77% por los socios que corresponden a USD\$5.655,34, y el 59,23% a través de un préstamo de consumo que se realizará con el Banco Guayaquil a una tasa del 16,30%.

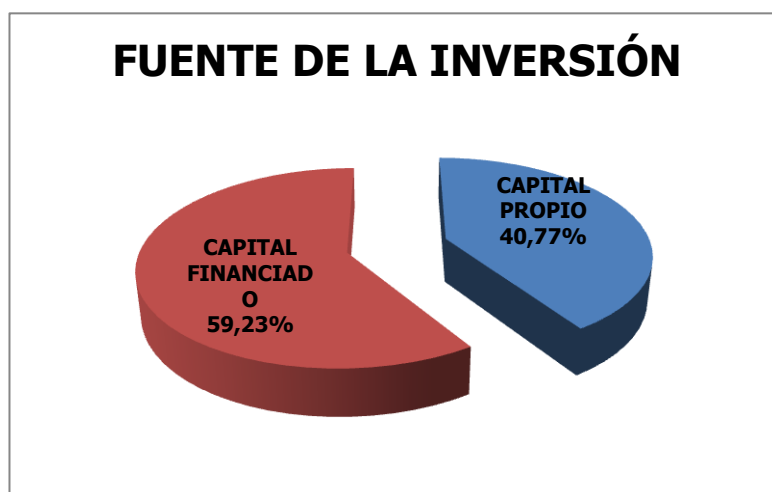
GENSOL ha realizado las proyecciones de sus ventas considerando que los valores a cobrar por cada uno de los servicios que ofrece la empresa son estimados y referenciales, no son fijos, dado que pueden variar dependiendo de la cantidad de trabajo, las horas de trabajo y pueden existir en ocasiones que se hagan descuentos dependiendo del número de servicios que está requiriendo el cliente.

A continuación se detalla un análisis de los principales indicadores financieros al primer año:

4.1. Fuente de Inversión

Para la creación de GENSOL contará con 2 socios los mismos que aportarán dinero conformando el capital, sin embargo dado que las aportaciones no son suficientes para el inicio del proyecto, será necesario realizar un préstamo que cubra el valor faltante.

FUENTES DE LA INVERSIÓN		
DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	\$ 5.655,34	40,77%
Capital Financiado	\$ 8.215,99	59,23%
TOTAL	\$ 13.871,33	100%



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

4.2. Inversión Inicial

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se agrupan en tres tipos: activos fijos, capital de trabajo y activos diferidos.

Los valores monetarios que se requieren en estos tres rubros para que GENSOL inicie sus actividades, se presentan a continuación:

INVERSIÓN INICIAL	
Activos Fijos	\$ 7.730,00
Activos Diferidos	\$ 494,00
Capital de Trabajo	\$ 5.647,33
TOTAL	\$13.871,33

4.2.1. Inversión en Activos Fijos

EQUIPOS DE OFICINA	UNIDADES	V. UNITARIO	V.TOTAL
COMPUTADORAS PORTATILES	4	750,00	3.000,00
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	1	600,00	600,00
PROYECTOR	1	250,00	250,00
TELÉFONO	5	40,00	200,00
IMPRESORA	2	250,00	500,00
TOTAL	13	1.890,00	4.550,00

MUEBLES Y ENSERES	UNIDADES	V.UNITARIO	V.TOTAL
ESCRITORIOS	5	300,00	1.500,00
SILLAS	5	12,00	60,00
DIVISIÓN DE OFICINA	4	140,00	560,00
ARCHIVADORES	3	300,00	900,00
MESA PARA LA REUNIÓN	1	160,00	160,00
TOTAL	18	912,00	3.180,00

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

La inversión en capital de trabajo está presupuestada para 1 mes, a continuación se detalla la misma:

GASTOS ADMINISTRATIVOS	USD\$
ARRIENDO	1.200,00
SUMINISTROS DE OFICINA	40,00
SUELDOS	1.600,00
BENEFICIOS	297,33
SERVICIOS BÁSICOS	110,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.247,33
GASTOS DE VENTA	
PUBLICIDAD	2.400,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	2.400,00
TOTAL GASTOS	5.647,33
CAPITAL DEL TRABAJO	5.647,33

4.2.2. Inversión Diferida

GASTOS DIFERIDOS	
Gastos de constitución y puesta en marcha	\$ 494,00
Total Gastos Diferidos	\$ 494,00

A continuación se detalla los rubros que se encuentran dentro de los Gastos de Constitución y Puesto en Marcha:

Apertura de Cuenta de Integración de Capital	\$ 300,00
Escritura Pública ante Notario	\$ 100,00
Publicación en Diario El Telégrafo	\$ 25,00
Inscripción de la Escritura en el Registro Mercantil	\$ 50,00
Afiliación en la Cámara de Comercio de Guayaquil	\$ 127,00
Patente IEPI	\$ 82,00
Tasa de habilitación municipal	\$ 51,00
Patente municipal	\$ 15,00
Certificado de Seguridad de Cuerpo de Bomberos	\$ 34,00
RUC de Establecimiento	\$ 0,00
Inscripción de Nombramientos en el Registro Mercantil	\$ 10,00
Total	\$ 794,00
(-) Devolución de Depósitos de Integración de Capital	\$ 300,00
Gastos de Constitución Neto	\$ 494,00

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

4.2.3. Ingresos proyectados

Los ingresos proyectados para el primer año fueron calculados multiplicando el valor del precio unitario de algunos de los servicios del portafolio de GENSOL, por el número de empresas captadas dando como resultado el valor de ingreso por mes, luego se realizó el cálculo considerando la periodicidad en el año, obteniendo de esta manera los ingresos anuales. Para los incrementos de los siguientes años, se toma en cuenta valores porcentuales del 5% para el crecimiento de los ingresos de venta de la empresa. Los meses proyectados en que se va a realizar los diferentes servicios se encuentran detallados en el **ANEXO 3**.

	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS POR VENTAS	52.680,00	55.314,00	58.079,70	60.983,69	64.032,87

SERVICIO	PRECIO	CANTIDAD	VALOR POR MES	PERIODICIDAD EN EL AÑO	TOTAL ANUAL
CONSULTORIA FINANZAS					
Análisis de estados financieros y elaboración de indicadores financieros	350,00	3	1.050,00	2	2.100,00
Valoración de empresas	900,00	1	900,00	1	900,00
Alternativas financieras (estructuración de negocios fiduciarios junto con el análisis de riesgos)	900,00	3	2.700,00	1	2.700,00
CONSULTORIA CONTABLE-TRIBUTARIO					
Consultoría Tributaria	1.100,00	1	1.100,00	3	3.300,00
Consultoría Contable	600,00	1	600,00	4	2.400,00
Outsourcing Contable y de Impuestos	350,00	4	1.400,00	12	16.800,00
Implementación de las NIIF´s	450,00	2	900,00	2	1.800,00
CONSULTORIA LEGAL					
Constitución de empresas	250,00	2	500,00	2	1.000,00
Elaboración de contratos del personal, finiquitos visto bueno.	60,00	2	120,00	4	480,00
Defender intereses de la empresa	300,00	1	300,00	1	300,00
Negocios fiduciarios	900,00	2	1.800,00	1	1.800,00
CONSULTORIA MERCADEO					
Investigación de Mercado	1.200,00	2	2.400,00	1	2.400,00
Estrategias de mercadeo	500,00	3	1.500,00	1	1.500,00
Posicionamiento de marca	600,00	2	1.200,00	1	1.200,00
Planificación acciones de comunicación	500,00	3	1.500,00	4	6.000,00
SEMINARIOS X PERSONA-48 HORAS	200,00	20	4.000,00	2	8.000,00
TOTAL			21.970,00	42	52.680,00

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

4.2.4. Egresos Projectados

Los gastos en que deberá incurrir **GENSOL** para el primer año son USD\$ **46.851,98**, para los siguientes años se han algunos de los gastos fueron proyectados considerando un incremento en base a la inflación anual.

Cabe indicar que lo que respecta a la publicidad no se realizara todos los meses del año.

GASTOS OPERATIVOS	\$	39.681,80
Publicidad	\$	4.000,00
Sueldos	\$	19.200,00
Beneficios Sociales	\$	3.568,00
Aporte Patronal	\$	2.236,80
Suministros de administración	\$	652,00
Arriendos (oficina)	\$	7.800,00
Servicios Básicos	\$	605,00
Bonificación	\$	1.200,00
Otros Gastos	\$	420,00
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	\$	2.328,67
Depreciación de Muebles y enseres	\$	318,00
Depreciación de Equipos de oficina	\$	1.516,67
Amortización de Gastos de Constitución	\$	494,00
GASTOS FINANCIEROS	\$	4.841,51
TOTAL DE GASTOS	\$	46.851,98

4.2.5. Fuente de Financiamiento

El financiamiento que tendrá el proyecto será con el aporte de los accionistas, y la parte restante a través de un crédito de consumo con el Banco Guayaquil de USD\$8.216,59 a una tasa del 16,30% por 24 meses. A continuación se detalla la tabla de amortización:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

TABLA DE AMORTIZACIÓN

VALOR DE PRÉSTAMO	\$	8.215,99
TASA %		16,30
TIEMPO		24 meses

	FECHA DE PAGO	INTERESES A PAGAR	ABONO A CAPITAL	CUOTAS	SALDO OBLIGACIÓN
					8.215,99
1	01/01/2013	111,60	291,86	403,46	7.924,13
2	01/02/2013	107,64	295,82	403,46	7.628,31
3	01/03/2013	103,62	299,84	403,46	7.328,47
4	01/04/2013	99,55	303,91	403,46	7.024,55
5	01/05/2013	95,42	308,04	403,46	6.716,51
6	01/06/2013	91,23	312,23	403,46	6.404,28
7	01/07/2013	86,99	316,47	403,46	6.087,82
8	01/08/2013	82,69	320,77	403,46	5.767,05
9	01/09/2013	78,34	325,12	403,46	5.441,93
10	01/10/2013	73,92	329,54	403,46	5.112,39
11	01/11/2013	69,44	334,02	403,46	4.778,37
12	01/12/2013	64,91	338,55	403,46	4.439,82
13	01/01/2014	60,31	343,15	403,46	4.096,67
14	01/02/2014	55,65	347,81	403,46	3.748,85
15	01/03/2014	50,92	352,54	403,46	3.396,32
16	01/04/2014	46,13	357,33	403,46	3.038,99
17	01/05/2014	41,28	362,18	403,46	2.676,81
18	01/06/2014	36,36	367,10	403,46	2.309,71
19	01/07/2014	31,37	372,09	403,46	1.937,63
20	01/08/2014	26,32	377,14	403,46	1.560,49
21	01/09/2014	21,20	382,26	403,46	1.178,22
22	01/10/2014	16,00	387,45	403,46	790,77
23	01/11/2014	10,74	392,72	403,46	398,05
24	01/12/2014	5,41	398,05	403,46	- 0,00

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

4.3. Estado de Situación Inicial

A continuación se presenta el estado inicial de GENSOL al 1 de enero de 2013.

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes	\$ 5.647,33	Pasivos a corto plazo	\$ 8.216,59
Bancos	\$ 5.647,33	Préstamo Banco de Guayaquil	\$ 8.216,59
		TOTAL PASIVOS	\$ 8.216,59
		 PATRIMONIO	 \$ 5.654,74
Activos Fijos	\$ 7.730,00	Capital social	\$ 5.654,74
Muebles y enseres	\$ 3.180,00		
Equipos de oficina	\$ 4.550,00		
Activos diferidos	\$ 494,00		
Gastos de constitución	\$ 494,00		
	<hr/>		<hr/>
TOTAL ACTIVOS	<u>\$13.871,33</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>\$13.871,33</u>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

4.4. Estado de Resultado proyectado a 5 años

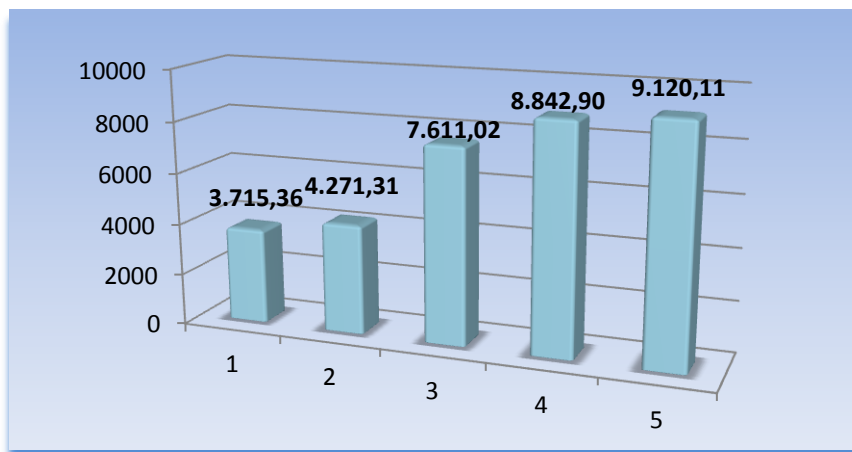
EL estado de resultado de GENSOL demuestra que en el primer año de inicio de actividades de la microempresa obtiene una utilidad neta proyectada de USD\$3.715,36 y en el quinto año USD\$9.129,88.

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO A 5 AÑOS

	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS POR VENTAS	52.680,00	55.314,00	58.079,70	60.983,69	64.032,87
UTILIDAD BRUTA	52.680,00	55.314,00	58.079,70	60.983,69	64.032,87
GASTOS OPERATIVOS	39.681,80	41.924,32	44.292,41	46.779,94	49.393,48
Publicidad	4.000,00	4.216,40	4.448,72	4.693,85	4.952,48
Sueldos	19.200,00	20.257,92	21.374,13	22.551,85	23.794,45
Beneficios Sociales	3.568,00	3.700,24	3.839,77	3.986,98	4.142,31
Aporte Patronal	2.236,80	2.360,05	2.490,09	2.627,29	2.772,05
Suministros de administración	652,00	687,28	725,15	765,10	807,26
Arriendos (oficina)	7.800,00	8.221,98	8.675,01	9.153,00	9.657,33
Servicios Básicos	605,00	637,73	672,87	709,94	749,06
Bonificación	1.200,00	1.400,00	1.600,00	1.800,00	2.000,00
Otros Gastos	420,00	442,72	466,67	491,92	518,53
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACION	2.328,67	1.834,67	1.834,67	318,00	318,00
Depreciación de Muebles y enseres	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00
Depreciación de Equipos de oficina	1.516,67	1.516,67	1.516,67	-	-
Amortización de Gastos de Constitución	494,00	-	-	-	-
UTILIDAD OPERACIONAL	10.669,53	11.555,02	11.952,62	13.885,75	14.321,39
GASTOS FINANCIEROS	4.841,51	4.841,51	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	5.828,02	6.713,51	11.952,62	13.885,75	14.321,39
PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	874,20	1.007,03	1.792,89	2.082,86	2.148,21
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	4.953,82	5.706,48	10.159,73	11.802,89	12.173,18
IMPUESTO A LA RENTA	1.238,45	1.426,62	2.539,93	2.950,72	3.043,29
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	\$ 3.715,36	\$ 4.279,86	\$ 7.619,80	\$ 8.852,16	\$ 9.129,88

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

**GRAFICO PROYECTADO
UTILIDADES PROYECTADAS**



4.5. Razones Financieras: Circulante, deuda, actividad y rentabilidad de un año

INDICADORES DE RENTABILIDAD

Margen Neto de Utilidades	=	Utilidad Neta / Ventas Netas	=	7,05%
---------------------------	---	------------------------------	---	--------------

Rendimiento sobre Activos ROA	=	Utilidad Neta / Activos Totales	=	23,33%
-------------------------------	---	---------------------------------	---	---------------

Rendimiento sobre el Patrimonio ROE	=	Utilidad Neta / Patrimonio	=	23,33%
-------------------------------------	---	----------------------------	---	---------------

INDICADORES DE LIQUIDEZ

Razón Circulante	=	Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	=	4,75
------------------	---	---	---	-------------

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

Capital de Trabajo	=	Act. Cte. - Pas. Cte.	=	\$ 7.915
--------------------	---	-----------------------	---	-----------------

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

Nivel de Endeudamiento	=	Pasivos Totales / Activos Totales	=	41,15%
------------------------	---	-----------------------------------	---	---------------

Concentración de Endeudamiento	=	Pasivos Corrientes / Pasivos Totales	=	32,24%
--------------------------------	---	--------------------------------------	---	---------------

Apalancamiento	=	Pasivos Totales / Patrimonio Total	=	69,93%
----------------	---	------------------------------------	---	---------------

4.6. Flujo de Efectivo, TIR y VAN

4.6.1. Flujo de efectivo a 5 años

	INV. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		\$ 5.828,02	\$ 6.713,51	\$ 11.952,62	\$ 13.885,75	\$ 14.321,39
DEPRECIACIÓN		\$ 2.328,67	\$ 2.608,11	\$ 2.921,08	\$ 318,00	\$ 318,00
	(13.871,33)	\$ 8.156,69	\$ 9.321,61	\$ 14.873,70	\$ 14.203,75	\$ 14.639,39

4.6.2. Valor Actual Neto

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Fuente: <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

El valor actual neto del proyecto es de **USD\$25.681.14**, valor positivo y mayor que cero, por lo tanto respalda la rentabilidad del proyecto.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

4.6.3. Tasa Interna de Retorno

Es aquella Tasa de Descuento que al utilizarla para actualizar los flujos Futuros de Ingresos netos de un proyecto de Inversión, hace que su Valor Presente Neto sea igual a cero.

Fuente: <http://www.ecofinanzas.com/diccionario/T/TASA INTERNA DE RETORNO.htm>

	INV. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		\$ 5.828,02	\$ 6.713,51	\$ 11.952,62	\$ 13.885,75	\$ 14.321,39
DEPRECIACIÓN		\$ 2.328,67	\$ 2.608,11	\$ 2.921,08	\$ 318,00	\$ 318,00
	(13.871,33)	\$ 8.156,69	\$ 9.321,61	\$ 14.873,70	\$ 14.203,75	\$ 14.639,39

TIR: 70%

La tasa interna de retorno es superior a la tasa descuento por lo que el proyecto se presenta rentable.

4.7. Punto de Equilibrio

Ventas	52.680,00
Costos Variables	4.652,00
Costos Fijos	35.029,80

$$\begin{array}{r}
 35.029,80 \\
 \hline
 1 - \frac{4.652,00}{52.680,00}
 \end{array}
 =
 \begin{array}{r}
 \$ \\
 38.422,80
 \end{array}$$

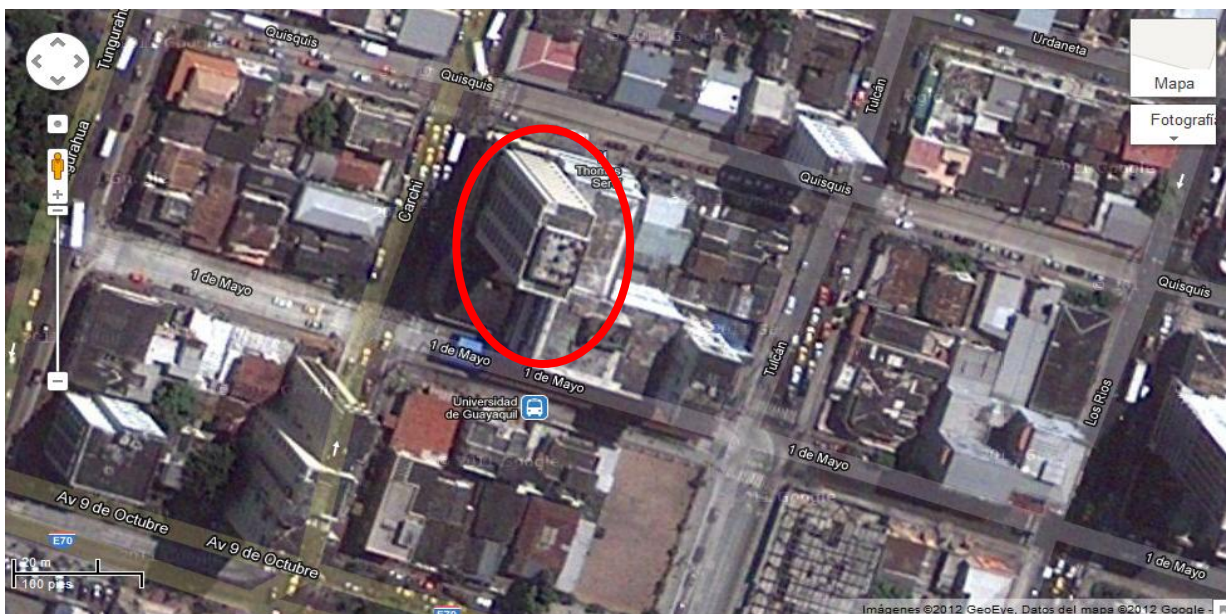
Ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas.

$$\begin{array}{r}
 35.029,80 \\
 \hline
 52.680,00 - 4.652,00
 \end{array}
 =
 \begin{array}{r}
 35.029,80 \\
 \hline
 48.028,00
 \end{array}
 = 72,94$$

El 72,94% es para el pago de costos fijos y variables, y el 27,06% es la utilidad neta.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “CONSULTORES Y ASESORES GENSOL”

4.8. Localización geografica de la empresa



Nuestra empresa se encontrara ubicada en la parte céntrica de la ciudad, en las calles Carchi 601 y Quisquis, en el Edificio Quil 1, en el piso 10 oficina 10B, el área de nuestra oficina es de 48mts2 donde tiene una excelente distribución de 1 sala de estar, 1 baño para clientes, 1 baño de la empresa, 3 cubículos y 1 oficina gerencial, nuestros horarios de atención serán de 9:00 a 17:00.

CONCLUSIONES

- Las oportunidades para las empresas de consultoría y asesoría siempre están presentes, debido a que los empresarios consideran de vital importancia, buscar la asistencia de profesionales especializados para sortear dificultades en momento de crisis.
- Las condiciones cambiantes que vive el mundo y la competitividad en todos los niveles hace que el empresario requiera de nuevas metodologías y herramientas que permitan a las organizaciones crear sus propias ventajas competitivas sobre otras similares.
- La demanda que el negocio espera atender en el primer año está claramente proyectado, que mediante las consultorías, capacitaciones y seminario cubriremos las expectativas generadas.
- Nuestras operaciones no requieren de mucho espacio, ya que desarrollaremos nuestras actividades en las instalaciones del cliente y para el caso de capacitación y seminarios se alquilara la infraestructura más adecuada.
- Como contamos con variedad de servicios, muchos de ellos no los cubre el personal de planta, se contratara a personal adecuado bajo las figura de dependencia.
- La estructura organizacional es clara y concisa , la empresa será jerárquica, distribuida en tres niveles: nivel directivo, nivel gerencial y nivel operativo, los procesos son parte vital para el funcionamiento de la organización y se los clasifico en tres: estratégicos, productivos y de Apoyo
- El estudio financiero determina la factibilidad de la creación de la empresa de Consultoría y Asesoría GENSOL, el proyecto se determinó en función a la demanda insatisfecha así todas las proyecciones financieras que se estimaron a 5 años. El flujo neto de caja muestra que la empresa mantiene una liquidez constante durante los cinco años de proyección, el valor actual neto del proyecto, se considera rentable y viable por tener un VAN (**USD\$25.681.14**); la TIR es del 70%. Con los resultados obtenidos los inversionistas recuperan el capital invertido en el negocio al segundo año de operaciones. Los criterios de evaluación como el VAN y el TIR y el periodo de recuperación de la inversión, demuestran que el proyecto es rentable y viable.

Recomendaciones

- Se determina las dificultades de los momentos, en que las empresas buscan el apoyo de especialistas para salir de estas dificultades; tienen actualizado a los grupos de estas empresas sobre herramientas que le permitan crear ventajas competitivas.
- Aprovechar la demanda insatisfecha que existe en la ciudad de Guayaquil para brindar el servicio integral de consultoría y asesoría.
- Consultores y Asesores GENSOL debe orientar sus esfuerzos en crear un factor diferenciador basado en el cliente, estableciendo procesos en el plazo de tiempo que se va proyectado la compañía.
- La creación de la compañía Consultores y Asesores GENSOL, mediante los criterios de evaluación como el VAN, TIR, demuestran que el proyecto es rentable y viable.
- Ejecutar el presente proyecto.