



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“CREACIÓN DE EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA EN
PROYECTOS DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LAS PYMES
EN EL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2012”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: ERWIN MILTON DOMÍNGUEZ REYES

TUTOR: ING. LINDA NÚÑEZ GUALE, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2012

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“CREACIÓN DE EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA EN
PROYECTOS DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LAS PYMES
EN EL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2012”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: ERWIN MILTON DOMÍNGUEZ REYES

TUTOR: ING. LINDA NÚÑEZ GUALE, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2012

La Libertad, 8 de Junio del 2012

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación, **“CREACIÓN DE EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA EN PROYECTOS DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LAS PYMES EN EL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2012”**, elaborado por el Sr. Erwin Domínguez Reyes, egresado de la Escuela de Ingeniería en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

.....
Ing. Linda Núñez Guale, MSc.

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado para mi familia quienes me han brindado su apoyo incondicional en el largo camino de la vida. En especial a mi madre Nelly Reyes quien me ha enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la humildad ni desfallecer en el intento por alcanzar mis metas, me ha dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, pero lo más importante su amor de madre y sin pedir nada a cambio.

A mi esposa Paola que siempre está pendiente de mí, su carácter y fuerza de espíritu me ha ayudado en varias situaciones que hemos pasado; su amor es el complemento ideal en mi vida y me ha regalado la dicha más grande de mi vida que es mi pequeño hijo Nahum, quien ha venido a este mundo para darme el impulso que necesito para ser mejor cada día.

AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero dar gracias a Dios por tantas bendiciones que ha derramado en mi vida, me ha dado la oportunidad de ser padre y de formar una linda familia.

A mis docentes quienes contribuyeron en mi formación académica, me enseñaron, sus conocimientos, sus orientaciones y su experiencia; han sabido inculcarme valores y principios para aplicarlos en el desarrollo de mi vida profesional.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE FACULTAD
C.C ADMINISTRATIVAS

Econ. Pedro Aquino Caiche MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA

Ing. Linda Núñez Guale, MSc.
PROFESOR TUTOR

Econ. Viviana Medina Vergara MBA
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**CREACIÓN DE EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA EN
PROYECTOS DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LAS PYMES EN EL
CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2012**

Autor: Erwin Domínguez

Tutor: Ing. Linda Núñez

RESUMEN

El objetivo de este estudio es establecer la creación de una empresa consultora y asesora de proyectos de inversión privada que permita el acceso al financiamiento de las pequeñas empresas en el cantón Santa Elena. El Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO, declara que una microempresa es una unidad económica, que puede ser de producción, comercio o servicios cuyas características indican que la administración y el manejo operacional son realizados por una persona, y los empleados no son más de 10 personas, incluido el propietario; las pequeñas y medianas empresas constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo. La metodología empleada en el estudio, se orientó al diseño transaccional descriptivo; dentro del enfoque cuantitativo, se proporcionó una visión de la situación real de las PYMES. Se empleó el diseño transversal para la dimensión temporal, involucrando la recolección de datos en un solo corte en el tiempo. Las PYMES en el cantón de Santa Elena se encuentran limitadas en su crecimiento debido al escaso acceso al financiamiento de las mismas, no cuentan con la información que les permita acceder a créditos promovidas por instituciones financieras, poseen poco conocimiento en proyectos de inversión y desconocimientos de herramientas técnicas para su elaboración. La empresa consultora/asesora es una propuesta para enfrentar las debilidades que tiene este sector productivo, las empresas especializadas en el servicio de asesoría están reconociendo cada vez más, la importancia que tienen las mismas es desarrollar y poner en marcha soluciones necesarias para competir en un mercado más global caracterizado por la complejidad.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
TRIBUNAL DE GRADO.....	v
RESUMEN	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1
1. TEMA.....	4
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
4. SISTEMATIZACIÓN	8
6. OBJETIVOS.....	10
6.1. OBJETIVO GENERAL.....	10
6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
7. HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	10

7.1	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	11
CAPITULO I.....		13
MARCO TEÓRICO		13
1.1.	ANTECEDENTES DEL TEMA	13
1.2.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	15
1.2.1.	EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA (VARIABLE INDEPENDIENTE).....	15
1.2.2.	PROYECTOS DE INVERSIÓN PRIVADA (VARIABLE DEPENDIENTE).....	25
1.3	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	42
1.3.1	CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR VIGENTE AÑO 2008	42
1.3.2	CODIFICACIÓN DE LA LEY DE CONSULTORÍA FEBRERO 2006 .	44
1.3.4	ASOCIACIÓN DE COMPAÑÍAS CONSULTORAS DEL ECUADOR 2004	49
1.3.5	LEY DE COMPAÑÍAS VIGENTE 2012.....	51
1.4	MARCO CONTEXTUAL	54
1.4.1	ENTIDADES FINANCIERAS EN EL CANTÓN SANTA ELENA.....	54
CAPÍTULO II		56
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		56
2.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	56
2.2	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	56
2.3	TIPO DE INVESTIGACIÓN	57
2.3.1	POR EL PROPÓSITO	57
2.3.2	POR EL LUGAR	57
2.4	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	58
2.4.1	MÉTODO INDUCTIVO.	58

2.4.2	MÉTODO DEDUCTIVO.....	58
2.5	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	59
2.5.1	OBSERVACIÓN	59
2.5.2	ENCUESTA.....	59
2.5.3	ENTREVISTA:.....	60
2.6	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	60
2.6.1	GUÍA DE OBSERVACIÓN.....	60
2.6.2	CUESTIONARIOS.....	61
2.6.3	GUÍA DE LA ENTREVISTA	61
2.7	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	61
2.7.1	POBLACIÓN.....	61
2.7.2	MUESTRA	62
2.8	PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	63
2.8.1	ESQUEMATIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN.....	63
2.8.2	DEFINICIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS IMPLEMENTADOS PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA.	63
2.8.3	DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES DE INTERÉS.....	63
2.8.4	EXPLICACIÓN DEL PROCESO MEDIANTE EL CUAL FUERON SELECCIONADOS LOS PARTICIPANTES DEL ESTUDIO.....	64
2.8.5	DISCUSIÓN DE LOS INSTRUMENTOS UTILIZADOS PARA EL ESTUDIO.	65
2.8.6	RECOLECCIÓN DE DATOS.....	65
2.8.7	PROCESAMIENTO DE DATOS.....	66
2.8.8	TABULACIÓN DE DATOS.....	66
2.8.9	ELABORACIÓN DE TABLAS Y GRÁFICOS.....	67
2.8.10	PRESENTACIÓN DEL PROCESO DE ANÁLISIS APLICADO A LOS DATOS. 67	
2.8.11	FORMULACIÓN DE LAS CONCLUSIONES.....	68

2.8.12	PLANTEAMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES.	68
2.8.13	FINALMENTE LA ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA.....	68
CAPITULO III.....		69
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		69
3.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS Y PROPIETARIOS DE LAS PYMES DE SANTA ELENA	69
3.2	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENTREVISTAS DIRIGIDA A EXPERTOS	87
3.2.1	DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	88
3.3	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89
3.3.1	CONCLUSIONES	89
3.3.2	RECOMENDACIONES.....	90
CAPÍTULO IV		92
PROPUESTA		92
4.1	PRESENTACIÓN.....	92
4.2	NATURALEZA DEL PROYECTO.....	94
4.2.1	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	94
4.2.2	CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS	95
4.2.3	VENTAJAS COMPETITIVAS	96
4.2.4	UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA	97
4.2.5	DISEÑO DE OFICINAS	98
4.2.6	MISIÓN	100
4.2.7	VISIÓN	100
4.2.8	OBJETIVOS	100
4.3	ORGANIZACIÓN.....	101
4.3.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	101

4.3.2	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	102
4.3.3	ÁREAS DE LA CONSULTORA	103
4.3.4	FUNCIONES Y PERFILES DE PUESTOS	105
4.3.5	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	110
4.4	MERCADO.....	112
4.4.1	PUBLICIDAD	112
4.4.3	ESTRATEGIAS DE VENTAS.....	114
4.4.4	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	115
4.5	SERVICIOS	116
4.5.1	ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO QUE OFRECE LA EMPRESA.....	116
4.5.2	DESCRIPCIÓN DE PROCESOS	119
4.6	FINANZAS	125
4.6.1	ESTUDIO FINANCIERO	125
4.6.2	INGRESOS Y COSTOS DEL PROYECTO	128
4.6.3	EVALUACIÓN FINANCIERA	133
4.6.4	INDICADORES DE EVALUACIÓN	137
	CONCLUSIONES.....	142
	RECOMENDACIONES.....	142
	ANEXOS I	149
	ANEXOS II.....	150
	ANEXOS III	153
	ANEXO IV.....	154
	ANEXOS V	157
	ABREVIATURAS.....	158

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico # 1 Definición de una consultoría.....	18
Gráfico # 2 Características de un consultor.....	22
Gráfico # 3 Sistema financiero.....	34
Gráfico # 4 Desarrollo de las PYMES en el Ecuador.....	39
Gráfico # 5 Visualización de la misión y la visión para las PYMES.....	39
Gráfico # 6 Visualización del registro contable de las PYMES.....	40
Gráfico # 7 Tendencias el mercado principal de las PYMES.....	40
Gráfico # 8 Inclinación de las PYMES a un campo productivo.....	41
Gráfico # 9 Aceptación de la Tecnología en las PYMES.....	41
Gráfico # 10 Actividad de la empresa.....	69
Gráfico # 11 Ubicación de la empresa.....	70
Gráfico # 12 Cargo que desempeña en la empresa.....	71
Gráfico # 13 Tipo de organización.....	72
Gráfico # 14 Registro de operaciones diarias de las PYMES.....	73
Gráfico # 15 Registro de empleados.....	74
Gráfico # 16 Implementado o mejorado su oferta.....	75
Gráfico # 17 Problemas que enfrenta su empresa.....	76
Gráfico # 18 Crédito otorgado por entidades financieras.....	77
Gráfico # 19 Monto concedido por entidades financieras.....	78
Gráfico # 20 Dificultades para acceder al crédito.....	79
Gráfico # 21 Tipo de financiamiento.....	80
Gráfico # 22 Proyectos para las instituciones financieras.....	81
Gráfico # 23 Presupuestación financiera de las PYMES.....	82
Gráfico # 24 Información para obtener financiamiento.....	83
Gráfico # 25 Contratación de consultoría/asesoría.....	84
Gráfico # 26 Servicio para desarrollar su negocio.....	85

Gráfico # 27 Formas de pago del servicio.....	86
Gráfico # 28 Logo de la empresa.....	95
Gráfico # 29 Ubicación de los departamentos.....	99
Gráfico # 30 Organigrama de la empresa.....	102
Gráfico # 31 Proceso de consultoría.....	119
Gráfico # 32 Proceso de asesoría	124

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro # 1 Planificación de cómo se va administrar.....	33
Cuadro # 2 Servicios que prestan las entidades financieras.....	55
Cuadro # 3 Matriz de localización.....	97
Cuadro # 4 Funciones y perfiles Gerente General.....	105
Cuadro # 5 Funciones y perfiles Asistente Administrativa.....	106
Cuadro # 6 Funciones y perfiles Asesor Empresarial.....	107
Cuadro # 7 Funciones y perfiles Asesor Jurídico	108
Cuadro # 8 Funciones y perfiles Gerente Marketing.....	109
Cuadro # 9 Funciones y perfiles Asistente de mercado.....	110
Cuadro # 10 Mezcla Publicitaria.....	113
Cuadro # 11 Estrategias y Acciones.....	114
Cuadro # 12 Servicios que brinda la competencia.....	115
Cuadro # 13 Servicios que brinda ProNegocios S.A.....	116
Cuadro # 14 Activo Fijo.....	125
Cuadro # 15 Activo diferido.....	126
Cuadro # 16 Capital de Trabajo.....	126
Cuadro # 17 Inversión Total.....	127
Cuadro # 18 Fuentes de financiamiento.....	127
Cuadro # 19 Fuentes y usos.....	128
Cuadro # 20 Balance de personal.....	129
Cuadro # 21 Gastos del servicios básicos y mantenimiento.....	129
Cuadro # 22 Suministros de oficina.....	130
Cuadro # 23 Gastos Administrativos.....	130
Cuadro # 24 Gastos de ventas.....	131
Cuadro # 25 Gastos financieros.....	131
Cuadro # 26 Proyección de gastos.....	132
Cuadro # 27 Ingresos del proyecto.....	133

Cuadro # 28 Proyección de ingresos.....	133
Cuadro # 29 Estado de Situación Inicial.....	134
Cuadro # 30 Estado de resultados.....	135
Cuadro # 31 Flujo de caja.....	136
Cuadro # 32 VAN.....	137
Cuadro # 33 TIR.....	138
Cuadro # 34 Análisis Costo/ Beneficio.....	139

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla # 1 Tamaño de la Población.....	62
Tabla # 2 Actividad de la empresa.....	69
Tabla # 3 Ubicación de la empresa.....	70
Tabla # 4 Cargo que desempeña en la empresa.....	71
Tabla # 5 Tipo de organización.....	72
Tabla # 6 Registro de operaciones diarias de las PYMES.....	73
Tabla # 7 Registro de empleados.....	74
Tabla # 8 Implementado o mejorado su oferta.....	75
Tabla # 9 Problemas que enfrenta su empresa.....	76
Tabla # 10 Crédito otorgado por entidades financieras.....	77
Tabla # 11 Monto concedido por entidades financieras.....	78
Tabla # 12 Dificultades para acceder al crédito.....	79
Tabla # 13 Tipo de financiamiento.....	80
Tabla # 14 Proyectos para las instituciones financieras.....	81
Tabla # 15 Presupuestación financiera de las PYMES.	82
Tabla # 16 Información para obtener financiamiento.....	83
Tabla # 17 Contratación de consultoría/asesoría.....	84
Tabla # 18 Servicio para desarrollar su negocio.....	85
Tabla #19 Formas de pago del servicio.....	86

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO I GUÍA DE OBSERVACIÓN.....	140
ANEXO II CUESTIONARIO.....	150
ANEXO III GUÍA DE ENTREVISTA.....	153
ANEXOS IV ENTREVISTAS.....	154
ANEXOS V CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA ANÓNIMA.....	157

INTRODUCCIÓN

En la última década, el Banco Interamericano de Desarrollo ha implantado importantes programas financieros y no-financieros dirigidos a las Pymes. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos acometidos en las reformas de los sistemas financieros de los países de la región, tanto en los programas de apoyo no-financiero, como en las líneas globales de crédito, existe un desajuste significativo entre la oferta y demanda de financiamiento para las Pymes.

Hay diferencias tanto en el nivel de desarrollo financiero e institucional como en el grado de desajuste entre oferta y demanda en nuestro país; a nivel nacional la percepción del riesgo que tienen los bancos de las Pymes se deriva de mayores tasas de morosidad que estas presentan, que podrían atribuirse al desconocimiento de tecnologías de crédito Pymes en los bancos (oferta), pobre gestión de las Pymes (demanda) y un marco jurídico poco propicio (barreras exógenas); mientras que en algunos casos los créditos para Pymes terminan siendo meras ilusiones porque los requisitos exigidos son de difícil cumplimiento, en otros, hay créditos pero cuya existencia se desconoce.

El contexto actual se caracteriza por restricciones en el acceso al crédito, aun habiendo fondos disponibles para tal sentido. Las Pymes necesitan del crédito para sostener sus inversiones en activos fijos y en capital de trabajo y así poder generar fuentes de empleo, pero muchas veces se les dificulta obtenerlo por potenciales problemas de asimetría de información, que podrían manifestarse por ejemplo en la forma de operaciones informales que no son correctamente expresadas, por dificultades al asimilar leyes u ordenanzas municipales, por aspectos relacionados con la seguridad social, o por déficit en la preparación de información de soporte en la gestión.

Las dificultades que tienen las PYMES al momento de acceder a un crédito en el sistema financiero, limita su acción de poder crecer organizacional, económica y geográficamente. El propósito de este trabajo de investigación radica en establecer la creación de una empresa consultora y asesora en proyectos de inversión privada, con el fin de contribuir al progreso económico-social empresarial de la provincia de Santa Elena.

El presente trabajo se encuentra estructurado en cuatro capítulos, cada uno desarrollado de la siguiente manera:

Capítulo I. En el primer capítulo encontramos el Marco Teórico, donde identificamos las bases teóricas que orientan el estudio, se establece 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, Además de referirnos a las bases teóricas, también es importante manifestar que el estudio tiene su fundamentación legal, que sustenta a través de normas jurídicas la investigación.

Capítulo II. Este capítulo se enfoca en el diseño metodológico, enmarcado en el diseño no experimental, la investigación es de tipo descriptivo en lo que respecta a la investigación de campo con base a investigaciones bibliográficas y documentales, que nos permiten obtener información acerca de la manera que influye la creación de una empresa de consultoría y asesoría de proyectos de inversión privada en el acceso al financiamiento de las PYMES en el cantón Santa Elena, se emplearon en la investigación los métodos deductivo e inductivo con el fin de observar su causa y efectos que inciden en el problema de estudio, se utilizó la investigación aplicada fundamentándose en teorías, leyes que sirvieron de

soporte para el desarrollo del estudio, en el mismo que se lo realizó en un determinado corte puntual en el tiempo.

Capítulo III. Corresponde al Análisis de los resultados, se analizó las encuestas, las entrevistas y la observación. Se pudo observar que las empresas no cuentan con una planeación financiera adecuada con políticas de endeudamiento, administración de cartera y crecimiento. La mayoría de las mismas no llevan un registro de las operaciones diarias y en los últimos años las PYMES no han implementado cambios ni mejorado su oferta.

Capítulo IV. Corresponde a la solución del problema, siendo esta, la creación de una empresa consultora y asesora en proyectos de inversión privada para las Pymes en el cantón Santa Elena, año 2012, cuyo objetivo es contribuir con el crecimiento empresarial en la provincia de Santa Elena a través de los servicios de consultoría y asesoría; y, extender su cobertura a todo el país.

MARCO CONTEXTUAL

1. TEMA

CREACIÓN DE EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA EN PROYECTOS DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LAS PYMES EN EL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2012.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las condiciones de acceso al crédito para las PYMES son poco competitivas internacionalmente en todos los países de la región. La oferta de crédito a PYMES se caracteriza por altas tasas de interés (el doble que para las grandes empresas), plazos cortos y exigencias elevadas de garantías. La severidad de estas condiciones suele justificarse por la morosidad del sector PYMES, que es mayor que la de las grandes empresas. Sin embargo, la percepción de riesgo de la banca es aún mayor a la que podría justificarse por la morosidad del sector. Todo ello supone un freno a la inversión de las empresas y por lo tanto un freno al crecimiento económico, del empleo y el bienestar en general.

Bloch Roberto, Granato Leonardo - Aunque el acceso al crédito en América Latina alcanza niveles comparables con los países industrializados, en la mayoría de los países hay indicios que actualmente existen proyectos PYMES que se dejan de financiar por las altas tasas y por consecuencia la necesidad de tasas de retorno interno elevadas para rentabilizarlos. El análisis de las fuentes de financiamiento disponible revela una escasez de crédito bancario que se traduce en una dependencia excesiva de las PYMES sobre el alto costo del crédito comercial y en particular sobre los fondos propios con que cuentan en algunos casos los

emprendedores. Revista OIDLES - Vol 1, N° 2 (2007).

En el Ecuador el acceso de las PYMES al crédito presenta variaciones de una región a otra, en algunas provincias de la costa y oriente, menos de la mitad de las PYMES acceden al crédito bancario, lo cual representa un importante desajuste. Entre los obstáculos de las PYMES para acceder al crédito, desde el punto de vista de la demanda, se encuentran el alto costo del crédito, la falta de confianza de los bancos respecto de los proyectos, el exceso de burocracia de los intermediarios financieros y la petición de excesivas garantías.

En la actualidad el gobierno desarrolla políticas industriales en relación a las MIPYMES, éstas tiene por objeto la diversificación productiva; la incorporación del valor agregado; la generación de empleo de calidad; se orienta al desarrollo de forma equilibrada las MIPYMES de las 7 regiones. El Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO a través de la Subsecretaria de MIPYMES y Artesanías, es la encargada de que la política sea operativa a través de programas y proyectos como es el acceso a los créditos productivos y la generación de capacidades, de igual manera el impulso al mercado de servicios de desarrollo empresarial y el fomento a la comercialización.

En la provincia de Santa Elena existen herramientas de créditos a las que tienen acceso las PYMES y que ofrecen alguna forma de financiamiento para el desarrollo empresarial, en la provincia existen dos tipos de banca, la una es la del desarrollo y la otra comercial, las mismas que no son capaces de participar activamente en el financiamiento del progreso local, sus métodos operacionales, costos y administrativos no les permiten adaptarse a las necesidades de los pequeños empresarios y hacen demasiado elevado los costos de transacción para préstamos de bajo monto. En la banca de desarrollo se ofrecen créditos de montos

altos y exigen garantías materiales y condicionan el uso del crédito a determinados objetivos llamados rentables siendo la principal crítica de los pequeños empresarios, el complicado trámite burocrático. La Corporación Financiera Nacional - CFN da créditos a diferentes proyectos pero solamente el 7,5% de los proyectos de los microempresarios son aprobados por falta del requisito indispensable como es la presentación de proyectos de inversión.

En el cantón Santa Elena, las pequeñas y medianas empresas se encuentran limitadas en su crecimiento debido a factores como el escaso acceso al financiamiento de las PYMES, en la actualidad para acceder a un financiamiento se requiere superar un proceso de crédito bastante rígido por parte de las instituciones financieras – IFIs, a pesar de la existencia de créditos que promociona el gobierno a través de la banca pública y privada, perdura aun el desconocimiento del procedimiento para calificar por parte de los emprendedores, limitando el número de beneficiarios de la región.

Los problemas que se presentan para las PYMES en Santa Elena son los siguientes:

- Las PYMES no cuentan con la información que les permita acceder a créditos promovidas por Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito e instituciones del estado, no permitiendo el avance empresarial de las mismas.
- El problema en los procesos, es la cantidad de requisitos y tiempo que tardan para llegar al objetivo del empresario, muchas veces en la mitad del procedimiento no se cuenta ya con ciertos requerimiento lo que dificulta el avance para obtener el crédito.
- No disponen con los documentos que requieren las entidades financieras, en el cuál se incluyen certificado de depósitos en el banco hasta registros en la

Superintendencia de Compañías, SRI, Cámara de Comercio, Registro Mercantil, Seguridad Social, Ministerio de Trabajo y Municipio, entre otros.

- Poco conocimiento en Proyectos de Inversión y desconocimientos de herramientas técnicas para su elaboración, esto limita al empresario al momento de aplicar a las facilidades de financiamiento que existen en el medio para desarrollar sus ideas de negocio.

Se convierte en una problemática la falta de un soporte investigativo que sirva como diagnóstico preliminar y punto de partida para optimizar los esfuerzos de organismos involucrados en facilitar mecanismos de financiamiento a las PYMES, que permita el fortalecimiento de las empresas nacientes y que garantice una alta rentabilidad a estos nuevos negocios que se creen en el cantón.

Es necesario para los empresarios de la PYMES realizar un proyecto de inversión para considerar los costos, ingresos y riesgos que contiene la idea de negocio, teniendo en claro las ventajas y desventajas del emprendimiento o ampliación de la empresa. No existen consultoría/asesoría en proyectos de inversión, en planificación, ni en organización en el Cantón Santa Elena.

Las PYMES buscan profesionales solo para proyectos de inversión, que actualmente constituye uno de los requisitos principales para acceder a préstamos financieros, pero estos muchas veces no garantizan resultado positivo. Estas tratan de ser competitivas, pero hace falta una empresa especializada en asesoría de proyectos, que oriente el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, sin duda alguna, que las ayude a innovar ya que este factor constituye un pilar fundamental para conseguir un buen resultado en el mercado en el que se encuentre el negocio.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo afecta la falta de una empresa consultora y asesora en proyectos de inversión privada en las PYMES del cantón Santa Elena, año 2012?

4. SISTEMATIZACIÓN

- a) ¿Cuál es la base teórica que orienta el estudio de la investigación?
- b) ¿Cuál es el contexto empresarial en que se encuentran las PYMES en el Ecuador?
- c) ¿Cuáles son los limitantes que tienen las PYMES para acceder a un crédito en las instituciones financieras?
- d) ¿Cuál es la situación actual de los pequeños empresarios?
- e) ¿Con qué herramientas técnicas cuentan los pequeños empresarios para la elaboración de Proyectos de Inversión?
- f) ¿Son las empresas de consultoría y asesoría una solución a los inconvenientes que presentan las PYMES?

5. JUSTIFICACIÓN

Las dificultades que tienen las PYMES al momento de acceder a un crédito financiero, limita su acción de poder crecer organizacional, económica y geográficamente, el escenario que presentan las mismas en cuanto a las políticas, planes y programas que estimulan su crecimiento, aportan para que las PYMES puedan llegar a constituirse en el motor del desarrollo y tener mayor participación de producir para el mercado nacional e internacional.

El estudio de las PYMES en el cantón Santa Elena, como trabajo de investigación tienen su importancia por lo representativas que se vuelven al momento de aportar al desarrollo de la sociedad peninsular, pues la actividad comercial del sector está basada en el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, constituyéndose éstas en un gran generador de la producción, empleo e ingresos.

Es oportuno para las PYMES del sector el aporte de una empresa de consultoría y asesoría de proyectos de inversión privada para el acceso a los créditos, el cual ofrezca alternativas de inversión, elaboración de proyectos y toma de decisiones, contribuyendo al progreso económico-social del cantón Santa Elena. Los principales beneficiarios del proyecto, es la pequeña y mediana empresa del cantón Santa Elena, por medio de las consultoras se permite que clientes y visitantes identifiquen y aprovechen las oportunidades que les ofrece un mercado globalizado y contrarresten de manera efectiva las amenazas de su entorno.

Una empresa que preste el servicio de consultoría puede transformar un proyecto fallido en un proyecto rentable aplicando conocimientos técnicos que viabilicen la rentabilidad y el aprovechamiento de los recursos potenciales que posee esta novel provincia, además de insertar los nuevos cambios tecnológicos en las actividades empresariales importantes para el desarrollo actual de las empresas con visión.

La investigación tiene una utilidad práctica, porque sus resultados pueden ser aplicados para quienes deseen crear una empresa especializada en asesoría para las PYMES, ayudando con esto al progreso de este sector que en muchos casos se ve marginado por el desconocimiento técnico para el acceso de los créditos en instituciones financieras. La utilidad teórica del estudio está dada por el aporte de sus conclusiones a otras investigaciones con similares características.

6. OBJETIVOS

6.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer la creación de una empresa consultora y asesora en proyectos de inversión privada, a través de la sistematización del estudio generado para las PYMES del cantón Santa Elena, año 2012.

6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los fundamentos teóricos que orienta el desarrollo del estudio.
- Establecer las estrategias metodológicas para el adecuado procedimiento de la investigación.
- Analizar los resultados de las técnicas utilizadas para el establecimiento de la situación de los pequeños empresarios, observando sus causas y efectos.
- Elaborar los instrumentos de investigación, tomando en consideración la operacionalización de las variables.
- Diseñar un modelo de creación de una empresa consultora y asesora como una solución a los inconvenientes que presentan los PYMES.

7. HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Con la creación de una empresa consultora y asesora se optimizarán los proyectos de inversión privada para las PYMES en el cantón Santa Elena, año 2012.

- *Variable independiente:* Empresa consultora y asesora
- *Variable Dependiente:* Proyectos de inversión privada para las PYMES.

7.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Hipótesis	Variable Independiente	Variables Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
Con la creación de una empresa consultora y asesora se optimizarán los proyectos de inversión privada para las PYMES en el Cantón Santa Elena, año 2012	Empresa consultora y asesora	Organización que cuenta con un talento humano calificado encargado de identificar alternativas de inversión, utilizando los diversos mecanismos crediticios que permiten el mejoramiento e innovación de las unidades de producción en un tiempo determinado	Alternativas de inversión	Tipo de organización Procedimiento	¿Según la formación de su pyme en qué tipo de organización la ubica usted? ¿Lleva registro de las operaciones diarias de su empresa o negocio?	Encuestas
			Mejoramiento e innovación	Registro de los colaboradores Crecimiento	¿Las personas que laboran en la empresa se encuentran registradas en el Ministerio de Relaciones Laborales y en el IESS? ¿En los últimos tres años su empresa ha implementado o mejorado su oferta?	Entrevistas Observación
			Mecanismos crediticios	Opciones al financiamiento Proyectos para las PYMES	¿Existen mecanismos y alternativas para el crédito financiero? ¿Existen proyectos que impulsen el desarrollo de las PYMES en Santa Elena?	

Elaborado por: Erwin Domínguez

Hipótesis	Variable Dependiente	Variables Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
Con la creación de una empresa de consultoría y asesoría se optimizarán los proyectos de inversión privada para las PYMES en el Cantón Santa Elena, año 2012	Proyectos de inversión privada para las PYMES	Instrumento destinado a promover las inversiones que puede ser utilizado por las PYMES, apuntan a colaborar con la iniciativa privada y pública en aspectos claves de los desarrollos productivos con el propósito de dinamizar el crecimiento económico sectorial y del conjunto, así como el bienestar general de la población.	Instrumento destinado a promover las inversiones	Crédito a instituciones financieras Monto del préstamo	¿El acceso a crédito en entidades financieras potencia el negocio de las PYMES? ¿Los créditos solicitados por las PYMES en las instituciones financieras se los realiza con criterio técnico?	Encuestas
			iniciativa privada y pública	Acceso al crédito Frecuencia	¿Existen instituciones que favorezcan el acceso al financiamiento? ¿Con qué frecuencia acceden al financiamiento las PYMES?	
			Desarrollos productivos	Proyectos productivos Desarrollo del negocio	¿Existen las herramientas técnicas para la elaboración de proyectos financieros? ¿Cuál es la clase de servicios crediticios que beneficia a la PYMES?	Observación
			Dinamizar el crecimiento económico sectorial	Empresa especializada	¿Es importante la existencia de una empresa especializada que ayude a las PYMES en su crecimiento económico?	

Elaborado por: Erwin Domínguez

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

El mundo empresarial se ve envuelto en diversas situaciones que hacen compleja su participación en el mercado y se deben a la competencia intensa, cambios del entorno, tecnologías, productos, demandas y necesidades de los empresarios que aumentan los niveles de incertidumbre, la forma de hacer negocios; la desregulación de los mercados ha multiplicado la presencia de ofertas y competidores en los mercados, la celeridad con que surgen nuevos enfoques gerenciales ha hecho imposible que en las empresas puedan asimilarse e introducirse con la velocidad requerida, sin la ayuda de especialistas externos.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC (2010) En el Ecuador los emprendedores aportan el 10% del PIB y representan el 76% del total de los establecimientos manufactureros del país.

Según datos de Corporación Financiera Nacional – CFN (2010), en su rendición de cuentas del año, se detalla que existió un monto de inversión de 507 millones de dólares destinados al empleo y productividad del país. La diversificación del crédito por sectores económicos se realizó de la siguiente manera: 37% destinado a la manufactura, 16% a la construcción, 15% a la agropecuaria, 13% al transporte, 8% a los servicios, 5% al comercio, 4% al turismo, 1% a la pesca, 1% a otras actividades. Los créditos que fueron entregados directamente a las empresas, basaron su inversión en 228,6 millones de dólares, mientras que los créditos a través de instituciones financieras fueron de 112,2 millones de dólares,

donde se incluyen bancos con 25,9 millones de dólares y cooperativas con 86,2 millones de dólares.

En el Ecuador existen muchos factores que impiden que grandes empresas inviertan en el país, debido a los cambios económicos, lo que provoca desconfianza para abrir sucursales de sus negocios en el mercado ecuatoriano, esto genera que el índice de desempleo aumente, lo que induce que los habitantes opten por emprender un negocio pequeño para subsistir.

Las PYMES se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo. Las facilidades de financiamiento que promueve el estado ecuatoriano para la expansión de negocios, industrialización, innovación, entre otras, no son utilizadas ni aprovechadas en su totalidad, debido a que las ideas de aquellos emprendedores no son planteadas documentalmente de manera apropiada.

Se tiene datos de morosidad de la Corporación Financiera Nacional (2011) en el cual consta el porcentaje de 4.93% para la Región Sierra Región 1, y el porcentaje de 8.48% para la Región Costa Región 2. Dichos porcentajes dan a notar que la morosidad es más alta en territorio costeño con relación al de la Sierra, indicando que existen más factores en este sector que impiden un desarrollo normal en la cancelación a tiempo, de las cuotas del préstamo e indica el poco progreso de las actividades comerciales emprendidas. Las empresas existentes trabajan rutinariamente, es decir no hacen uso de herramientas de diagnóstico y toma de decisiones de inversión, expansión, repartición de utilidades, compra o venta, entre otras, que les permitiría un notable crecimiento económico.

La provincia de Santa Elena es un sector productivo, lo cual no es aprovechado en su totalidad debido a la carencia de conocimientos amplios y experiencia empresarial de sus pobladores esto produce la pérdida de oportunidades para emprender, dando paso a la inexistencia de fuentes de empleo y su desarrollo socioeconómico. Los microempresarios poseen una cultura general de trabajo empírico, laboran de tal forma que sus negocios sean sostenibles y generen dinero para su funcionamiento, no se realizan los estudios necesarios para la toma de decisiones. Pero detrás de una responsable y profesional valoración, existe un sinnúmero de posibilidades para decidir el futuro de la empresa.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1. EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA (VARIABLE INDEPENDIENTE)

Cohen William (2007) “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”. (Pág. # 3).

Kurb Milan (2006) “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”. (Pág. # 9).

En los últimos años, las empresas y organizaciones de Consultoría y Asesoría están reconociendo cada vez más, la importancia que tiene la consultoría para mejorar su competitividad, desarrollar y poner en marcha soluciones necesarias para competir en un mercado más global caracterizado por la complejidad. La oferta se ha ido consolidando y ha ido ampliando y diversificando sus servicios, respondiendo con eficacia y rigor al reto que ha planteado la competitividad empresarial.

Salomon Michael (2008) “La dirección de la empresa, se ha visto presionada por un entorno hostil, donde el efecto más destacable es que las técnicas de gestión y los modos de dirección convencionales se muestran ineficaces para orientar a la empresa en el entorno en que viene actuando. Los problemas de fondo no se resuelven y se acumulan las soluciones a corto plazo y parciales, desembocando en situaciones de confusión para la dirección y en tensiones en el grupo directivo, que a su vez provocan malestar en el conjunto de la empresa como un todo, e individualmente entre los miembros que la integran.” (Pág. # 22)

Ribeiro Domingo (2005). “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. (Pág. # 7,8).

El servicio de consultoría debe ser entendido como el propósito estratégico de una firme voluntad por incorporar a las empresas, sistemas y conocimientos especializados que favorezcan el nivel de formación de empresarios, directivos y de toda la estructura de recursos humanos, con el fin de optimizar la organización y la gestión interna, que permita a las empresas adoptar las estrategias más adecuadas y afrontar las nuevas realidades del entorno que les rodea.

Miranda Juan (2005). La tendencia del mercado de consultoría de un país suele ser un buen indicador de la dirección de una economía, porque la contratación de consultoría es una inversión de futuro. La inversión de consultoría anticipa tendencias económicas y en algunos países se utiliza como un indicador económico fundamental. (Pág. # 11)

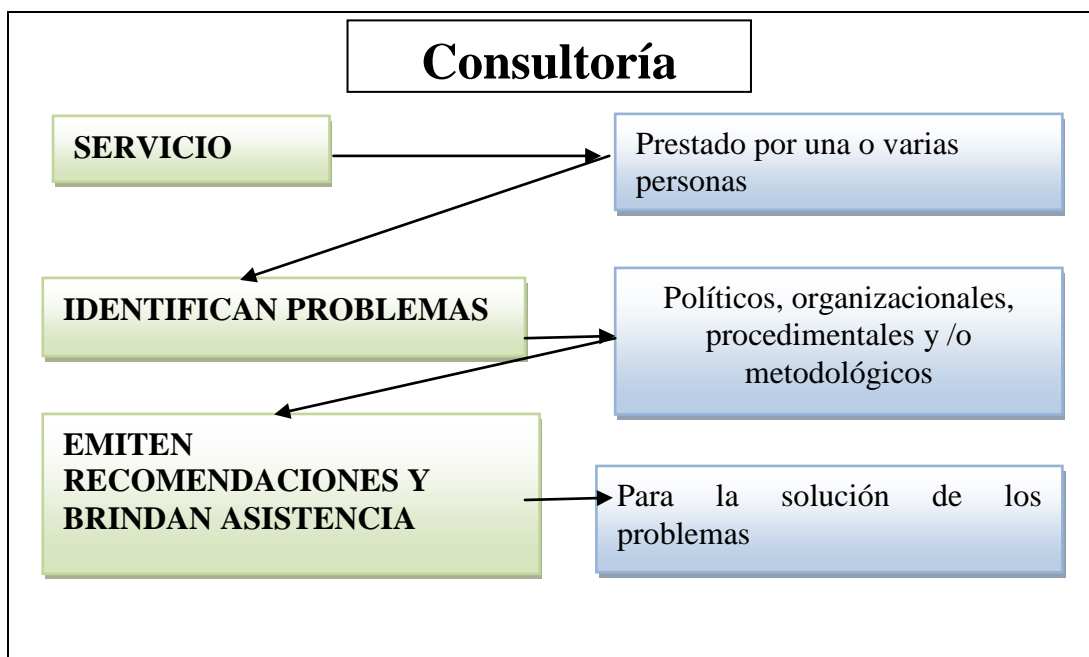
Martínez José (2006) La consultoría de dirección es un servicio que se contrata y se proporciona a las organizaciones, por personas específicamente formadas profesionalmente y calificadas a tal efecto, quienes ayudan, de forma objetiva e independiente a la organización cliente, a identificar los problemas de dirección,

analizarlos, recomendar soluciones y ayudar, cuando se solicita, en la ejecución de estas recomendaciones. (Pág. # 12).

Jaime Ospina (2010) Define la consultoría empresarial como una actividad profesional relativa a los servicios especializados prestados a una compañía o institución para asesorarla y ayudarla en la mejora de su gestión, operaciones y/o resultados financieros (jaimeospina.wordpress.com).

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.

GRÁFICO # 1 DEFINICIÓN DE UNA CONSULTORÍA



Fuente: Agencia de Cooperación Internacional del Japón 2009

Elaboración: Erwin Domínguez

Esto indica que la consultoría de empresas es un servicio al cual los directores de empresas pueden recurrir si sienten necesidad de ayuda en la solución de problemas. Todas estas teorías definen el estado de las empresas que necesitan de asesorías y de consultorías inmediatas para el progreso y mejora de su competitividad en el mercado contemporáneo, da a notar la importancia de la consultoría dentro del desarrollo empresarial, especialmente para las PYMES que necesitan de un apoyo más especializado, tanto para su financiamiento como perfeccionamiento de algún área organizacional.

En las empresas ecuatorianas, cuya integración es familiar en su mayoría, la gestión integral, se ve disminuida por la falta de orientación técnica y tecnológica, sistemas de calidad y de planificación, de prospección de mercados, productos y materias primas, todos estos factores inciden directamente en el poco crecimiento de estos negocios. La falta de planificación en futuras inversiones por parte de los empresarios a nivel local es la principal causa de que muchos de estos negocios desaparezcan en el corto tiempo al no tener visión de crecimiento.

Bazzani Carmen (2008). 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. (Pág. # 310)

Estos hechos permiten que las empresas abran sus negocios a las actividades de asesoramiento y consultorías que organicen y orienten sus sistemas productivos al más alto nivel de desempeño. Se ha determinado la eficiencia de las consultoras a través del tiempo, el entorno económico es el causante de que personas ajenas a la

institución y con mucha experiencia, se hagan cargo de los problemas que se suscitan, y que por medio de estrategias le den una solución inmediata.

1.2.1.1 DEFINICIÓN DE CONSULTOR

El término consultor es genérico y puede aplicarse a cualquier persona u organización que facilite asesoramiento a los responsables de adoptar decisiones.

Bazzani, Carmen (2008). Nos dice que: “las expresiones consultor gerencial o consultor empresarial señalan el sector de intervención del consultor, que es la asistencia a empresarios, gerentes y otros decisores en las empresas, tanto del sector público como privado”. (Pág. # 68)

Pizarro Rosalinda (2006). Los clientes que buscan asesoramiento empresarial pueden elegir entre una gran diversidad de servicios ofrecidos por consultores que muestran enormes diferencias en cuanto a sus antecedentes, experiencias, competencias, estilo de trabajo, condiciones de intervención, calidad de servicio y normas profesionales.

Las características de consultor deben corresponder a la naturaleza del problema planteado y a las necesidades específicas del cliente; a continuación señalamos cuatro de ellas:

- Paciencia.- Base del éxito del consultor dentro de la empresa: ¡MUCHA PACIENCIA! Se debe recordar que la paciencia es el principio de una buena relación entre el consultor y el consultado. Recuerda que el cliente ya no la

tiene y que debes conservarla. Se debe permitir que la gente experimente contigo.

- **Objetividad.-** No se debe perder en ningún momento el sentido de lo que se está haciendo. Los problemas y desacuerdos pueden hacer perder la visión y el objetivo de la misión. Se debe siempre tener en cuenta hacia dónde va nuestra principal contribución. Oriéntate a procesos, no a funciones.
- **Analítico.-** La misión del consultor es identificar los límites de la empresa y redefinirlos. Se debe ver más atrás de lo que se ofrece.
- **Específico.-** No solamente se debe dar "que hacer", también se debe dar el cómo y el cuándo hacerlo. Se debe ser cuidadoso al dar opiniones y juicios de valor. Definir los límites de intervención del modelo.
- **Generador de alternativas.-** El cliente espera que se den alternativas. Se deben hacer preguntas específicas sobre todos los aspectos de la empresa, generar un modelo de intervención que permita crear y proponer nuevos caminos y soluciones. (Pág. # 7,8)

Aunque estas son características importantes de los consultores de empresas deben considerarse también la competencia técnica, conocimientos especializados de la consultoría, independencia e integridad profesional que son las fundamentales del consultor empresarial.

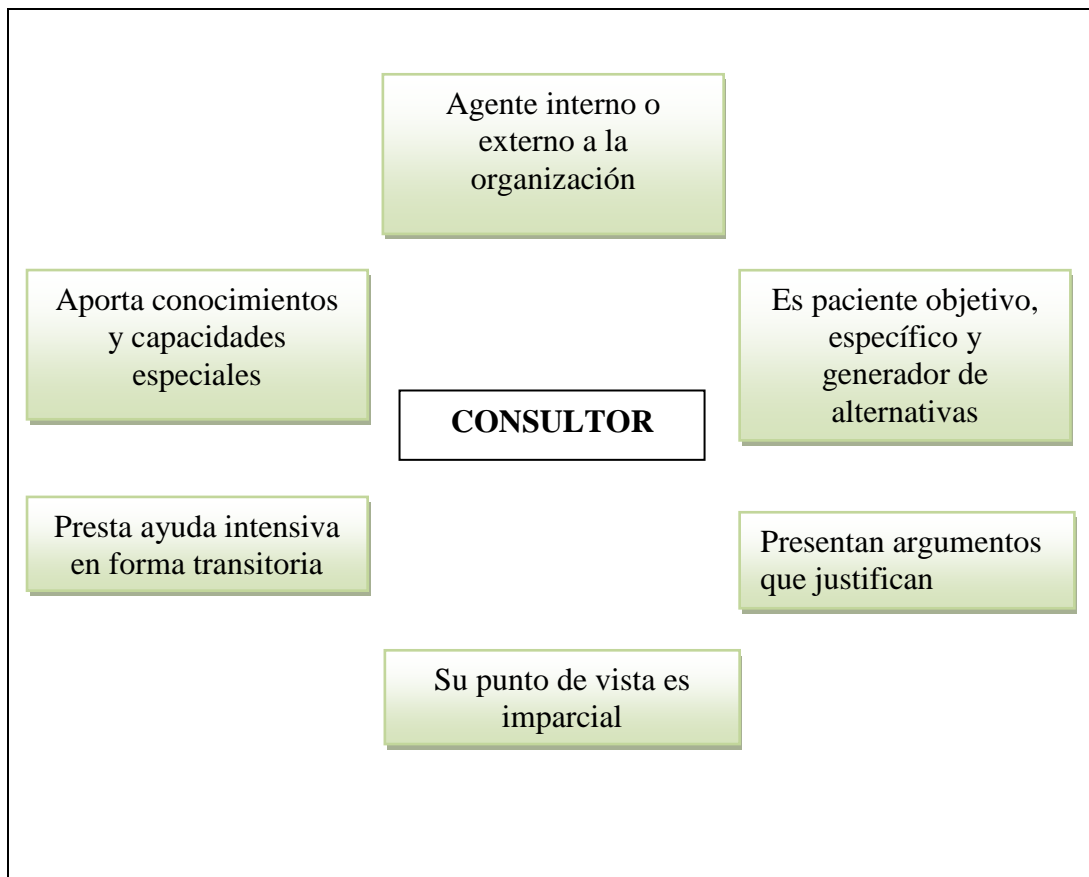
1.2.2.2 ¿POR QUÉ SE EMPLEAN CONSULTORES?

Acerca de este tema la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (2009) nos dice: “El director de una empresa no vería razón alguna para emplear un

consultor si éste no pudiera aportar algo que falta en aquella. En general, los consultores se emplean por una o más de las siguientes razones:

- Para que aporten conocimientos y capacidades especiales.
- Para que presten ayuda intensiva en forma transitoria.
- Para que den a un punto de vista imparcial
- Para que den a la dirección argumentos que justifiquen decisiones predeterminadas.

GRÁFICO # 2 CARACTERÍSTICAS DE UN CONSULTOR



Fuente: Agencia de Cooperación Internacional del Japón 2009
Elaboración: Erwin Domínguez

Las razones indicadas pueden estar presentes en grados tan variables y estar tan interrelacionadas que el consultor puede verse frente a una situación muy compleja; no obstante, debe esforzarse por mantener una visión muy clara de las razones por las cuales se emplean sus servicios, incluso si en el curso de su tarea las razones iniciales cambian o se descubren otras completamente nuevas.

1.2.2.3 DEFINICIÓN DE ASESORAMIENTO

Asesoramiento es un enfoque de asistir a otros, generalmente con menos experiencia, adquiriendo habilidades nuevas o adicionales y mejorar su desempeño. Asesoramiento puede ser descrito como “desbloquear” el potencial de una persona para maximizar su desempeño.

Pizarro Rosalinda (2008). Las habilidades de asesoría se adquieren mientras ganamos experiencia en nuestro trabajo como consultores para PYMES. Entonces podemos aplicar estas habilidades para asistir a los dueños de los pequeños negocios a desarrollar sus ideas. (Pág. # 22)

Existen una gran variedad de papeles que puede jugar un asesor. Los asesores juegan un número de papeles y cada uno de estos papeles enfatiza diferentes productos.

- El asesor como tutor.- a través del enfoque de tutoría, los asesores ayudan al aprendiz mediante:
 - Acelerar el ritmo de aprendizaje ayudando al aprendiz a pensar a través del proceso.
 - Incrementar la competencia técnica en sesiones uno a uno intensivas.
 - Motivando el crecimiento en experiencia. Este es el papel primario que el asesor juega

- El asesor como entrenador.- el asesor como entrenador facilita el aprendizaje mediante:
 - Enseñando mediante ejemplos
 - Enfocándose al “manos en acción”
 - El asesor frecuentemente se involucra en entrenamiento en el lugar de trabajo y demuestra cómo realizar una cierta actividad.

- El asesor como consultor.- consultoría puede ser definido como un proceso de comunicación en dos sentidos que ayuda tanto al aprendiz como al asesor para obtener un entendimiento claro de los problemas que se tienen mediante:
 - Argumentos persuasivos.
 - Compartir percepciones entre los individuos.
 - Creando fortalezas y trabajando con las debilidades.
 - Resolviendo conflictos.

Los asesores usan métodos para ayudar al personal aprendiz a su desarrollo profesional y a promover la autosuficiencia. Obviamente, este es el papel principal del consultor PYME.

- El asesor como administrador del desempeño.- los asesores que se enfocan al desempeño ponen especial énfasis en:
 - Aclarar las metas y los planes de acción.
 - Identificar fortalezas y limitaciones.
 - Ayudar a desarrollar estrategias para mejorar el desempeño.
 - El asesor como administrador del desempeño está más relacionado con como el aprendiz da resultados que como él se maneja con la misma gente para alcanzar estos resultados.

- El asesor como mentor.
 - Comunicar las metas y valores
 - Enfocarse en el desarrollo del entendimiento político
 - Mostrar un interés en el desarrollo del negocio

El consultor de PYMES puede ocasionalmente actuar como un mentor, especialmente con un emprendedor o alguien que ha iniciado justamente un negocio.

Un asesor efectivo desarrolla la flexibilidad de jugar una variedad de papeles dependiendo de las necesidades del aprendiz y nivel de la habilidad.

Se ha determinado la eficiencia de las consultoras a través del tiempo, el entorno económico es el causante de que personas ajenas a la institución y con mucha experiencia, se hagan cargo de los problemas que se suscitan, y que por medio de estrategias le den una solución inmediata.

1.2.2. PROYECTOS DE INVERSIÓN PRIVADA (VARIABLE DEPENDIENTE)

En el lenguaje económico-financiero invertir significa asignar recursos materiales, humanos, tiempo y dinero para una actividad económica que soporta riesgos y se estima generará mayores beneficios netos, una mayor rentabilidad o unos menores costos que una inversión alternativa o entre varias alternativas. 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.

Flor Gary (2006). 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. (Pág. # 80)

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

- (a) Identificar las alternativas
- b) Cuantificar o valorar las alternativas
- c) Utilizar un criterio de decisión de la forma como se evaluarán las alternativas.

En este sentido, existen diferentes metodologías tanto para identificar las alternativas, valorarlas y establecer los criterios de decisión pertinentes. La metodología para evaluar proyectos de inversión está estrechamente relacionada con la toma de decisiones financieras. Identificar las alternativas de inversión pasa por contrastar la rentabilidad esperada del proyecto con la rentabilidad esperada de otros proyectos o con el retorno que genere la alternativa de inversión de los recursos propios, por ejemplo, la adquisición de bonos de deuda pública o del rendimiento del dinero en un depósito a plazo.

En otras palabras, se trata de contrastar la rentabilidad financiera del proyecto con el costo de oportunidad del capital. La cuantificación o valoración de las alternativas supone realizar un análisis costo-beneficio en cada caso, tomando en consideración el valor de dichos costos y beneficios a lo largo del tiempo.

Herrera Eduardo (2007). 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. (Pág. # 32)

Siguiendo esta lógica, también surge una poderosa justificación de por qué elaborar un proyecto antes de realizar la inversión. Una idea de negocios puede resultar exitosa independientemente de si se realizaron estudios para llevarla a cabo o no. De hecho, muchos empresarios han triunfado con ideas de negocios que no recibieron una evaluación previa, pero ¿qué pasa si el negocio fracasa? en este caso se habrían invertido recursos en una actividad que tenía una mejor alternativa de inversión; el empresario asumirá el costo, al igual que la sociedad que no contará con esos recursos desperdiciados. Por esta razón, elaborar un proyecto o un plan de negocios es también una forma de minimizar los riesgos implícitos en cualquier inversión, al aportar dicho proyecto o plan de negocios una herramienta útil para una mejor toma de decisiones.

1.2.2.1 ETAPAS DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA

Jaime Brand. Un proyecto de inversión privada se desarrolla a lo largo de seis etapas:

a) 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.

b) 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:

- 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.

- 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:
 - i. El nivel de competencia y rivalidad existentes entre las empresas;
 - ii. Las condiciones de la demanda, relacionadas con aspectos como el grado de sofisticación de los consumidores;
 - iii. 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;
 - iv. Las instituciones de apoyo, tanto públicas como privadas, que facilitan la realización de inversiones y de negocios.

- 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.

c) 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 intercondicionan entre sí. La formulación abarca:

- 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.

- 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:
 - i. ¿Se debe localizar el proyecto en la localidad A o en la localidad B?
 - ii. ¿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?
 - iii. ¿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?

d) 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 sí 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].

e) 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.

f) Gerencia del Proyecto

Figuerola Norberto. 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. (Pág. # 56)

CUADRO # 1 PLANIFICACIÓN DE CÓMO SE VA ADMINISTRAR

LA PLANIFICACIÓN DE LA FORMA Y CARACTERÍSTICAS DE CÓMO SE VA A ADMINISTRAR EL NEGOCIO	
a) En el primer caso,	La administración del negocio se amolda a las características particulares del mismo definidas en el proyecto.
b) En el segundo caso,	Cuando se adquiere una franquicia, el modelo de administración del negocio puede ser impuesto totalmente o en parte por los dueños de la franquicia.

Elaborado por: Erwin Domínguez

a) De esta manera, las características de la administración del negocio pueden estar supeditadas a las características de la comercialización del producto, al

tamaño de planta y de la organización o a las características del proceso productivo.

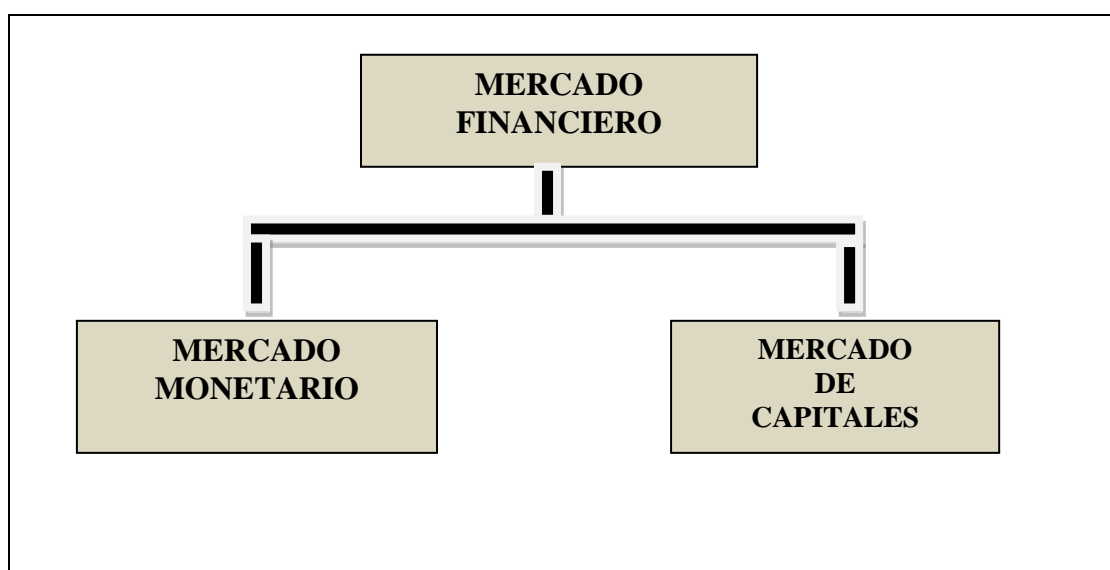
- b) En el segundo caso, Lo importante es que la gerencia del negocio en su plena operatividad sea coherente con lo planificado previamente en la formulación del proyecto.

1.2.2.2 SISTEMA FINANCIERO NACIONAL

El esquema o mecanismo que facilita la canalización de recursos para el financiamiento de las diferentes actividades económicas y productivas que tienen lugar en la sociedad se llama mercado financiero.

El mercado financiero se compone de dos mercados especializados: Mercado monetario y mercado de capitales.

GRÁFICO # 3 MERCADO FINANCIERO



*Fuente: Derecho Bancario, Panorama del Sistema Financiero,
Elaborado por: Erwin Domínguez*

Mercado Monetario: Es aquel en el que se negocian activos financieros de corto plazo, principalmente derivados de operaciones comerciales o crediticias y que tienen una liquidez elevada.

Mercado de Capitales: Es aquel en el que se negocian activos financieros a mediano y largo plazos y se hallan más vinculados al proceso de estructuración de activos de mayor permanencia o procesos de conformación de una capacidad productiva empresarial.

Dependiendo de la naturaleza de los activos financieros que se negocian y la clase de las instituciones el mercado financiero se ejecuta en dos segmentos: El mercado de las instituciones financieras y el mercado bursátil.

1.2.2.3 PYMES

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas siendo las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras y de construcción.
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones.

- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Para poder entender a las PYMES, se encuentran las siguientes definiciones:

Pequeña Industria:

Según el MIPRO (2010) Se la define como aquella empresa con predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual, que se dedica a actividades de transformación de materia prima en artículos finales, excluyéndose terrenos y edificios, no sea mayor del valor que el Comité Interministerial de Fomento de la Pequeña Industria, fije anualmente, es decir no será mayor de US \$ 112.000.

Pequeña Empresa:

Para los asesores de la Cámara de la Pequeña Industria de Guayas CAPIG, Pequeña Empresa es una unidad de producción que tiene de 5 a 40 y un máximo de 50 empleados, su capital no tiene piso pero su patrimonio tiene un techo de \$ 150.000.

Mediana Empresa:

Para que a una empresa se le considere como Mediana Empresa, se tiene en cuenta el número de empleados entre 50 y 100,00 (CAPIG, 2010)

Microempresa:

El Ministerio de Industrias y Productividad, en el año 2010 consideró como Microempresa a una unidad económica productiva y puede ser de producción, comercio o servicios, cuyas características básicas son:

- El manejo operacional y administrativo lo realiza generalmente una persona.
- Sus activos no sobrepasan los \$ 20.000 dólares.
- El número de trabajadores es máximo de 10 personas incluido el propietario.

Artesanía:

La artesanía es la actividad que se ejerce en forma individual o colectiva en la transformación de materia prima destinada a la producción de bienes, servicios o artística con predominio de la labor manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas. (Ley del artesano, 2010)

1.2.2.4 IMPORTANCIA DE LAS PYMES

La importancia de las PYMES en la producción de bienes y servicios, en nuestro país y el mundo muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Micro y Pequeñas y Medianas Empresas cumplen un rol fundamental pues con su aporte ya sea produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

La importancia de las PYMES en la economía del Ecuador se basa en:

- Asegurar el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra, lo cual se lo considera necesario para el correcto funcionamiento del mercado laboral.
- Tienen efectos socioeconómicos importantes ya que permiten la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor.

- Reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado; en general, sus orígenes son unidades familiares.
- Presentan mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura.

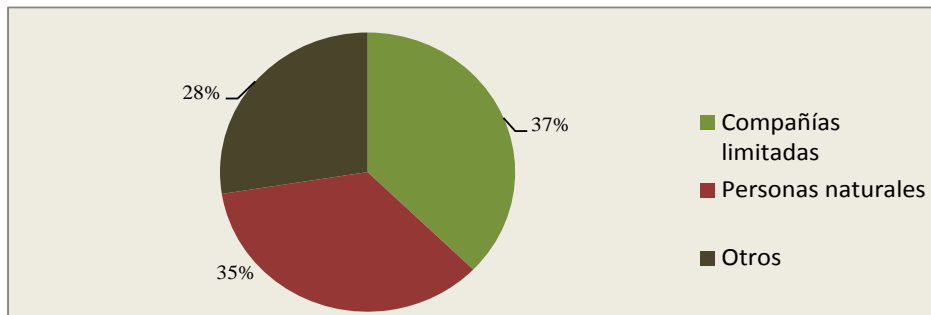
En la casi totalidad de las economías de mercado las empresas pequeñas y medianas, constituyen una parte sustancial de la economía, así como poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que resultarán fuentes generadoras de empleo.

La creación de las PYMES se desarrolla en base a una idea, que se da como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio. Son muchos los factores que pueden llevar a una persona a inclinarse por un negocio concreto, los factores son:

- Nuevas oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos, de nueva creación o con un alto porcentaje de crecimiento.
- Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos.
- La experiencia del futuro empresario, que ha sido trabajador o directivo de otro negocio y que pretende independizarse.

De acuerdo a estudios realizados en el año 2011 por el Ministerio de industrias y productividad, en el mercado local las PYMES se desarrollan principalmente en las provincias de Azuay, Guayas, Manabí, Pichincha y Tungurahua, las cuales operan específicamente en ocho sectores productivos: textiles y confecciones; productos alimenticios y bebidas; cuero y calzado; madera y muebles; papel, imprenta y editoriales; productos químicos y plásticos; productos minerales no metálicos; productos metálicos, maquinaria y equipo.

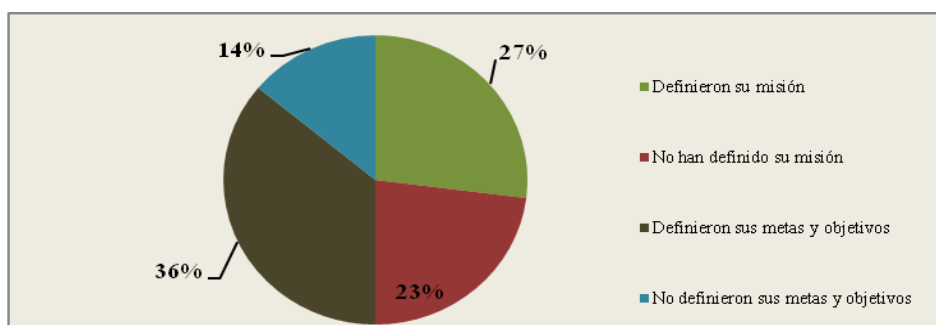
GRÁFICO # 4 DESARROLLO DE LAS PYMES EN EL ECUADOR



Fuente: MIPRO 2011
Elaborado por: Erwin Domínguez

En el gráfico # 4, se aprecia que en las PYMES prevalecen las compañías limitadas con el 37.3% y aquellas que operan como personas naturales se observa el 35.2%, de las cuales se concluye que en la conformación del capital de la pequeña y mediana industria a nivel nacional, se mantiene todavía una estructura cerrada o de tipo familiar.

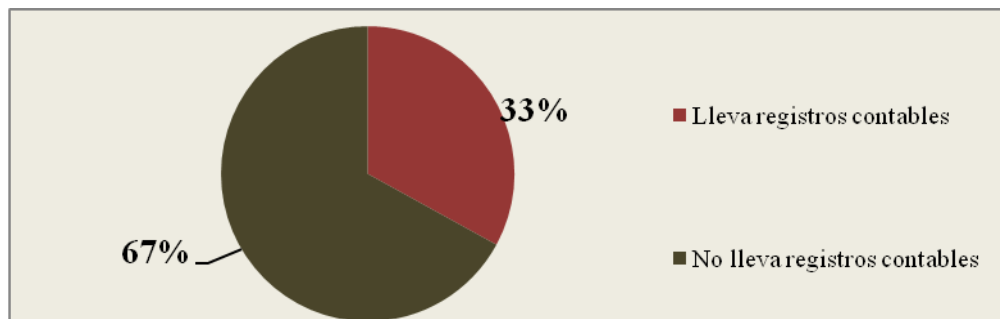
GRÁFICO # 5 IMPORTANCIA DE LA MISIÓN Y LA VISIÓN



Fuente: MIPRO 2011
Elaborado por: Erwin Domínguez

En lo relativo a la gestión administrativa de las PYMES Ecuatorianas, en el gráfico # 5 se evidencia que solamente el 27% de ellas han definido su misión, mientras que el 36% han puesto énfasis exclusivamente en la definición de sus metas y objetivos.

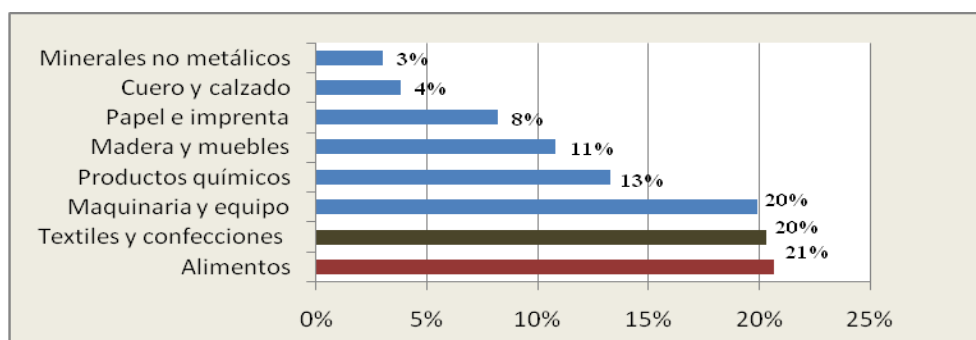
GRÁFICO # 6 VISUALIZACIÓN DEL REGISTRO CONTABLE DE LAS PYMES



Fuente: MIPRO 2011
Elaborado por: Erwin Domínguez

En relación con la teneduría de libros contables por parte de las PYMES, se considera en el gráfico # 6, que apenas el 33% de las mismas llevan registros, mientras que el 67% restante no lo hace. Este hecho indica que no existe una política contable suficientemente específica para este tipo de empresas.

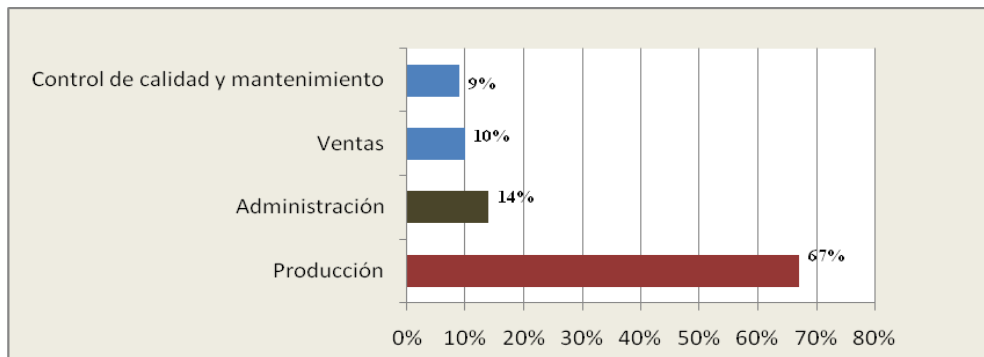
GRÁFICO # 7 TENDENCIAS DEL MERCADO PRINCIPAL DE LAS PYMES



Fuente: MIPRO 2011
Elaborado por: Erwin Domínguez

En lo referente a la generación de riqueza por grupo productivo, se aprecia en el gráfico # 7, que el sector alimenticio aporta con el 21% del total, el de textiles y confecciones con el 20%, el de maquinaria y equipo con el 20%, el de productos químicos con el 13%, madera y muebles con el 11%, papel e imprenta con el 8%, cuero y calzado con un 4% y el de minerales no metálicos con un 3%.

GRÁFICO # 8 INCLINACIÓN DE LAS PYMES A UN CAMPO PRODUCTIVO



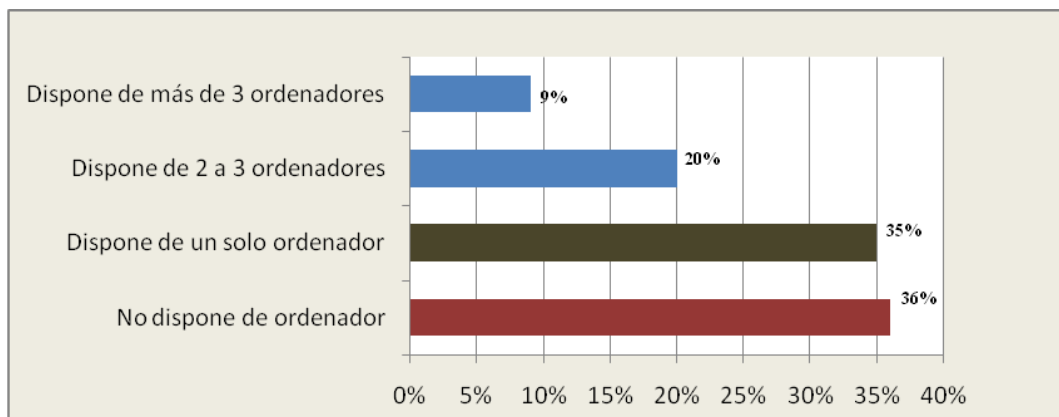
Fuente: MIPRO 2011

Elaborado por: Erwin Domínguez

En los factores de producción, como lo muestra el gráfico # 8, se establece que, de todo el personal que trabaja en las PYMES afiliadas a la Cámara respectiva, el 67% está ocupado en actividades de producción, el 14% en administración, el 10% en ventas y el 9% complementario está asignado a control de calidad y mantenimiento.

Las PYMES no exportan actualmente de manera creciente y sostenida, debido a que tienen ciertas dificultades para hacerlo: Capacidad insuficiente para atender grandes volúmenes, desconocimiento de los requisitos nacionales e internacionales, precios no competitivos, limitaciones en calidad y trabas arancelarias y no arancelarias que imponen otros países.

GRÁFICO # 9 ACEPTACIÓN DE LA TECNOLOGÍA EN LAS PYMES



Fuente: MIPRO 2011

Elaborado por: Erwin Domínguez

En lo que respecta a tecnologías de información y comunicación, el gráfico # 9 refleja que se advierte una débil incorporación de sistemas computarizados de manejo de la información, pues el 36% de las empresas, manifiesta que no dispone de ordenadores y el 35% que dispone de solo uno. Las empresas que estarían utilizando entre 2 y 3 representan el 20% y el 9% tendría más de tres.

1.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

1.3.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA 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”.

1.3.2 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 registrarán por esta Ley, su reglamento y en lo que no estuviere previsto, por las demás normas legales aplicables.

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 los requisitos establecidos en el artículo siguiente.

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.

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.

1.3.3 LEY DE FOMENTO DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA Y ARTESANÍA ACTUALIZADO EN EL 2010

Se podrán acoger al régimen de la presente Ley, la artesanía y la pequeña industria.

La Artesanía podrá ejercerse individualmente o por medio de cooperativas o de uniones de artesanos. Se considerará unión de artesanos a la asociación de varios de ellos con fines de producción, que formen una entidad económica diferente de la individual.

Se considerarán herramientas los instrumentos con que trabajan los artesanos en las obras de sus oficios; y máquinas o maquinaria, el mecanismo o conjunto de mecanismos, cuyo funcionamiento lleva a cabo directamente procesos manufacturados de transformación.

DE LAS ORGANIZACIONES

Art. 14.- Los artesanos se organizarán en un gremio por cada rama de actividad en la respectiva provincia, al que pertenecerán los artesanos de la rama correspondiente, o en una sola organización clasista, cuyos beneficios serán:

- Exoneración total a los insumos y derechos que graven la exportación de los artículos y productos de la artesanía.
- Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro.
- Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales inclusive los de alcabala y de timbres a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de instalación, funcionamiento, aplicación o mejoramiento de los talleres, centros y almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades.
- Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios, de conformidad a la Ley para la reforma de las finanzas públicas.

- Exoneraciones de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuciones establecidas para la patente municipal y permisos de funcionamiento.
- Exoneración total de derechos, timbres o impuestos que graven los actos constitutivos, reforma de estatutos, elevación de capital de asociaciones, gremios, cooperación, uniones de artesanos u otras personas jurídicas reconocidas legalmente conformes lo determina la presente Ley.
- Aprovechamiento de régimen de depreciación acelerada de la maquinaria y equipos auxiliares.
- Certificación salarial para aplicación de los regímenes especiales salariales que se expidieran para el sector de conformidad con la Ley.
- La protección del seguro social artesanal se extenderá a los trabajadores que constituyen el grupo familiar, inclusive el cónyuge del artesano que contribuya con su trabajo para el funcionamiento de su taller

DEL CRÉDITO

Las Instituciones de crédito de fomento estarán obligadas a otorgar créditos a los artesanos, uniones de artesanos y pequeños industriales, en condiciones especiales que, apartándose de las normas de crédito ordinario, se acomoden mejor a la situación de un sujeto de crédito que tiene capacidad real y potencial de pago.

Estas Instituciones de crédito de fomento, harán constar anualmente en su presupuesto de inversiones un Fondo Especial, tomando como base los programas de Fomento de la Producción de la Pequeña Industria y Artesanía elaborados por el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca en concordancia con

el Plan Integral de Transformación y Desarrollo adoptado por el Gobierno. En lo que se refiere a banca pública, actualmente el gobierno esta incentivando al sector productivo a través de líneas de crédito que son canalizadas por la Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento.

1.3.4 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:

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

- c. Promover la excelencia en el desempeño profesional de sus asociados a fin de propiciar en el país el desarrollo tecnológico y la innovación.
- d. 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.
- e. Ofrecer servicios en términos de calidad y oportunidad, en función de las necesidades de los socios de la Cámara.
- f. Servir de centro de investigación, información, consulta, capacitación, asesoría y asistencia en materias relacionadas con la consultoría.
- g. 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.
- h. 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.
- i. 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.
- j. Promover la autorregulación de la industria consultora ecuatoriana, como forma de potenciar su capacidad competitiva tanto a nivel nacional como internacional.

- k. Impulsar y ejecutar las tareas de responsabilidad social de la Cámara, bajo principios de integridad y honestidad.
- l. 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.
- m. Difundir la actividad de la consultoría a nivel nacional, a través de las representaciones regionales o provinciales.
- n. Participar en veedurías ciudadanas para vigilar la transparencia y legalidad de los procesos de contratación pública y su efectivo cumplimiento.

1.3.5 LEY DE COMPAÑÍAS VIGENTE 2012

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.

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.

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.

1.4 MARCO CONTEXTUAL

El cantón Santa Elena tiene 3.880 km² de extensión, siendo el segundo cantón más grande del Ecuador y 126.271 habitantes. De ellos 64.446 son hombres y 61.825 mujeres. En el área urbana viven 31.503 personas y en la rural 94.768. La economía de Santa Elena se basa principalmente en la pesca, turismo, artesanías, agricultura y ganadería. El mencionado cantón es la capital de la reciente provincia, por lo que su economía ha mejorado en los últimos años y el apoyo del Estado es mayor.

A medida que se acrecientan las oportunidades de financiamiento, la economía del cantón avanza, este es un sector muy productivo, cuenta con tierra y mar, logrando establecer el turismo a manera de servicio.

El comercio en el cantón Santa Elena es menor en comparación al cantón La Libertad, sin embargo cada vez la zona céntrica se vuelve más comercial, los negocios de comida, actividad nocturna, librerías, panaderías, son mayores y el acceso al transporte por medio de buses y taxis también ha progresado.

1.4.1 ENTIDADES FINANCIERAS EN EL CANTÓN SANTA ELENA

Existen las siguientes entidades financieras:

- Banco del Pichincha
- Banco de Guayaquil
- Banco de Fomento
- Cooperativa de ahorro y crédito Nueva Huancavilca

**CUADRO # 2 SERVICIOS QUE PRESTAN LAS ENTIDADES FINANCIERAS
EN EL CANTÓN SANTA ELENA**

SERVICIOS QUE PRESTAN LAS ENTIDADES FINANCIERAS
CRÉDITOS BANCO DEL PICHINCHA
➤ CRÉDITO EMPRESAS: PEQUEÑAS & MEDIANA
➤ CRÉDITO HIPOTECARIO EMPRESARIAL
➤ CRÉDITOS MICROEMPRESAS
CRÉDITO DEL BANCO GUAYAQUIL
➤ MULTICREDITO
CRÉDITO DEL BANCO DEL FOMENTO
➤ CRÉDITO DE DESARROLLO HUMANO
➤ MICROCRÉDITO
➤ CRÉDITO 5-5-5
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NUEVA HUANCAYILCA
➤ CRÉDITO ORDINARIO
➤ CRÉDITO EMERGENTE
➤ CREDIGRUPO

Elaborado por: Erwin Domínguez

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes. El diseño de investigación desglosa las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable.

En el estudio se aplicó el diseño no experimental, en el cual se observaron los fenómenos tal y como ocurrieron naturalmente, sin intervenir en su desarrollo, la investigación es de tipo descriptivo en lo que respecta a la investigación de campo con base a investigaciones bibliográficas y documentales, que nos permiten obtener información acerca de la manera que influye la creación de una empresa de consultoría y asesoría de proyectos de inversión privada en el acceso al financiamiento de las PYMES en el cantón Santa Elena, se emplearon en la investigación los métodos deductivo e inductivo con el fin de observar su causa y efectos que inciden en el problema de estudio, se utilizó la investigación aplicada fundamentándose en teorías, leyes que sirvieron de soporte para el desarrollo del estudio, en el mismo que se lo realizó en un determinado corte puntual en el tiempo.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

En este estudio se empleó la investigación cualitativa y cuantitativa. En la investigación cuantitativa se analizaron diversos elementos que fueron medidos y cuantificados, la información se obtiene a base de muestras de la población y sus resultados son extrapolables a toda la población, con un determinado nivel de error y nivel de confianza.

La investigación cualitativa dio cuenta de la credibilidad de la comunicación, se observan a los pequeños empresarios que fueron encuestado, por un lado; y por otro lado, se observaron los requerimientos que necesitan las PYMES para emprender en su desarrollo, desde el punto de vista del acceso al financiamiento, siendo éste el objeto de la investigación y el estímulo generador de determinadas conductas de los encuestados.

2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

2.3.1 POR EL PROPÓSITO

Con el objeto de solucionar los diferentes problemas presentados en el estudio se utilizó la investigación aplicada. El estudio tuvo su fundamento teórico en las empresas de consultoría y asesoría, consideradas como organización que cuenta con un talento humano calificado encargado de identificar alternativas de inversión, utilizando los diversos mecanismos crediticios que permiten el mejoramiento e innovación de las unidades de producción en un tiempo determinado y en los proyectos de inversión privados para las PYMES, que son instrumentos destinados a promover las inversiones que pueden ser utilizadas por las PYMES, las mismas que apuntan a colaborar con la iniciativa privada y pública en aspectos claves de los desarrollos productivos con el propósito de dinamizar el crecimiento económico sectorial y del conjunto, así como el bienestar general de la población. Estas concepciones teóricas guiaron el desarrollo del estudio, tanto para el análisis como para su resultado.

2.3.2 POR EL LUGAR

- Investigación Documental Bibliográfica

Se examinó las empresas de consultoría y asesoría, las etapas de un proyecto de inversión privada, el acceso al financiamiento de las PYMES, el desarrollo de las

PYMES en el Ecuador, y el sistema Financiero Nacional y la fundamentación legal en la cual se sustenta la propuesta.

- Investigación del Campo.

La investigación fue dirigida a los pequeños empresarios del cantón Santa Elena, de acuerdo al catastro comercial del municipio de dicho cantón, el fin de recabar información acerca de las variables y relacionarlas entre sí a través de las encuestas.

2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1 MÉTODO INDUCTIVO.

Se aplicó el método inductivo, mediante el cual se observó 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 PYMES a los empleados en el Ministerio de Relaciones Laborales ni en el IESS; la planeación financiera que llevan las PYMES 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.

2.4.2 MÉTODO DEDUCTIVO.

Una vez identificadas las causas del problema en estudio, se inicio a organizar la relación entre los dos variables, asociando un único valor entre la variable independiente, y la variable dependiente, se observó que el principal problema que enfrentan las PYMES para implementar nuevos servicios o productos, es el

acceso a crédito que se da debido a la falta de presentación de proyectos financieros, esto nos lleva a plantear la necesidad de ofrecer servicio de asesoramiento profesional independiente que ayude a los dueños de las PYMES a alcanzar los objetivos y fines de los negocios.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

2.5.1 OBSERVACIÓN

Se aplicó esta técnica para observar atentamente la situación de las PYMES, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Se observo lo siguiente:

- 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

2.5.2 ENCUESTA

Se aplicó la encuesta para obtener información sobre las variables y vincularlas entre sí, las encuestas fueron dirigidas a los pequeños empresarios del cantón Santa Elena. Las preguntas fueron cerradas poli-opcionales, se propuso al encuestado más de dos opciones de respuesta y fueron de simple selección, esta técnica estuvo compuesta por los siguientes indicadores:

- Actividad de la empresa
- Tipo de organización

- Registro de las operaciones del negocio
- Crédito por entidades financieras para potenciar su negocio
- Dificultades para acceder al crédito
- proyectos para las instituciones financieras
- Planificación financiera de su empresa
- Servicios de una empresa consultora/asesora

2.5.3 ENTREVISTA:

El tipo de entrevista fue individual y mixta, fue realizada de manera estructurada al Director del MIPRO y al Gerente del Banco del Fomento de Santa Elena y mixta por el intercambio de datos, informaciones, entre el entrevistado y el entrevistador. Los indicadores fueron las siguientes:

- Proyectos que impulsen el desarrollo de las PYMES en Santa Elena
- Fondo económico para las PYMES
- Apoyo de las instituciones financieras a las PYMES

2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.6.1 GUÍA DE OBSERVACIÓN

Se utilizó la observación no estructurada llamada también simple o libre, se la empleo sin ayuda de elementos técnicos especiales. Los recursos que se utilizaron fueron: fotografías y listas de chequeo de datos.

Las variables observadas fueron:

- 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

2.6.2 CUESTIONARIOS

Las preguntas del cuestionario fueron establecidas de la siguiente manera: preguntas cerradas las mismas que fueron bi-opcionales y poli-opcionales, la primera indica la posibilidad de escoger entre dos alternativas de respuesta, y la segunda, se propone más de dos opciones de respuesta.

2.6.3 GUÍA DE LA ENTREVISTA

Se emplearon preguntas estandarizadas o estructuradas, siguiendo en todas ellas un guión general de preguntas, se utilizó grabaciones y fichas.

Fichaje.- Se utilizó el fichaje las cuales fueron debidamente elaboradas y ordenadas, conteniendo la mayor parte de la información que se recopiló en la investigación por lo cual constituyó un valioso auxiliar en la tarea al momento de tabular la información, ahorró mucho tiempo y espacio.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1 POBLACIÓN

La población que se estudió fue 2419 PYMES según el catastro Municipal registrados en el cantón Santa Elena en el año 2011, el objetivo del estudio fue analizar el contexto empresarial en que se encuentran las PYMES en Santa Elena.

TABLA # 1 TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

POBLACIÓN	CANTIDAD
Empresarios	2419
TOTAL	2419

Elaborado por: Erwin Domínguez

Se escogió a la población que corresponde a los empresarios de este catastro municipal debido a que en el consta el mayor numero de negocios registrados en el cantón Santa Elena, tanto en el área urbana como rural. Para el levantamiento de información se visito a los empresarios y administradores de estos negocios con la finalidad de efectuar las encuestas. A continuación se detalla la fórmula utilizada para determinar la muestra objeto de estudio:

2.7.2 MUESTRA

Se aplicó el muestreo aleatorio simple; cuya fórmula es:

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{K}\right)^2 + p \cdot q}$$

$$n = \frac{2419 (0,5 \cdot 0,5)}{(2419 - 1) \left(0, \frac{05}{2}\right)^2 + 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{605}{(2418)(0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{605}{1,76125}$$

$$n = 343$$

Lo que implica que la muestra probabilística es de 343 PYMES

2.8 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.8.1 ESQUEMATIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN.

La observación directa tanto en las PYMES como en las instituciones financieras, nos condujo a la identificación del problema que tenían los pequeños empresarios en el acceso a los créditos financieros, El estudio parte de la problemática determinada, planteada de la siguiente manera ¿Cómo afecta la falta de una empresa consultora y asesora en proyectos de inversión privada en las PYMES del cantón Santa Elena, año 2012?, se procedió a sistematizar el problema, establecer objetivos, instituyéndose estos en el propósito que se desea alcanzar.

2.8.2 DEFINICIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS IMPLEMENTADOS PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA.

Para la investigación sobre la creación de empresa consultora y asesora en proyectos de inversión privada para las PYMES en el cantón Santa Elena, año 2012, se aplicó el nivel de estudio descriptivo con el objeto de solucionar los diferentes problemas presentados, se utilizó la investigación aplicada, fundamentándose el estudio en la investigación básica.

2.8.3 DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES DE INTERÉS.

Se definieron las variables que son las características de la realidad, susceptible de medición; las mismas que fueron las siguientes:

- *La variable independiente:* Organización que cuenta con un talento humano calificado encargado de identificar alternativas de inversión, utilizando

los diversos mecanismos crediticios que permiten el mejoramiento e innovación de las unidades de producción en un tiempo determinado.

- *La variable dependiente:* Instrumento destinado a promover las inversiones que puede ser utilizado por las PYMES, apuntan a colaborar con la iniciativa privada y pública en aspectos claves de los desarrollos productivos con el propósito de dinamizar el crecimiento económico sectorial y del conjunto, así como el bienestar general de la población.

2.8.4 EXPLICACIÓN DEL PROCESO MEDIANTE EL CUAL FUERON SELECCIONADOS LOS PARTICIPANTES DEL ESTUDIO.

La encuesta a los pequeños empresarios del cantón Santa Elena, se efectuó el 14, 15, 16 de Noviembre del año 2011.

El proceso se determinó de la siguiente manera:

- Población objetivo: Pequeños empresarios del cantón Santa Elena
 - Elemento muestral: PYMES
 - Unidad muestral: Empresarios
 - Alcance: Cantón Santa Elena.
 - Tiempo: Noviembre 2011
 - Marco muestral: Catastro del Municipio de Santa Elena
- Seleccionar un procedimiento. Muestreo probabilístico
- Definir el tamaño de la muestra. Se aplican las fórmulas del muestreo aleatorio
- Seleccionar las unidades muestrales. Se uso un método aleatorio simple

2.8.5 DISCUSIÓN DE LOS INSTRUMENTOS UTILIZADOS PARA EL ESTUDIO.

Se emplearon los instrumentos de acuerdo a la actuación de las variables y la correcta formulación de la hipótesis. Los instrumentos de acopio de datos utilizados poseen cualidades como la validez, confiabilidad, objetividad.

- Validez del instrumento

La validez de las encuestas empleadas, midieron las características específicas de las variables para las cuales fueron diseñadas. La validez se evidenció en los resultados de la prueba. Estos resultados se expresaron en forma de una continuidad, y fueron de mucha validez, pasando por múltiples situaciones intermedias.

- Confiabilidad

Se obtuvo la confiabilidad del instrumento, procediendo a realizar dos pruebas piloto con 18 empresarios que fueron encuestados. Los índices de confiabilidad que son aceptables oscilan entre 0,66 y 0,71.

2.8.6 RECOLECCIÓN DE DATOS.

Se recolectaron los datos a través de las técnicas de la encuesta y de la entrevista, que permitieron obtener opiniones directas de los empresarios, y establecer una propuesta para la solución del problema existente. Las encuestas fueron realizadas a los propietarios y administradores de las pymes del cantón Santa Elena y las entrevistas a funcionarios del Banco Nacional de Fomento y del Ministerio de Industrias y Productividad.

2.8.7 PROCESAMIENTO DE DATOS

- Organizar los datos auscultados.

Una vez recolectados los datos, se los procesó, organizándolos de manera sencilla y clara, respondiendo a las siguientes preguntas:

- ¿Cuántas personas fueron encuestadas?
- ¿Cuál fue la respuesta más frecuente?
- ¿Cuántas personas se encuentran en desacuerdo con la medida?

Además se dio respuesta a esta incógnita

- ¿Cuál es el problema?

Se organizó los datos de tal forma que tengan una disposición que facilite la lectura. Se asignó a todos y cada uno de los tipos de respuesta del cuestionario un dígito que representó a dicha respuesta en un soporte manual.

El objeto fue representar todas y cada una de las respuestas de los cuestionarios y de las anotaciones de los documentos de observación por códigos numéricos que faciliten su agrupación. Las preguntas cerradas se codificaron asignando un número a cada una de las respuestas predeterminadas.

2.8.8 TABULACIÓN DE DATOS.

La tabulación de los datos consistió en el recuento del número de respuestas que tuvo una tenida una pregunta y su presentación en tablas. Consistió en resumir los datos en una tabla que sustituya la masa de datos difícilmente manejable, por una representación ordenada de los mismos, que facilite su uso.

La tabulación permitió al investigador tener una visión de conjunto de la información de todos los cuestionarios, al convertir éstos en datos homogéneos que posteriormente fueron objeto de análisis.

Durante la tabulación se depuraron los datos que consistió en detectar aquellos datos que son erróneos por la inconsistencia de las respuestas, se desechó ese dato.

2.8.9 ELABORACIÓN DE TABLAS Y GRÁFICOS.

Se elaboraron las tablas 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 determino para este estudio.

En la tabulación simple se calcularon la frecuencia absoluta, la frecuencia relativa, las frecuencias acumuladas y los porcentajes con que se presentaron dichas respuestas en la muestra. Las tablas fueron de tipo I, que corresponde a situaciones en la que la variable x toma pocos valores y , además, se dispone de pocas observaciones. En este caso basta con presentar la información de manera ordenada, los diagramas fueron de barras.

2.8.10 PRESENTACIÓN DEL PROCESO DE ANÁLISIS APLICADO A LOS DATOS.

Una vez tabulados los datos, fueron sometidos a la técnica de análisis. Este análisis consistió en obtener, de los datos numéricos contenido en las tablas, medidas estadísticas representativas de las mismas y en determinar la validez de estas medidas para el conjunto de la población objeto de estudio.

2.8.11 FORMULACIÓN DE LAS CONCLUSIONES.

Las conclusiones surgieron de los datos analizados, determinando que el acceso al crédito es un problema que enfrentan las empresas para implementar nuevos servicios o productos, el gran limitante es no contar con las herramientas para la elaboración de los proyectos de inversión, requisito para el acceso a préstamos financieros.

2.8.12 PLANTEAMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES.

Crear una empresa consultora/asesora, con el objeto de prestar servicios especializados a las PYMES, que guíe los procedimientos de las empresas dando a conocer nuevas estrategias que podrían ayudar a los inconvenientes existentes en las empresas y negocios del cantón.

Ayudar a las PYMES en la elaboración de proyectos para presentar a las instituciones públicas o privadas que otorguen financiamiento, y puedan acceder al crédito que es una de las grandes necesidades para su crecimiento; además los proyectos estarán sustentados en la capacidad y experiencia de los profesionales que colaboraran en la ejecución de estas ideas de negocios.

2.8.13 FINALMENTE LA ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA.

La propuesta está basada en el ofrecimiento de consultorías y asesorías, consiste en hacer uso del conocimiento, profesionalización y experiencia que posee el personal que laborará en la institución en un área de especialización para ayudar a los clientes a decidir las mejores opciones posibles en relación con sus objetivos de negocio y así introducir cambios progresivos en su estructura y dotarla de una capacidad propia de cambio, capaz de dar consistencia a la mejora continua de su organización.

CAPITULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

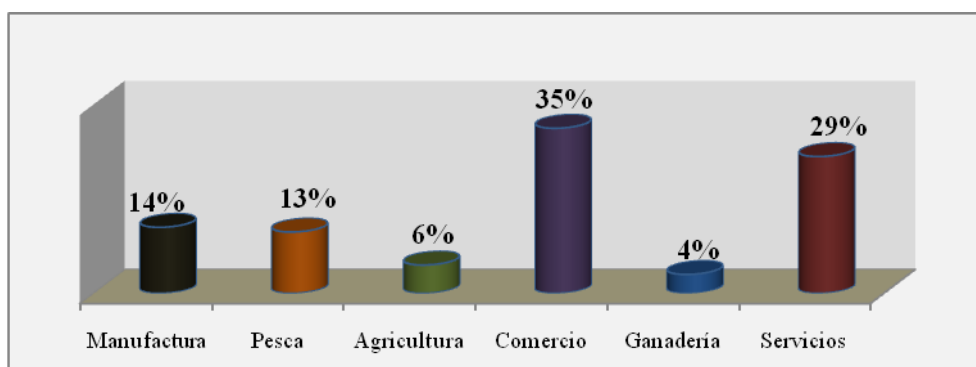
3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS Y PROPIETARIOS DE LAS PYMES DE SANTA ELENA

Pregunta N° 1: ¿A qué actividad se dedica la empresa?

TABLA # 2 ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Manufactura	47	14%
Pesca	43	13%
Agricultura	20	6%
Comercio	119	35%
Ganadería	13	4%
Servicios	101	29%
TOTAL	343	100%

GRÁFICO # 10 ACTIVIDAD DE LA EMPRESA



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

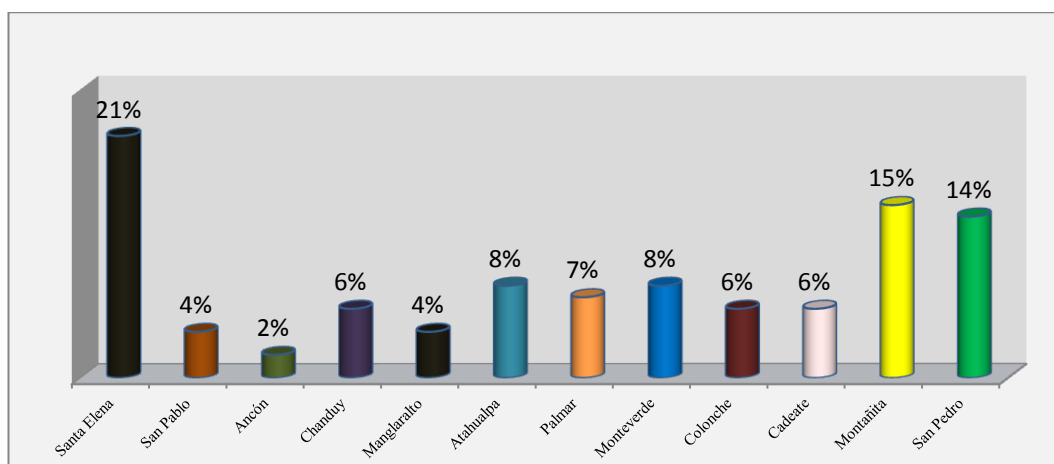
Análisis: La mayor parte de la población se dedica al comercio, siendo éste el motor de la economía local. Se puede apreciar en el gráfico que las actividades de servicios, manufactura y pesca oscilan entre el 29% y al 13% respectivamente.

Pregunta N° 2: ¿Cuál es la ubicación de la empresa?

TABLA # 3 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Santa Elena	71	21%
San Pablo	14	4 %
Ancón	7	2%
Chanduy	20	6%
Manglaralto	14	4%
Atahualpa	28	8%
Palmar	25	7%
Monteverde	26	8%
Colonche	19	6%
Cadeate	20	6%
Montañita	50	15%
San Pedro	49	14%
TOTAL	343	100%

GRÁFICO # 11 UBICACIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
 Elaborado por: Erwin Domínguez

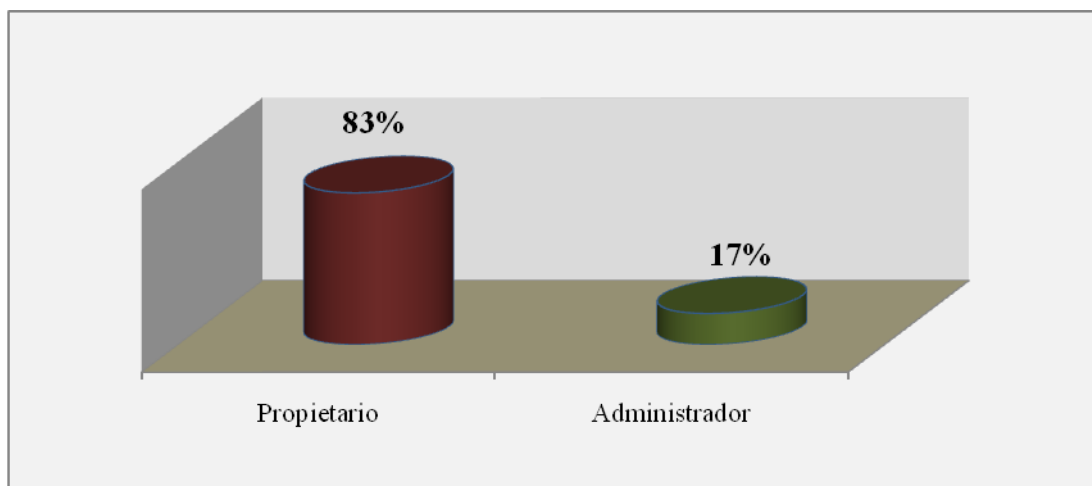
Análisis: De acuerdo al gráfico 9, la mayor parte de las PYMES se encuentran ubicadas en la ciudad de Santa Elena, seguido de Montañita, seguido de San Pedro. La existencia de un entorno económico donde confluye la oferta y la demanda, hacen que los negocios se vuelvan dinámicas en estos sectores.

Pregunta N° 3: ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?

TABLA # 4 CARGO QUE DESEMPEÑA EN LA EMPRESA

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Propietario	286	83%
Administrador	57	17%
TOTAL	343	100%

GRÁFICO # 12 CARGO QUE DESEMPEÑA EN LA EMPRESA



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

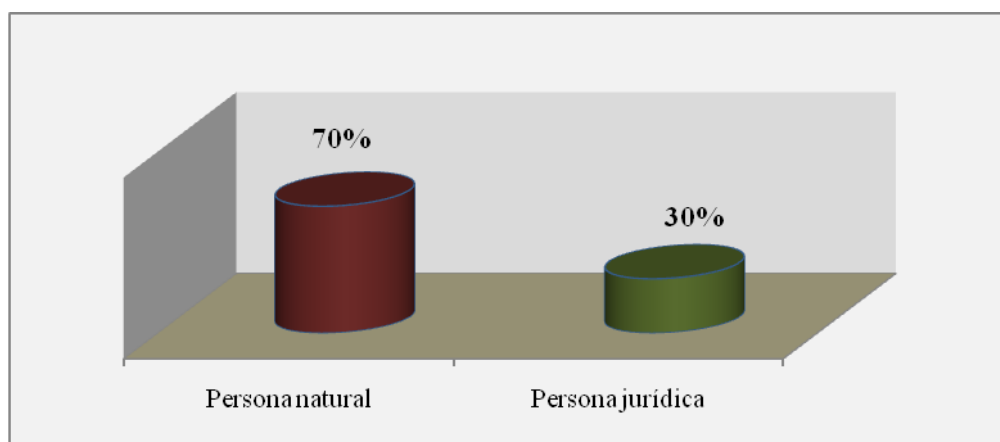
Análisis: Como se puede apreciar, existe un alto porcentaje de pequeños empresarios que son propietarios de las empresas, ya que, por el tamaño de los negocios se prefiere tener absoluto control del mismo, sin contratar a un administrador, el propietario es también el gerente, las PYMES no poseen una estructura organizacional por la capacidad de sus negocios.

Pregunta N° 4: ¿Según la formación de su pyme en qué tipo de organización la ubica usted?

TABLA # 5 TIPO DE ORGANIZACIÓN

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Persona natural	240	70%
Persona jurídica	103	30%
TOTAL	343	100%

GRÁFICO # 13 TIPO DE ORGANIZACIÓN



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

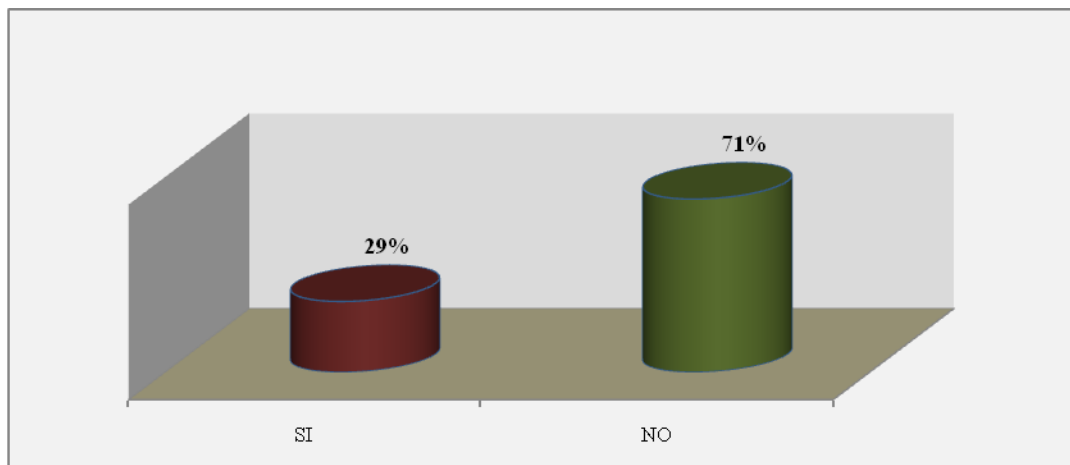
Análisis: Del total de encuestados, existen 240 PYMES que son personas naturales, las mismas que ejercen derechos y cumplen obligaciones a título personal. No pueden las PYMES acceder a mayores beneficios de programas gubernamentales y no gubernamentales, porque sus negocios no poseen vida jurídica.

Pregunta N° 5 ¿Lleva registro de las operaciones diarias de su empresa o negocio?

TABLA # 6 REGISTRO DE OPERACIONES DIARIAS DE LAS PYMES

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	100	29%
NO	243	71%
TOTAL	343	100%

GRÁFICO # 14 REGISTRO DE LAS OPERACIONES DIARIAS EN LAS PYMES



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

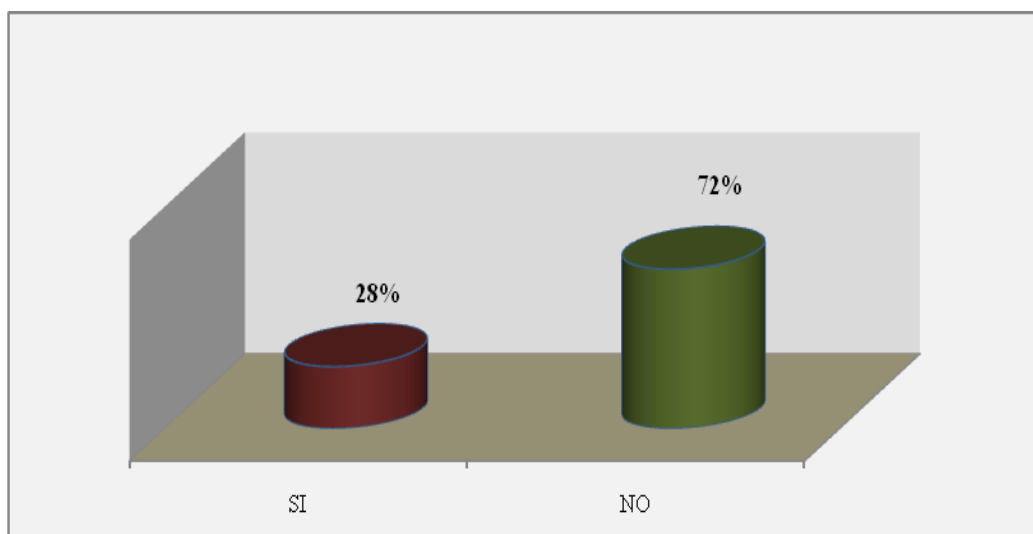
Análisis: En las PYMES, como se puede observar existen 243 negocios que no llevan un registro de operaciones diarias, se evidencia un gran descuido en las operaciones de la empresa, estos negocios suelen manejarse de manera empírica es decir se toman decisiones en base a la intuición.

Pregunta N° 6 ¿Las personas que laboran en la empresa se encuentran registradas en el Ministerio de Relaciones Laborales y en el IESS?

TABLA # 7 REGISTRO DE EMPLEADOS

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	96	28%
NO	247	72%
TOTAL	343	100%

GRÁFICO # 15 REGISTRO DE EMPLEADOS



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

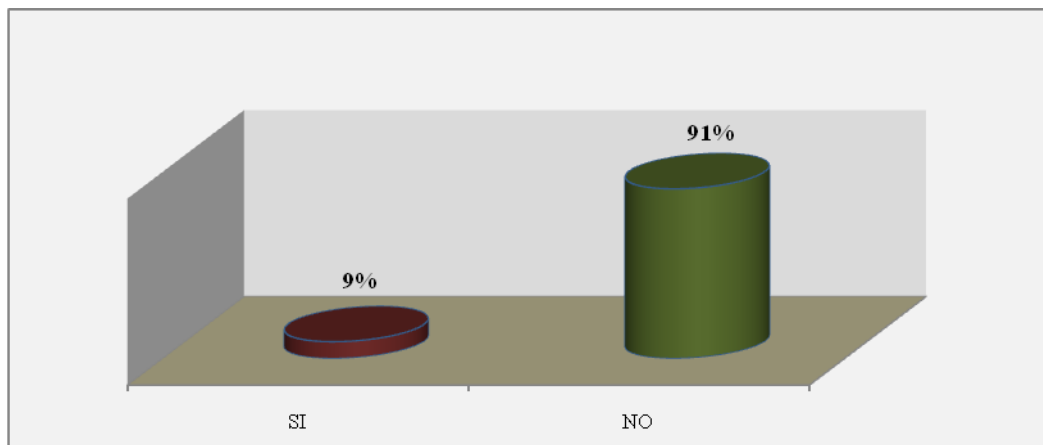
Análisis: Del grupo encuestado se determinó que 247 pequeños empresarios no registran a sus empleados en el Ministerio de Relaciones Laborales y en el IESS, por lo que a la vez no cumplen con los requisitos que manda el Estado. Este es un factor que limita el acceder a un crédito en instituciones financieras.

Pregunta N° 7 ¿En los últimos tres años su empresa ha implementado o mejorado su oferta?

TABLA # 8 IMPLEMENTADO O MEJORADO SU OFERTA

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	31	9%
NO	312	91%
TOTAL	343	100%

GRÁFICO # 16 IMPLEMENTADO O MEJORADO SU OFERTA



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

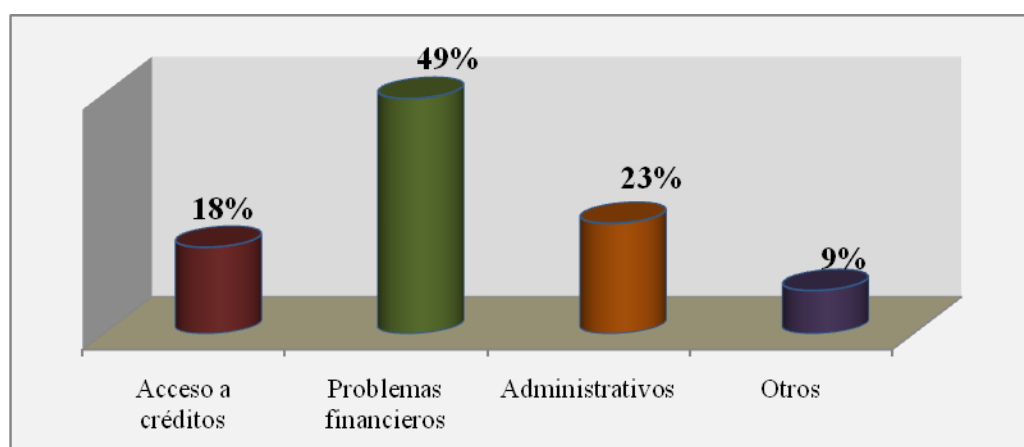
Análisis: Se evidencia que los pequeños empresarios no han implementado o mejorado su oferta, apenas el 9% ha tenido un crecimiento de su negocio, lo que demuestra la falta de incentivos a los programas que brindan las instituciones financieras.

Pregunta N° 8 ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta su empresa para implementar nuevos servicios o productos?

TABLA # 9 PROBLEMAS QUE ENFRENTA SU EMPRESA

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Acceso a créditos	63	18%
Problemas financieros	168	49%
Administrativos	80	23%
Otros	32	9%
TOTAL	343	100%

GRÁFICO # 17 PROBLEMAS QUE ENFRENTA SU EMPRESA



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

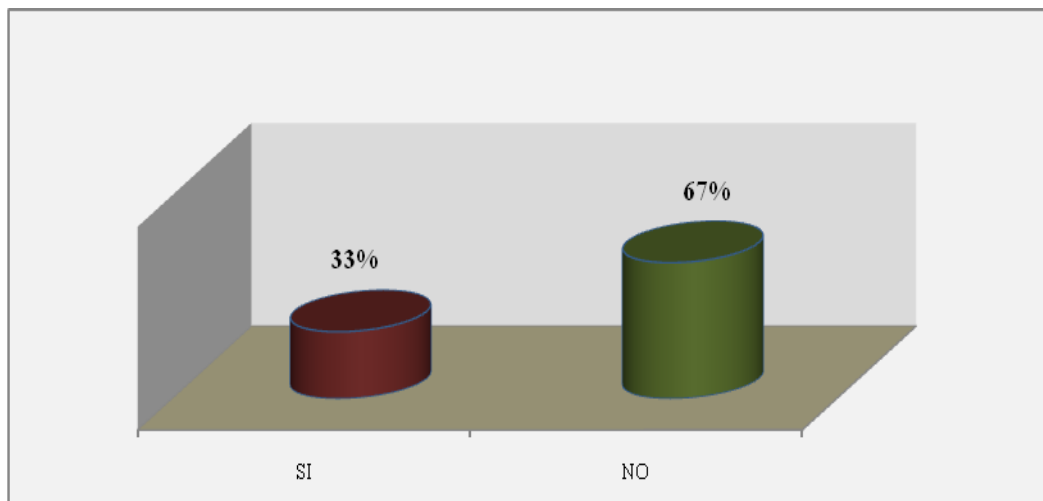
Análisis: Los principales problemas que enfrentan las PYMES para implementar nuevos servicios o productos es el financiero, seguido del administrativo con el 23% y el acceso al crédito en un 18%. Las PYMES no han podido extenderse por el gran limitante económico, incidiendo factores como la mala administración y el no poder contar con los requisitos que exigen las instituciones financieras para otorgar los créditos.

Pregunta N° 9 ¿Usted accedió a algún crédito otorgado por entidades financieras para potenciar su negocio?

TABLA # 10 CRÉDITO OTORGADO POR ENTIDADES FINANCIERAS

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	112	33%
NO	231	67%
TOTAL	343	100%

GRÁFICO # 18 CRÉDITO OTORGADO POR ENTIDADES FINANCIERAS



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

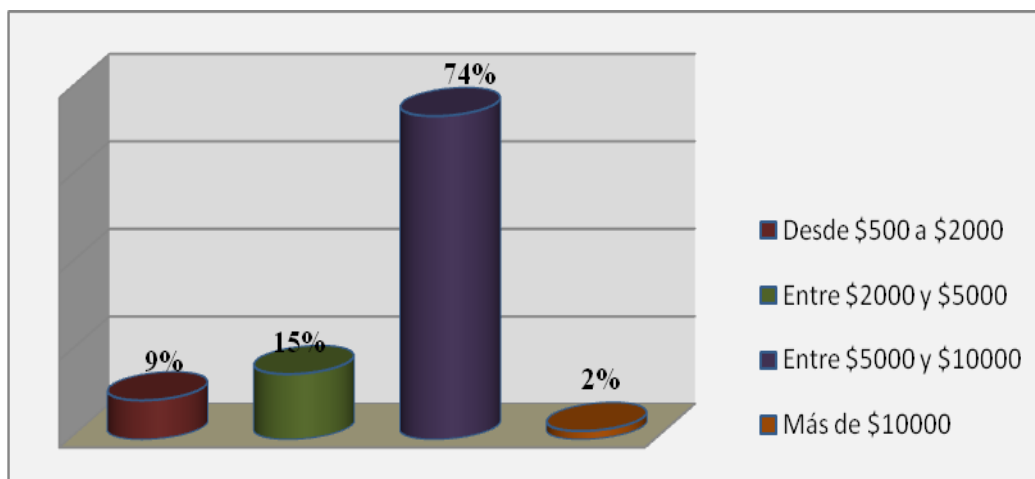
Análisis: La participación de los pequeños empresarios en el acceso a los créditos financieros ha sido del 33%, quienes no lo han hecho es por ciertos inconvenientes que han surgido en los procedimientos del mismo, como la falta de documentos o garantías.

Pregunta N° 10 ¿En los créditos solicitados en las instituciones financieras, cuál ha sido el monto concedido?

TABLA # 11 MONTO CONCEDIDO POR ENTIDADES FINANCIERAS

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desde \$500 a \$2000	10	9%
Entre \$2000 y \$5000	17	15%
Entre \$5000 y \$10000	83	74%
Más de \$10.000	2	2%
TOTAL	112	100%

GRÁFICO # 19 MONTO CONCEDIDO POR ENTIDADES FINANCIERAS



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

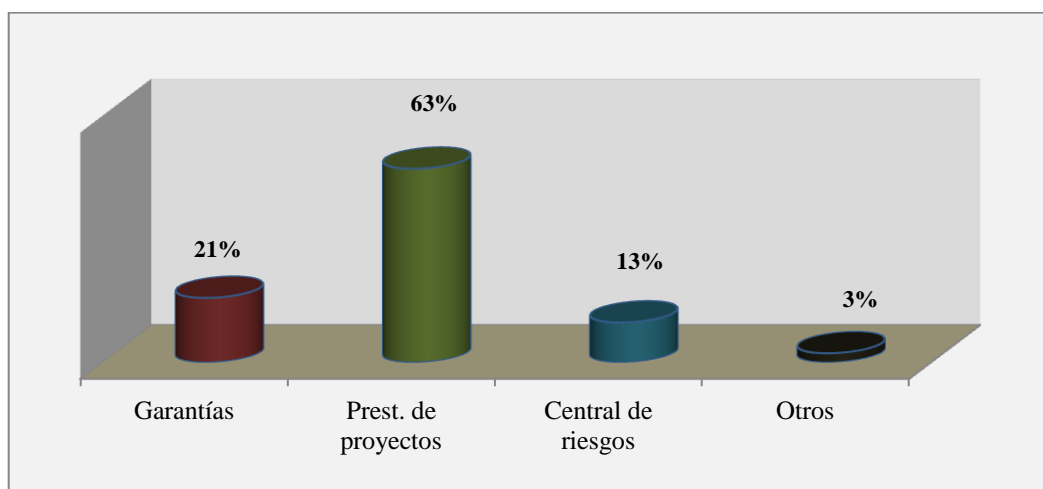
Análisis: Como se observa en el gráfico, el 74% de los empresarios accedieron a un crédito financiero que osciló entre \$5000 – \$10.000, este acceso a este monto se debe al programa del gobierno de los créditos 5-5-5-, que otorga el Banco de Fomento.

Pregunta N° 11 ¿De las siguientes opciones, cuáles fueron las dificultades para acceder al crédito?

TABLA # 12 DIFICULTADES PARA ACCEDER AL CRÉDITO

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Garantías	24	21%
Presentación de proyectos	71	63%
Central de riesgos	15	13%
Otros	2	3%
TOTAL	112	100%

GRÁFICO # 20 DIFICULTADES PARA ACCEDER AL CRÉDITO



Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012

Elaborado por: Erwin Domínguez

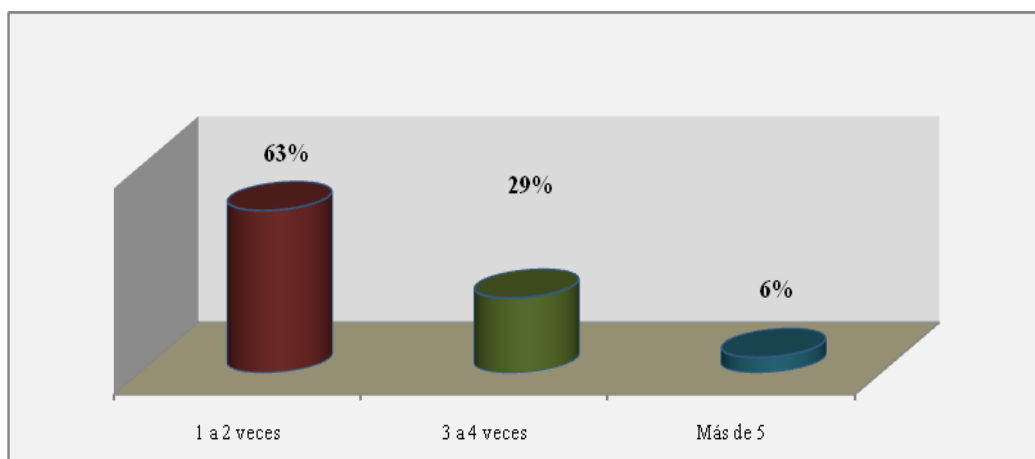
Análisis: Las dificultades para acceder al crédito fue la presentación de proyectos, es el porcentaje más alto con el 63%, seguido de las garantías. Se evidencia por lo tanto que los pequeños empresarios no cuentan con la herramienta principal como es la elaboración de proyectos financieros, por lo tanto este elemento obstaculiza el acceso a préstamos en las instituciones financieras.

Pregunta N° 12 ¿Con qué frecuencia accedió a este tipo de financiamientos en los últimos 5 años?

TABLA # 13 TIPO DE FINANCIAMIENTO

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 veces	71	63%
3 a 4 veces	33	29%
Más de 5	7	6%
TOTAL	112	100%

GRÁFICO # 21 TIPO DE FINANCIAMIENTO



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

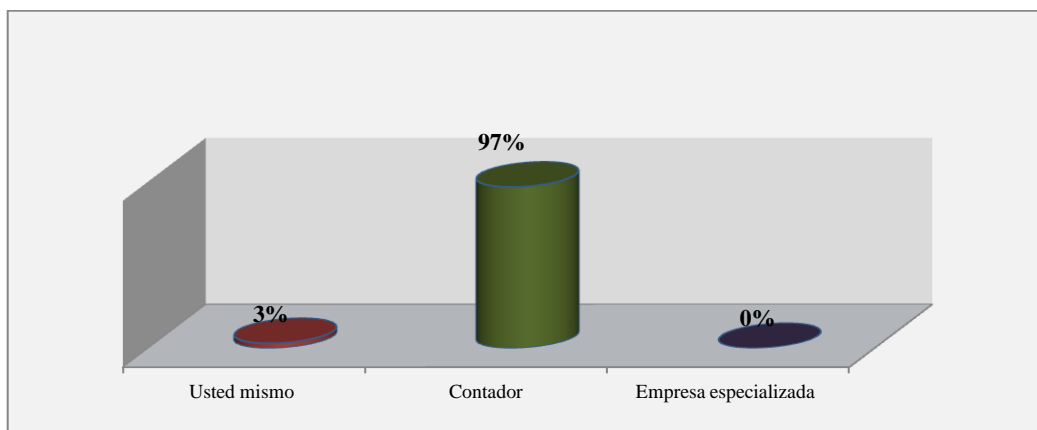
Análisis: Se puede observar claramente que el pequeño empresario no se limita en realizar un crédito financiero sino que constantemente están reiniciando otro para invertir en sus pequeñas empresas, El 63% ha realizado una o dos veces créditos financieros.

Pregunta N° 13 ¿Indique quién elabora los proyectos para presentar a las instituciones financieras para acceder al crédito?

TABLA # 14 PROYECTOS PARA LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Usted mismo	3	3%
Contador	109	97%
Empresa especializada	0	0%
TOTAL	112	100%

GRÁFICO # 22 PROYECTOS PARA LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS



Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012

Elaborado por: Erwin Domínguez

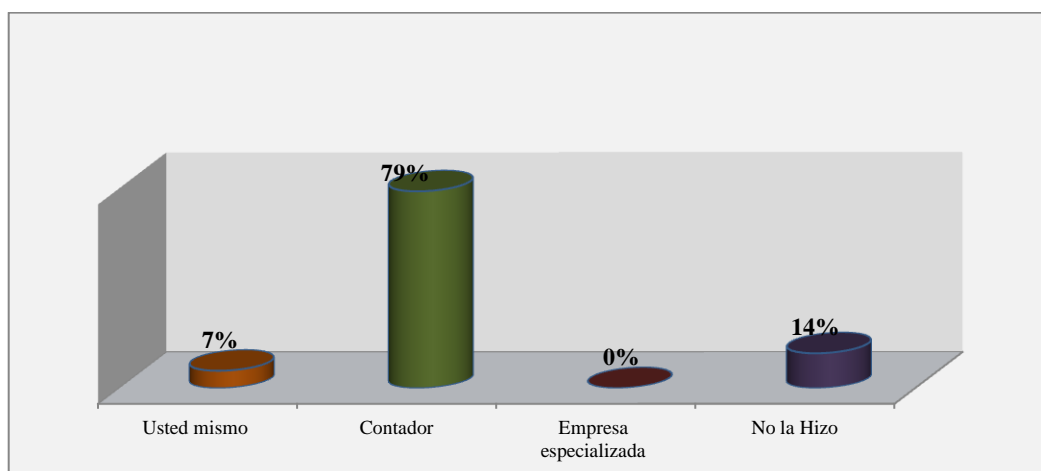
Análisis: La variable que indica que los pequeños empresarios buscan ayuda para la elaboración de los proyectos tiene un alto porcentaje con el 97%, esta variable es importante ya que sirve como requisito para acceder a un préstamo financiero, no utilizan empresas especializadas en otorgar esos servicios de consultoría/asesoría ya que desconocen que en la provincia existan esta clase de servicios.

Pregunta N° 14 ¿Indique la manera que realiza habitualmente el presupuesto financiero de su empresa?

TABLA # 15 PRESUPUESTO FINANCIERA DE LAS PYMES.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Usted mismo	6	7%
Contador	89	79%
Empresa especializada	0	0%
No la Hizo	17	14%
TOTAL	112	100%

GRÁFICO # 23 PRESUPUESTACIÓN FINANCIERA DE LAS PYMES



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

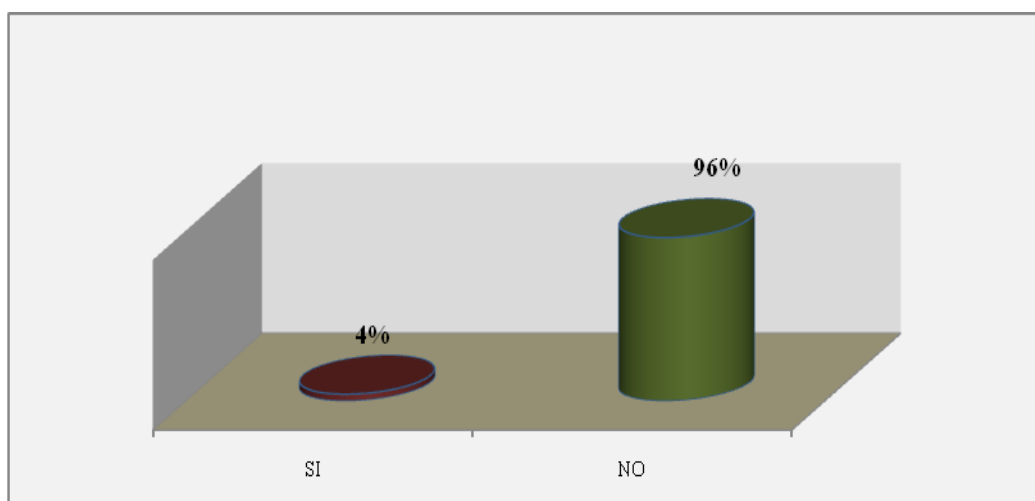
Análisis: Las empresas realizan su presupuestación financiera a través de un contador; es importante destacar que los empresarios no tienen una actuación directa de su situación financiera especializada, primordial entender que los empresarios necesitan ayuda especializada en lo que corresponde al factor financiero.

Pregunta N° 15 ¿Usted cuenta con la información necesaria que le permita obtener forma de financiamiento en las instituciones financieras?

TABLA # 16 INFORMACIÓN PARA OBTENER FINANCIAMIENTO

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	108	00%
TOTAL	112	100%

GRÁFICO # 24 INFORMACIÓN PARA OBTENER FINANCIAMIENTO



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

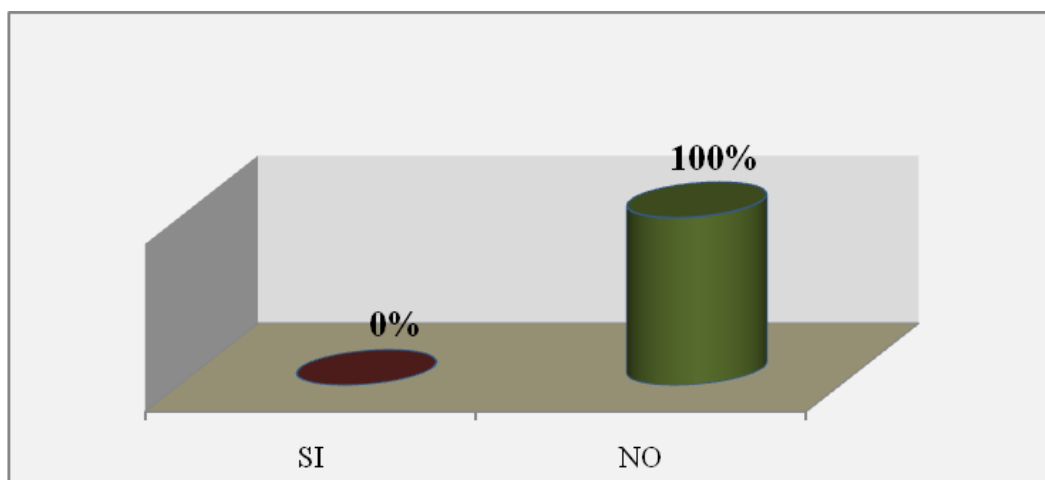
Análisis: Los pequeños empresarios no tienen información para obtener forma de financiamiento en las instituciones financieras. Actualmente en el cantón Santa Elena se ofrecen créditos a las PYMES promovidas por bancos, cooperativas de ahorro y crédito e instituciones del estado, permitiendo el avance empresarial, pero no todas las PYMES forman parte del proceso, ya que muchas no cuentan con las facilidades ni conocimiento que permitan llegar a obtener esta forma de financiamiento.

Pregunta N° 16 ¿Contrataría los servicios de una empresa consultora/asesora que le facilite las herramientas para conseguir algún tipo de financiamiento?

TABLA # 17 CONTRATACIÓN DE CONSULTORÍA/ASESORÍA

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	112	100%
NO	0	00%
TOTAL	112	100%

GRÁFICO # 25 CONTRATACIÓN DE CONSULTORA/ASESORA



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

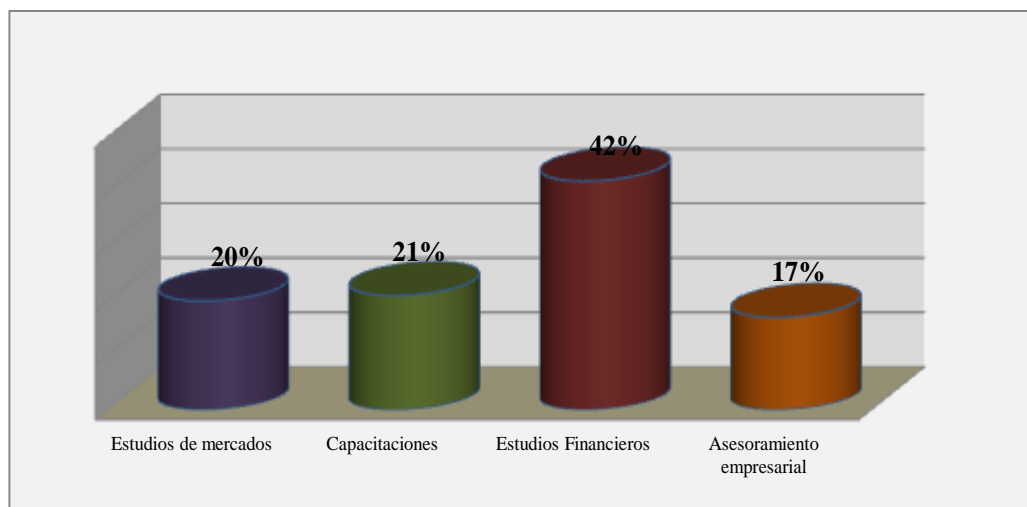
Análisis: Los pequeños empresarios están interesados en contratar los servicios de consultoría/asesoría. Es interesante y conveniente que se ofrezca este servicio para la mejora continua de las empresas en la localidad, logrando a que estas puedan acceder a los créditos bancarios que se ofrecen para este sector tan importante de la economía.

Pregunta N° 17 ¿A qué clase de servicio le gustaría acceder para desarrollar su negocio?

TABLA # 18 SERVICIO PARA DESARROLLAR SU NEGOCIO

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Estudios de mercados	23	20%
Capacitaciones	24	21%
Estudios Financieros	47	42%
Asesoramiento empresarial	18	17%
TOTAL	112	100%

GRÁFICO # 26 SERVICIO PARA DESARROLLAR SU NEGOCIO



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

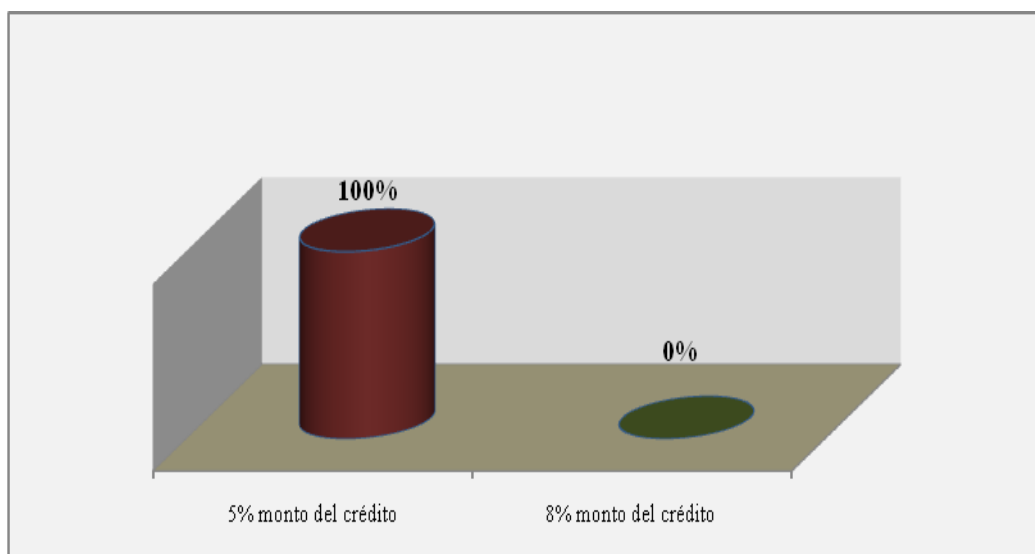
Análisis: Los pequeños empresarios prefieren los servicios en la elaboración de proyectos financieros para poder acceder a créditos en estas instituciones, el 21% considera importante la variable organizar mejor su negocio para acceder a beneficios otorgados por el estado, la variable estudio de mercado, representa también un porcentaje considerable para brindar esta clase de servicio.

Pregunta N° 18 ¿De las siguientes opciones cómo le gustaría que fuese la forma de pago del servicio?

TABLA # 19 FORMAS DE PAGO DEL SERVICIO

Variable	Frecuencia	Porcentaje
5% monto del crédito	112	100%
8% monto del crédito	0	0%
TOTAL	112	100%

GRÁFICO # 27 FORMAS DE PAGO DEL SERVICIO



*Fuente: PYMES Santa Elena Fecha: 15 de Enero del 2012
Elaborado por: Erwin Domínguez*

Análisis: En lo que respecta al costo del servicio, la opción del porcentaje fijo se vuelve más conveniente para la prestación del servicio que ofertara la empresa de asesoría y consultoría, según consta en los datos de los posibles demandantes.

3.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENTREVISTAS DIRIGIDA A EXPERTOS

1. Los líderes institucionales de la provincia de Santa Elena como es el representante del Ministerio de Industrias y Productividad y el gerente del Banco del Fomento, coinciden que el gobierno actual, a través del MIPRO fomentan programas que tienen como objetivo contribuir a mejorar las condiciones y capacidades de las micro, pequeñas, medianas empresas y artesanos del Ecuador, cuyas metas son potenciar el crecimiento tanto de PYMES individuales como de grupos asociativos, empresas manufactureras y empresas de servicios, procurando siempre la generación de valor agregado en su producción y la generación de empleo.
2. El gobierno ha impulsado en los últimos años varios mecanismos para el fomento de las pequeñas y medianas empresas PYMES como por ejemplo las compras inclusivas, asistencia técnica, capacitación y financiamiento. Como una herramienta para el fomento y desarrollo de las PYMES y artesanos, se ha creado el Sistema Nacional de Apoyo al Emprendimiento, Emprende Ecuador, el cual a pesar de su reciente creación ya es un referente de apoyo tanto en Ecuador como en América Latina. Para las PYMES que ya están en fase de crecimiento maduro, se ha creado Innova Ecuador, que es un mecanismo para que las empresas tengan la oportunidad de generar productos basados en nuevos conocimientos, para acceder a otros mercados, mejorar su productividad y mejorar su oferta exportable.
3. Las PYMES, cuentan con un instrumento que busca 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, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que

fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas.

4. Los representantes de las diferentes instituciones concuerdan, que es importante la existencia de una empresa especializada en proyectos financieros en Santa Elena, considerando que los empresarios de las PYMES se limitan para obtener un crédito financiero por no tener las competencias técnicas en la realización de los mismos; estos centros de otorgamiento de servicios para PYMES, realizan la gestión de manera integral, accesible, ágil y oportuna, de acuerdo con su tamaño y potencial, en un solo lugar, a través de estas empresas especializadas las PYMES y los emprendedores tendrán acceso a más y mejores opciones de financiamiento, con instrumento que permitirá a las PYMES ser más rentables y productivas, mediante la identificación de programas de intervención empresarial especializada, dirigida a una o varias de las áreas sustantivas de la empresa.

3.2.1 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La consultoría/asesoría de empresas es un servicio profesional de gran utilidad para ayudar a las PYMES a identificar y definir los principales problemas que afectan a sus negocios para alcanzar sus propósitos fundamentales, sus objetivos, analizar las causas que los provocan, identificando las causas raíces y proyectar acciones para su perfeccionamiento y que estas se implementen. La acción del consultor y el enfoque que generalmente se utiliza tienen como finalidad apoyar intensa y temporalmente a las organizaciones a realizar un proyecto y no ejecutarlo por sí mismas, evitando así los riesgos de llevarlo a cabo sin una planificación adecuada.

Las empresas de Consultoría y Asesoría están reconociendo cada vez más la importancia que tienen las mismas para mejorar su competitividad, implantando

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.

Los microempresarios del cantón Santa Elena se enfrentan constantemente a problemas, el principal de ellos, es el no acceder a los créditos que ofertan las instituciones financieras para desarrollar sus negocios, ya sea esto, por falta del desconocimiento técnico en la elaboración de proyectos o por no encontrar una empresa especializada en la prestación de estos servicios. En las empresas del cantón Santa Elena, cuya integración es familiar en su mayoría, la gestión integral, se ve reducida por la falta de orientación técnica, sistemas de calidad y de planificación, productos y materias primas, que coadyuvan al desarrollo de la empresa a nivel nacional e internacional.

La actividad del asesoramiento y consultoría en gestión empresarial ha sido una actividad que no se ha desarrollado de manera especializada y sectorial en el ámbito privado en Santa Elena, siendo los consultores creadores de valor y que producen un efecto multiplicador en la economía, ya que a través de ellos, se incorporan a las empresas y organizaciones nuevas ideas, capacidades y tecnologías.

3.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.3.1 CONCLUSIONES

La empresa es una forma de organización humana, con autonomía y capacidad de auto continuidad, que proporciona a la sociedad productos y servicios

determinados, obteniendo un beneficio económico por la venta de los mismos. De acuerdo al estudio realizado se puede indicar lo siguiente:

1. Las empresas observadas en su gran mayoría se constituyen de una manera informal, situándose como persona natural, puesto que se considera que el comienzo de los negocios debe hacerse de manera informal para no efectuar gastos innecesarios, evitar impuestos o para abandonarlos fácilmente si no resulta.
2. Se pudo evidenciar que las empresas no cuentan con una planeación financiera adecuada con políticas de endeudamiento, administración de cartera y crecimiento. La mayoría de las mismas no llevan un registro de las operaciones diarias y en los últimos años las empresas no han implementado cambios ni mejorado su oferta.
3. El acceso al crédito es un problema que enfrentan las empresas para implementar nuevos servicios o productos, ya que no cuentan con los conocimientos técnicos para la elaboración de los proyectos de inversión siendo éste un requisito para el acceso a préstamos financieros.

3.3.2 RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que el negocio se constituya de una manera formal, es decir, bajo la normatividad de la legislación ecuatoriana, independientemente de su tamaño o actividad, con el fin de planificar su expansión bajo un gobierno de empresa bien constituido, permitiendo que el negocio crezca de una manera organizada en tamaño, cobertura y capital, esto ayuda a facilitar el acceso a crédito en el sistema financiero.

2. La empresa, como negocio, necesita dar un alcance real a la situación futura a la cual desea llegar, para lo cual debe plantearse una visión y una misión claras, creativas, retadoras, que serán compartidas por los integrantes y socios estratégicos. Esta visión y misión deben manifestarse en todas las actividades, procesos y gestiones.

3. Que se cree una empresa consultora/asesora, con el objeto de prestar servicios especializados a las PYMES, que guíe los procedimientos de las empresas dando a conocer nuevas estrategias que ayuden a solucionar los problemas existentes, además de elaborar los proyectos para presentar a las instituciones financieras para acceder al crédito que es uno de los grandes impedimentos para su crecimiento; la misma debe estar sustentada en la capacidad y experiencia de los profesionales que la integren.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

CREACIÓN DE EMPRESA CONSULTORA Y ASESORA EN PROYECTOS DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LAS PYMES EN EL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2012

4.1 PRESENTACIÓN

El mundo empresarial se ve envuelto en diversas situaciones que hacen compleja su participación en el mercado y se deben a la competencia intensa, cambios del entorno, tecnologías, productos, demandas y necesidades de los empresarios que aumentan los niveles de incertidumbre, la forma de hacer negocios; la desregulación de los mercados ha multiplicado la presencia de ofertas y competidores en los mercados, la celeridad con que surgen nuevos enfoques gerenciales ha hecho imposible que en las empresas puedan asimilarse e introducirse con la velocidad requerida, sin la ayuda de especialistas externos.

De acuerdo a la investigación realizada se establece que las PYMES en Santa Elena tienen un gran limitante para acceder a créditos en las instituciones financieras tanto públicas como privadas, las PYMES no crecen, no se desarrollan porque presentan dificultades en su planificación financiera y en su administración.

Consciente de los retos que las PYMES deben enfrentar en el mercado, se hace una necesidad prioritaria la creación de una empresa de consultoría y asesoría de proyectos de inversión privada para el acceso al financiamiento de las pymes en el cantón Santa Elena, que ayude a dinamizar los proyectos de inversión que

conducen al mejoramiento de la productividad y la competitividad de las empresas.

La propuesta está basada en el ofrecimiento de consultorías y asesorías, consiste en hacer uso del conocimiento, profesionalización y experiencia que posee el personal que laborará en la institución en un área de especialización para ayudar a los clientes a decidir las mejores opciones posibles en relación con sus objetivos de negocio y así introducir cambios progresivos en su estructura y dotarla de una capacidad propia de cambio, capaz de dar consistencia a la mejora continua de su organización.

Las organizaciones enfrentadas con problemas financieros complejos, que estén a punto de realizar operaciones de fusiones o adquisiciones y aquellas que se expanden a otros mercados en general requieren de un conocimiento especial para poder descubrir evidencias, encontrar activos, desarrollar acciones legales, reestructurar y valorar sus negocios.

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 valorar el desarrollo de los objetivos. Un buen sistema de información en contabilidad debe reflejar en tiempo real, los resultados de modo que sus análisis aporten ideas al mejoramiento continuo, obteniendo como resultado final mejora en márgenes de rentabilidad.

La propuesta se fundamenta en la Ley de consultoría del Ecuador que establece 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 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 NATURALEZA DEL PROYECTO

4.2.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Esta es una empresa de servicio que se encarga de dar asesoramiento financiero y administrativo a pequeños y medianos empresarios, enfocándose la empresa en la prestación del servicio sobre estudios de mercados, estudios financieros y asesoramiento empresarial de manera continua. El servicio de asesoría financiera y administrativa permite el crecimiento de las PYMES, mediante una oferta de soluciones financieras, contables y administrativas; proporcionando conocimientos teóricos y técnicas profesionales que sirven para resolver problemas prácticos de gestión. Aportando de esta manera no solo a la competitividad, eficacia y eficiencia de las PYMES, sino también al entorno económico y funcional de la provincia.

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 estrecho contacto 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 PRONEGOCIOS S.A. y se constituirá como una Sociedad Anónima.

GRÁFICO # 28 LOGO DE LA EMPRESA



4.2.2 CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS

La empresa consultora y asesora tendrá las siguientes características para posicionarse en el mercado:

- Ofrecimiento de servicios en términos de calidad y oportunidad, en función de las necesidades de los pequeños y medianos empresarios.
- Servir de información, consulta, capacitación, asesoría y asistencia en materias relacionadas con la consultoría el ámbito empresarial.
- Plasmar las ideas de negocios de los emprendedores en un proyecto factible que contribuyan al desarrollo de nuevas unidades de producción y aporten en el crecimiento económico del Cantón Santa Elena.
- Costos inferiores con relación a sus competidores. PRONEGOCIOS S.A se posicionará en el mercado por ofrecer al mercado servicios de calidad a costo más bajo que su competencia.

4.2.3 VENTAJAS COMPETITIVAS

- *Rapidez.*

Las organizaciones viven un proceso constante de evolución para capitalizar oportunidades de negocio. Nuestra capacidad de respuesta está diseñada para apoyar a nuestros clientes a cumplir con sus objetivos, a través de técnicas que ponemos a disposición de quienes deseen contar con nuestra colaboración.

- *Confianza*

Lo más importante en la implementación de un proyecto es contar con el respaldo a lo largo del camino. Nuestro compromiso es entregar resultados a tiempo y con calidad, que nos permita establecer relaciones de largo plazo con nuestros clientes, quienes sentirán que no están solos al momento de emprender en nuevos retos.

- *Innovación y Liderazgo*

Las organizaciones emprenden constantemente proyectos innovadores para conservar su liderazgo. La experiencia de nuestros consultores en implementación de proyectos de gran magnitud brinda soporte a nuestros clientes para escalar su posición de mercado.

- *Flexibilidad*

Nuestros clientes requieren bajos costos al momento de iniciar sus negocios, de alguien que comprenda la dinámica del cambio. Somos flexibles, nos adaptamos a las condiciones, necesidades y momento que viven nuestros clientes.

4.2.4 UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA

4.2.4.1 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

El presente estudio propone que la empresa consultora/asesora, estará situada en el cantón Santa Elena provincia de Santa Elena. La ubicación elegida para el proyecto está íntimamente relacionada con el área de operación y el mercado objetivo.

CUADRO # 3 MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN POR EL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN DE FACTORES				
FACTORES	Criterios de puntuación			
	Rango	Punto A	Punto B	Punto C
		SALINAS	LA LIBERTAD	SANTA ELENA
Cercanía del mercado	0 a 20%	5%	10%	20%
Seguridad	0 a 10%	5%	8%	10%
Costo de arrendamiento	0 a 10%	5%	8%	10%
Desarrollo del sector	0 a 15%	5%	12%	15%
Área para posibles ampliaciones	0 a 10%	10%	10%	10%
Servicios básicos	0 a 10%	10%	10%	10%
Costos de adecuación	0 a 15%	10%	10%	15%
Condiciones e infraestructura	0 a 10%	10%	10%	10%
	TOTAL	60%	78%	100%

Elaborado por: Erwin Domínguez

Se consideró las calles Rocafuerte y 10 de Agosto de la cabecera cantonal, sitio céntrico de gran afluencia que posee las siguientes características:

- Dispone de la infraestructura básica: Agua, luz, teléfono, acceso vial.
- Tiene facilidad de contacto con las PYMES
- Se encuentra cerca del sector bancario de la ciudad de Santa Elena.

Costo de arriendo y adecuaciones de infraestructura

El análisis que se realizó para la localización de la oficina de la consultoría/asesoría fue basado, tomado en cuenta sus especificaciones y el mejor sitio de instalación según costos, seguridad, viabilidad y afluencia de personas.

La importancia del costo de arrendamiento se lo determinó tomando en consideración aspectos tales como: el sector es comercialmente activo, consta de todos los servicios necesarios, así como la seguridad del mismo.

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 prestará el servicio y el desarrollo turístico que se proyecta a futuro en la Ruta del Spondylus, con inversión en carreteras e implementación de programas por parte de las diferentes entidades del estado.

De acuerdo a la demanda potencial que es de 2419 empresas que están dispuestas a utilizar el servicio de la institución, se desea obtener hasta un 10% de participación en el mercado, se contará con una infraestructura de 100 mts².

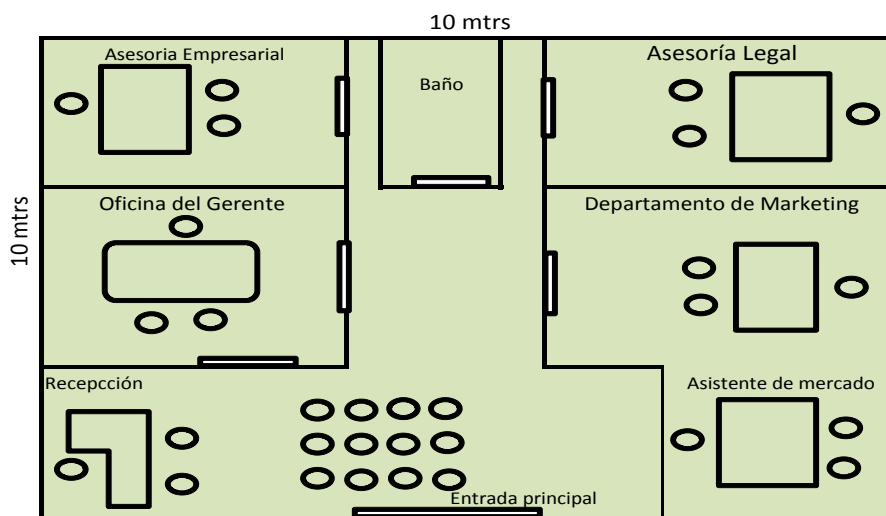
4.2.5 DISEÑO DE OFICINAS

El diseño de las instalaciones donde desarrollara la actividad la empresa de asesoría y consultoría PRONEGOCIOS 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:

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

GRÁFICO # 29 UBICACIÓN DE LAS OFICINAS



Elaborado por: Erwin Domínguez

Los recursos económicos con los que se cuentan son limitados, por lo que se debe realizar análisis y evaluaciones financieras previas a la ejecución del proyecto, se incurrirá en un financiamiento bancario para la puesta en marcha de la empresa.

Para determinar el espacio óptimo para cada una de las áreas es necesario arrendar un área de 100 mts² 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.

4.2.6 MISIÓN

La empresa PRONEGOCIOS S.A, ubicada en el cantón Santa Elena, tiene como misión ofrecer servicios profesionales en las áreas de investigación de mercados, asesoría técnica y elaboración de proyectos financieros, facilitando las actividades de las empresas y negocios PYMES, con un equipo humano competente, garantizando eficacia y continuidad, cuyo compromiso es la satisfacción de las necesidades del cliente.

4.2.7 VISIÓN

Somos una empresa dirigida a las PYMES, que brinda asesoría y consultoría, cuya visión prioritaria para el año 2015, cubrir a toda la provincia de Santa Elena, con nuestro servicio eficiente y oportuno, convirtiéndonos en una importante opción en el mercado por calidad, agilidad, innovación y flexibilidad del sistema.

4.2.8 OBJETIVOS

Objetivos a largo plazo

- Contribuir con el crecimiento empresarial en la provincia de Santa Elena a través de los servicios de consultoría y asesoría; y, extender su cobertura a todo el país.

Objetivos a mediano plazo

- Lograr el total posicionamiento en el medio basando el servicio en la calidad y profesionalismo.
- Estimular una administración eficiente, operaciones rentables y con capacidad de crecer en términos financieros y geográficos.

Objetivos a corto plazo

- Dotar a las PYMES de herramientas y técnicas de inversión probadas en el mercado y adecuadas para su desarrollo en el país y el entorno.
- Desarrollar mecanismos financieros que les permita a los emprendedores obtener financiamiento a través de entidades financieras públicas o privadas.
- Posicionar a la empresa consultora y asesora a través de sus servicios como un medio totalmente útil para las PYMES.

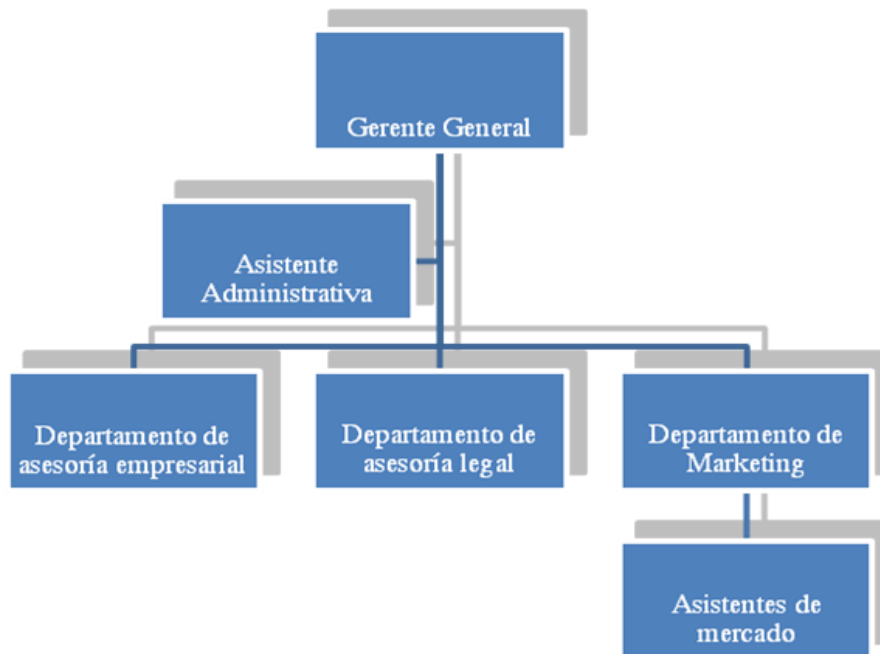
4.3 ORGANIZACIÓN

4.3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El propósito es cultivar un ambiente donde todos sus trabajadores sean motivados a desarrollar su más alto potencial de productividad y creatividad, para que, quienes laboren en la consultora mantengan compromiso, lealtad y orgullo, alcanzando así alta satisfacción en el trabajo, administrando adecuadamente, orientándolos hacia el respeto y mejoramiento.

4.3.2 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

GRÁFICO # 30 ORGANIGRAMA DE LA CONSULTORA



Elaborado por: Erwin Domínguez

La estructura de la empresa está constituida por cuatro áreas, gerencia general, departamento de asesoría empresarial, departamento de asesoría legal y departamento de marketing.

El personal estable de la empresas será el gerente general, el asesor de proyectos, el ingeniero en marketing y la asistente administrativa; se contratará 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 de mercado serán estudiantes que estén cursando los últimos años de carreras afines, esto le permitirá ganar experiencia en el proceso de investigación.

4.3.3 ÁREAS DE LA CONSULTORA

4.3.3.1 GERENCIA GENERAL

La gerencia general la ocupará el Ingeniero en Administración de Empresas ya que es el propietario de la consultora, será el responsable de supervisar los estudios de: mercado, financiero, y de asesoría empresarial.

Entre las principales funciones: 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.

4.3.3.2 ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Ejecutar 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.

4.3.3.3 ASESORÍA EMPRESARIAL

El presente departamento es el encargado 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.

4.3.3.4 ASESORÍA LEGAL

Esta área forma parte del organigrama de la empresa función que será desempeñada por un profesional del área legal que se contratara 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.

4.3.3.5 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 optimo 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.

4.3.3.6 ASISTENTES DE MERCADO

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

4.3.4 FUNCIONES Y PERFILES DE PUESTOS

CUADRO # 4 FUNCIONES Y PERFILES GERENTE GENERAL

GERENTE GENERAL
<ul style="list-style-type: none">• Funciones:<ul style="list-style-type: none">a) Definir y formular las políticas de la empresa.b) Planificar, dirigir y controlar el funcionamiento general de la empresac) Evaluar las operaciones y los resultados obtenidos.d) Representar a la empresa en su trato con tercerose) Supervisar de las actividades ordenadas, programadas y ejecutadas.
<ul style="list-style-type: none">• Perfil<ul style="list-style-type: none">○ Título universitario en administración de empresas○ Sexo: hombre o mujer○ Estado civil: Casado/a, divorciada/o, soltero/a○ Experiencia laboral mínima de tres años○ Flexibilidad mental○ Destreza en las negociaciones○ Capacidad de análisis de la información○ Orientación del cliente, tanto interno como externo○ Liderazgo○ Disponibilidad de tiempo○ Facilidad para establecer buenas relaciones laborales○ Capacidad de organización

Elaborado por: Erwin Domínguez

CUADRO # 5 FUNCIONES Y PERFILES ASISTENTE ADMINISTRATIVA

ASISTENTE ADMINISTRATIVA
<ul style="list-style-type: none">• Funciones:<ul style="list-style-type: none">a) Atender a los clientes de una manera cortés amable e indicar los productos que oferta la empresa.b) Realizar los cobros por las ventas del servicio.c) Manejar caja chica.d) Manejar suministros de oficinas y cafetería.e) Elaborar memos y cartas.f) Enviar cotizaciones a los clientes que lo soliciten.
<ul style="list-style-type: none">• Perfil<ul style="list-style-type: none">○ Bachiller en contabilidad o informática.○ Sexo: hombre o mujer○ Estado civil: Casado/a, divorciada/o, soltero/a○ 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.

Elaborado por: Erwin Domínguez

CUADRO # 6 FUNCIONES Y PERFILES ASESOR EMPRESARIAL

ASESOR EMPRESARIAL
<ul style="list-style-type: none">• Funciones:<ul style="list-style-type: none">a) Diseñar, instaurar y controlar las estrategias financieras de los clientes que soliciten el servicio de asesoramiento.b) Coordinar las tareas de contabilidad, financiera, tesorería, auditoría interna.c) Realizar y mantener las negociaciones con las entidades financieras y proveedoresd) Optimizar los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados en la ejecución de proyectos.
<ul style="list-style-type: none">• Perfil<ul style="list-style-type: none">○ Título universitario en economía, finanzas.○ Sexo: hombre o mujer○ Estado civil: Casado/a, divorciada/o, soltero/a○ 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.

Elaborado por: Erwin Domínguez

CUADRO # 7 FUNCIONES Y PERFILES ASESOR JURÍDICO

ASESOR JURÍDICO
<ul style="list-style-type: none">• Funciones:<ul style="list-style-type: none">a) Formular y proponer políticas sobre aspectos jurídicos y legales.b) Asesorar e informar oportunamente asuntos jurídicos y legales; y los efectos que podrían causar en el desarrollo del servicio.c) Elaborar y/o asesorar en la formulación de proyectos de normas legales, convenios, contratos y documentos afines.d) Proponer soluciones en saneamiento de inmuebles para que puedan ser consideradas garantías adecuadas por las entidades financieras.
<ul style="list-style-type: none">• Perfil<ul style="list-style-type: none">○ Título universitario en derecho.○ Sexo: hombre o mujer○ Estado civil: Casado/a, divorciada/o, soltero/a○ 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

Elaborado por: Erwin Domínguez

CUADRO # 8 FUNCIONES Y PERFILES GERENTE DE MARKETING

GERENTE DE MARKETING	
<ul style="list-style-type: none">• Funciones<ul style="list-style-type: none">a) 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.b) 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.c) Dirigir las actividades de los asistentes de mercado en el desarrollo de los productos que oferta la empresa.d) Fijar las políticas de precio y las condiciones de la venta.	
<ul style="list-style-type: none">• Perfil<ul style="list-style-type: none">○ Título universitario ingeniería en marketing.○ Sexo: hombre o mujer○ Estado civil: soltero/a○ Experiencia laboral mínima de tres años.○ Habilidad de negocios.○ Flexibilidad mental de criterio.○ Orientación al cliente interno y externo.○ Pensamiento creativo.○ Facilidad para la obtención y análisis de la información.○ Habilidades sociales.○ Visión estratégica.	

Elaborado por: Erwin Domínguez

CUADRO # 9 FUNCIONES Y PERFILES ASISTENTE DE MERCADO

ASISTENTES DE MERCADO
<ul style="list-style-type: none">• Funciones:<ul style="list-style-type: none">a) Atender las instrucciones del área de marketing.b) Coordinar la actualización de estudios de mercado.c) Mantener actualizada la base de datos estadística de clientes.d) Crear respaldos de toda la información procesada en un medio informático.e) Recopilar de información para la investigaciones de mercado
<ul style="list-style-type: none">• Perfil<ul style="list-style-type: none">○ Estudiante universitario en ingeniería en marketing.○ Sexo: hombre o mujer○ Estado civil: soltero/a○ Experiencia laboral ninguna.○ Habilidad de negocios.

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.3.5 EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

El desarrollo efectivo de la evaluación del desempeño es de alta prioridad para el cargo administrativo, teniendo en cuenta que éste no es un fin sino un medio que ayuda a alcanzar el mejor nivel de desempeño del Talento Humano de la empresa.

Para evaluar el desempeño de los empleados se aplicará un formulario cuyo procedimiento se llama estimación de méritos que sigue un sistema conocido

como escala por puntos o grado de estimación, los factores o criterios que se consideraron son:

- Calidad y cantidad de trabajo
- Colaboración
- Disciplina
- Esfuerzo personal
- Sociabilidad
- Iniciativa
- Asistencia y puntualidad
- Expresión verbal y escrita
- Presentación personal
- Responsabilidad

La evaluación del desempeño consiste en que el calificador, en base a sus observaciones, establece juicios para lo evaluados, basada la evaluación en cada subcriterio del formulario para determinar sus designaciones verbales que se marcará con una X en el espacio correspondiente de la escala por puntos o grado de estimación. Los grados fluctúan en cinco niveles de designación verbal que son:

- a) **SOBRESALIENTE:** incluyen a colaboradores que destacan en forma sobresaliente. Este grado acumula 5 puntos.
- b) **SATISFACTORIO:** Con los colaboradores que presentan un desempeño superior a los del promedio normal. A este grado se le asignan 4 puntos.
- c) **ACEPTABLE:** Engloba a los colaboradores que tienen un desempeño normal. Aquí se destinan 3 puntos.

- d) **INFERIOR AL NIVEL REQUERIDO:** Los colaboradores cuyos desempeños permanecen por debajo del promedio normal. Su puntuación es de 2 puntos.
- e) **INEFICIENTE:** Clasificación a los colaboradores que tienen un desempeño que no corresponde a las condiciones mínimas que se requiere. Solo se le asigna 1 punto a este grado.

4.4 MERCADO

4.4.1 PUBLICIDAD

Rótulos.- Para muchas empresas de servicio este medio publicitario es capital, por su forma, sus colores y en ciertos casos su significado, es lo que identifica y diferencia a la empresa.

Para este caso se utilizará de la siguiente manera:

- Logotipo de la organización, en el uniforme del equipo
- Logotipo de la organización, en la oficina de la empresa.

Folletos.- Se distribuirán trípticos que serán entregados por los asistentes de mercado en cada visita que realicen a potenciales clientes, este será el medio de comunicación predilecto de la empresa.

Comunicación externa interpersonal.- Bajo esta definición se encuentran los medios de comunicación tradicionales, y las relaciones públicas.

- *Relaciones públicas.-* a través del contacto directo con cada una de las PYMES del cantón Santa Elena y además ayudados por la vía telefónica y correos.

- *Medios de comunicación.-* Se realizará a través de medios de comunicación masiva, con el objetivo de posicionarse rápidamente en la mente de los clientes, considerando para este caso no solo a los gerentes o propietarios de los negocios, sino a todos los agentes que de una u otra forma tiene relación directa o indirecta con ellos, recordando que el proceso de compra es de tipo comercial y que cualquier miembro del equipo puede escuchar la publicidad y comunicar al resto del equipo:

Se realizará inversión en:

- Radio
- Prensa
- Correo Directo

A continuación se presenta un cuadro resumen que indica los medios a utilizar para el desarrollo de la publicidad:

CUADRO # 10: MEZCLA PUBLICITARIA

MEDIO	FRECUENCIA	CONTINUIDAD	TIEMPO
Radio La Chola	6 anuncios diarios	Períodos de 3 meses, con ausencias de un mes	Dos años
Periódico La Península	2 anuncios mensuales	Constante	Cinco años
Cartas dirigidas a los gerentes de las empresas	1 entrega mensual	Constante	Cinco años

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.4.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES

En el siguiente cuadro se muestra el conjunto de acciones concretas que es necesario desarrollar para poner en marcha cada una de las estrategias descritas, de acuerdo a eso, cada una de las estrategias, requieren acciones concretas a

realizar para conseguir el objetivo planteado, por lo que para cada estrategia habrá el conjunto de acciones a realizar, el plazo máximo para que se hayan desarrollado y el responsable de cada actividad.

CUADRO # 11 ESTRATEGIAS Y ACCIONES

ESTRATEGIA	ACCIONES	PLAZO	RESPONSABLE
Utilizar la línea de servicios de capacitación para darse a conocer a clientes potenciales	Seleccionar a los asistentes de mercado	1 mes	Gerente de Mkt
	Capacitar a los asistentes de mercado	15 días	Gerente de Mkt
	Capacitar al equipo consultor	1 mes	Gerente de Mkt
Introducir con fuerza la línea de asesoramiento empresarial	Seleccionar a los asistentes de mercado	1 mes	Gerente de Mkt
	Capacitar a los asistentes de mercado	15 días	Gerente de Mkt
	Realizar la campaña de correo directo	2 meses	Asistentes de mercado
	Realizar la campaña en radio, TV y prensa	2 meses	Gerente de Mkt
	Realizar visitas a las empresas	2 meses	Gerente general
Atacar en menor medida con la línea de soluciones de mercadeo	Seleccionar a los asistentes de mercado	1 mes	Gerente de Mkt
	Capacitar a los asistentes de mercado	15 días	Gerente de Mkt
	Realizar la campaña de correo directo	2 meses	Asistentes de mercado
	Realizar la campaña en radio, TV y prensa	2 meses	Gerente de Mkt
	Realizar visitas a las empresas	2 meses	Gerente general
Mantener niveles de calidad en los servicios	Crear procedimiento de control de calidad	1 año	Gerente de Mkt
	Implementar sistema de control de calidad	1 año	Gerente de Mkt

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.4.3 ESTRATEGIAS DE VENTAS

- Visitar a las PYMES del cantón Santa Elena, ofreciendo los servicios que tiene la empresa.
- Utilizar para esta unidad de negocios la estrategia competitiva de Liderazgo en Costos, desarrollando una línea de servicios con precios competitivos y acorde al mercado que se está atendiendo.

- Mejorar el servicio, tratando al cliente con mayor amabilidad, atenderlo con mayor rapidez y brindarle un trato personalizado,

4.4.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En el siguiente cuadro se detalla las principales empresas que forman parte de la competencia que tendría PRONEGOCIOS S.A. y los costos del servicio que ellas ofertan:

CUADRO # 12 SERVICIOS QUE BRINDA LA COMPETENCIA

EMPRESAS	SERVICIOS	COSTO US
ASSES PROOFF	• ASESORÍA EMPRESARIAL	\$ 150
	• ESTUDIOS DE MERCADO	\$350
	• CAPACITACIONES	\$20 x hora
ENGOROY	• ASESORÍA EMPRESARIAL	\$120
	• ESTUDIOS FINANCIEROS	380
	• CAPACITACIONES	\$18 x hora
CONSULCON	• ESTUDIOS DE MERCADO	\$480
	• ESTUDIOS FINANCIEROS	\$370
ASECONT	• ASESORÍA EMPRESARIAL	\$120
	• CAPACITACIONES	\$20 x hora

Fuente: Empresas que prestan servicios empresariales

Elaborado por: Erwin Domínguez

Como se puede observar en el siguiente cuadro nuestros precios por servicios son inferiores a la competencia. En lo que respecta al servicio de capacitación, este trata de brindar un programa de Gestión Estratégica de Negocios a la Pymes, con el fin de proporcionar a las mismas herramientas que facilite el crecimiento del negocio. El programa completo será de 20 horas a un costo de 150 dólares americanos.

CUADRO # 13 SERVICIOS QUE BRINDA PRONEGOCIOS S.A

EMPRESAS	SERVICIOS	COSTO US
PRONEGOCIOS S.A	• ASESORÍA EMPRESARIAL	\$ 50.00
	• ESTUDIOS DE MERCADO	\$ 200.00
	• ESTUDIOS FINANCIEROS	\$ 300.00
	• CAPACITACIONES	\$7,50 x 20 hora = \$150

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.5 SERVICIOS

4.5.1 ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO QUE OFRECE LA EMPRESA

La consultora y asesora PRONEGOCIOS S.A , está enfocada hacia los servicios de asesorías y consultorías que requieren los emprendedores y comunidad en general, a la hora de desarrollar una idea de negocio que promueva una inversión sostenible y sustentable para el desarrollo de la península. La empresa ofertara a sus clientes dos tipos de servicios elementales los cuales se detallan a continuación:

Servicio base

Lo constituye la línea de servicio *Asesoramiento Empresarial*, pues se considera que al igual como un huésped va a un hotel, con el objetivo de alojarse, o un viajero utiliza el transporte para movilizarse, así mismo las empresas peninsulares, buscarán contratar el servicio con el objetivo principal de ser asesorados en su empresa.

4.5.1.1 ASESORAMIENTO EMPRESARIAL

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 empresa.

Se trata, sobre todo, los aspectos importantes que hay que tener en cuenta y que se resumen en cinco aspectos fundamentales:

- 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.

Servicios periféricos

Lo constituyen las líneas de servicio: *Estudios de Mercado, Financieras y Capacitación*, las mismas que no se consideran obligatorias para acceder al servicio principal, pero que podrían contribuir a la captación de nuevos clientes.

4.5.1.2 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.

4.5.1.3 ESTUDIO 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.

4.5.1.4 CAPACITACIÓN

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

A lo largo del programa los empresarios realizarán de manera individual y acompañados por el equipo de consultores un análisis estratégico de las posibilidades de crecimiento de su propia empresa y elaborarán un plan de negocios a ser presentado a proveedores de financiamiento y/o capital.

4.5.2 DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

4.5.2.1 PROCESO DE CONSULTORÍA

El proceso del negocio se da a través de tres etapas. Los límites entre las etapas algunas veces son difusos y el tiempo que toma trabajar en las distintas etapas puede variar pero es importante cumplir cada una de ellas.

GRÁFICO # 31 PROCESO DE CONSULTORÍA



Elaborado por: Erwin Domínguez

Etapas 1. Construyendo las relaciones.

Cuando el empresario plantea por primera vez un problema, no tiene la confianza o la certeza de sí, será entendido. Es muy importante escuchar y trabajar para conseguir su confianza. El empresario muy rara vez planteará abiertamente: “Tengo un problema”, “No me gusta como está trabajando mi empresa”, “No sé qué hacer”.

Como consultor, se motivará y se dará confianza a los clientes para hablar abiertamente acerca de sus problemas y ayudarlos a comprender donde están estos

ahora a través de técnicas hábiles de cuestionamiento que los ayuda a ver sus propias fortalezas y los motiva a ver los problemas como un reto. Y además, ayudarlos a desarrollar la percepción de sus debilidades.

El objetivo primordial es la generación de una autentica relación de colaboración entre el empresario y el consultor. El grado y la forma de colaboración entre estos dos será distinto de un caso a otro, pero siempre se debe tener presente un espíritu de colaboración caracterizado por un deseo compartido de que gracias a la confianza, el respeto mutuo y a la comprensión de los papeles técnicos y humanos de la otra parte, la tarea de consultoría resulte un éxito.

- **Habilidades usadas**

Como consultor se usará las habilidades de construcción de relaciones que hagan sentir al cliente valioso, comprendido y en confianza. Estas habilidades son:

- Escuchar. Activa y reflexivamente.
- Empatía o entendimiento. –Demostrado mediante la reflexión.
- Ser auténtico. Demostrado por tu propia apertura.

Etapa 2. Explorando y aclarando

Como consultor, se emplea habilidades que ayudan a los clientes a explorar la naturaleza del problema, reflexionar sobre lo que ellos han hecho con éste hasta ahora, las varias alternativas de solución realistas y sus consecuencias. Los clientes se mueven de afirmaciones tales como “No sé qué hacer”, a través de “Yo he hecho...”, hasta “Bueno, yo puedo hacer algo como esto y los resultados probablemente serán...”

En esta etapa usa las habilidades designadas para enfocar la atención del cliente en el futuro. A través de la fijación de metas realistas y el desarrollo de las necesidades de compromisos futuros, la mente del cliente se saca de la problemática, para llevarla a las soluciones e inclusive oportunidades. El consultor en esta etapa contribuye a que el empresario mantenga la objetividad, al mismo tiempo que debe motivar la conceptualización durante la formulación del problema; además, debe ayudar a aislar y a definir las variables reales dependientes e independientes que influyeron en la causa del problema y que influirán en última instancia en su solución.

- Habilidades usadas

Como consultor se usarán habilidades para explorar y clarificar, que ayudarán al cliente a sacarlo de la confusión, considerar opciones, examinar alternativas de solución y sus consecuencias y escoger una.

Estas habilidades son:

- Trabajando en silencio. Demostrado cuando se está en capacidad de permanecer en silencio en momentos que son apropiados con el fin de mantener el enfoque.
- Escuchar activo. A lo que es dicho y no dicho tanto verbal como no verbal.
- Lenguaje no verbal. Posición del cuerpo, gestos, tonos.
- Reconocimiento de “luces de neón”. Palabras y reacciones emotivas.
- Reflexionando. Palabras y estados emocionales particulares.

- Preguntas abiertas. Tales como, ¿Cómo? ¿Por qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Quién?
- Concretando. Requiriendo ejemplos e incidentes específicos.
- Aclarando. Las fuentes de confusión y opciones disponibles.
- Enfocándose. En las tareas más importantes.
- Resumiendo. Lo que ha sido dicho o decidido.
- Cercano. Usando los estados mentales y emocionales presentes del cliente.
- Confrontando. Discrepancias.
- Punto de vista apropiado. Si la situación existe, comentar con el cliente algo similar, que es parte de la experiencia del consultor

Etapa 3. Plan de acción

Habiendo ayudado a los clientes a generar estrategias alternativas se identifica la solución apropiada. Se usa habilidades para ayudar a los clientes a identificar los recursos; en dichos recursos se deberán usar tanto las habilidades personales como las técnicas apropiadas mismas que se necesitarán para alcanzar sus metas. Algunos recursos personales pueden ser desarrollados.

Los objetivos para lograr la meta son puestos en un ritmo tal que los clientes se muevan cómodamente y ya se hayan trabajado los planes de contingencia contra “fallas”. Los consultores no olvidan que son asesores y

auxiliares, y no los responsables de la decisión. Su propósito es poner en práctica sus habilidades personales y técnicas para que el cliente ponga en práctica decisiones correctas.

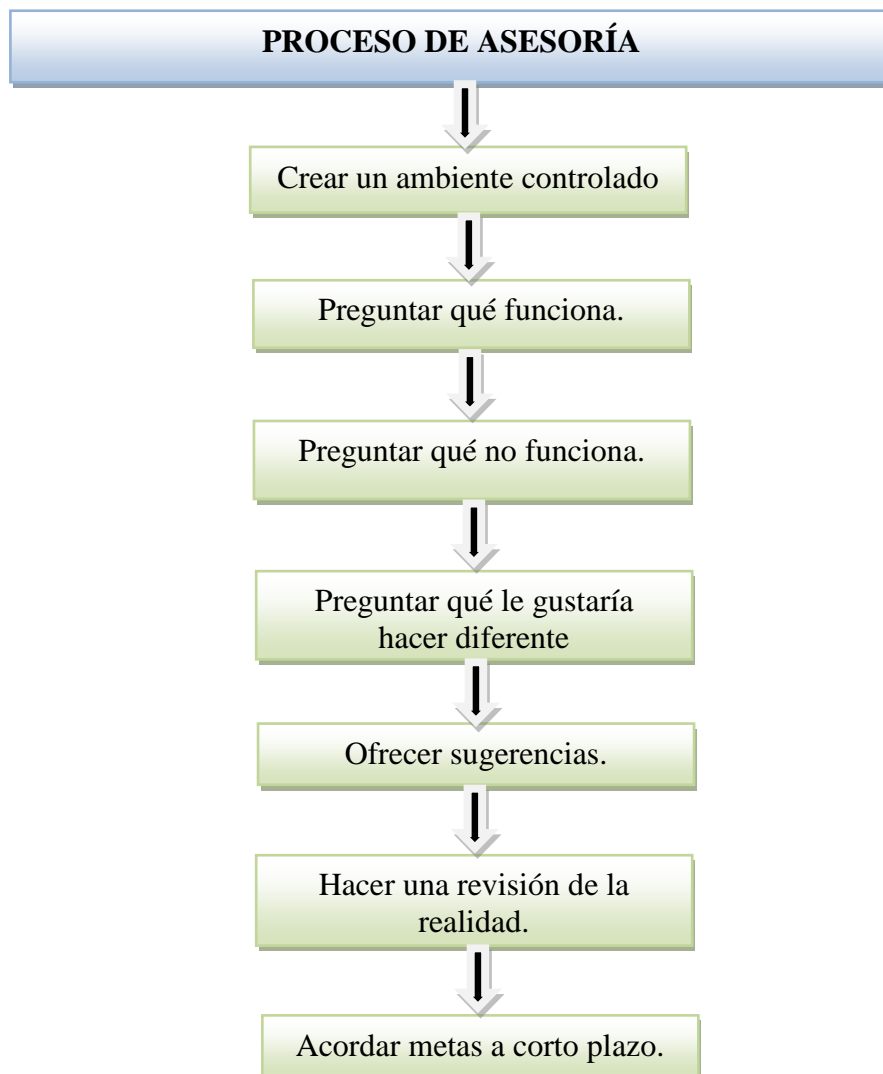
El papel del consultor puede terminar en esta fase o puede actuar como soporte hasta que el cliente se sienta seguro con su nueva situación. El cliente puede comentar “Necesito trabajar en lo que quiero hacer ahora, pero se siente como un gran paso”, “Necesito trabajar en... pero pienso que yo lo puedo hacer”; “Si no trabaja de esta manera yo haré...” En esta etapa el cliente puede estar listo para aceptar otros procesos de ayuda.

4.5.2.2 PROCESO DE ASESORÍA

- a) Crear un ambiente controlado. Los aprendices aprenden mejor en ambientes que tienen pocas distracciones, donde el cliente y el asesor puedan enfocarse a sus actividades sin interrupción. Privacidad es un factor importante para asegurar que el cliente asimile mejor.
- b) Preguntar al cliente qué funciona. Esto ayuda a poner al cliente en una estructura mental positiva y minimizar su actitud defensiva.
- c) Preguntar al cliente qué no funciona. Enfocarse al proceso y no hacer preguntas para juzgar.
- d) Preguntar al cliente qué le gustaría hacer diferente. Esto acelera elementos de acción del cliente y los prepara para los siguientes pasos.
- e) Ofrecer sugerencias. Preguntar a los clientes si quieren sugerencias. El cliente entonces estará más perceptivo y recibirá de buena manera la ayuda.

- f) Hacer una revisión de la realidad. 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.

GRÁFICO # 32 PROCESO DE ASESORÍA



Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6 FINANZAS

4.6.1 ESTUDIO FINANCIERO

4.6.1.1 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

El término tangible denota sustancia física como es el caso de un edificio o una máquina. Esta categoría se puede subdividir en dos clasificaciones claramente diferenciales:

- a. Propiedad de planta sujeta a depreciación. Se incluyen los activos fijos de vida útil limitada, tales como los edificios y equipos de oficinas.
- b. Terrenos. El único activo fijo que no está sujeto a depreciación es la tierra, que tiene un término limitado de existencia

CUADRO # 14 ACTIVO FIJO

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	
ADECUACIÓN DEL LOCAL	\$ 3.265,75
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 3.855,00
ESCRITORIOS DE OFICINA	\$ 1.500,00
TOTAL	\$ 8.620,75

Elaborado por: Erwin Domínguez

La empresa no va a invertir en terreno ni en infraestructura ya que va alquilar un local en el centro del cantón Santa Elena por ende va a incurrir en gastos de arrendamiento mensuales, en equipos y maquinarias se va a invertir principalmente en equipos de computación.

4.6.1.2 ACTIVOS DIFERIDOS

Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de constitución y trámites legales etc.

CUADRO # 15 ACTIVO DIFERIDO

ACTIVOS DIFERIDOS	
ARRIENDOS PREPAGADOS	\$ 4.800,00
TRÁMITES LEGALES	\$ 300,00
Total	\$ 5.100,00

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo o fondo de maniobra, que es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

CUADRO # 16 CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 21.080,00
GASTOS DE MANTENIMIENTO	\$ 311,20
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 560,40
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 2.988,00
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 300,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 1.080,00
ALQUILER	\$ 4.800,00
CAPITAL DE TRABAJO ANUAL	\$ 31.119,60

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.1.4 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

De acuerdo a los cálculos y estudios realizados y en base a la investigación de mercado y las necesidades de la consultora se obtuvo el siguiente valor para el financiamiento del proyecto.

CUADRO # 17 TOTAL INVERSIÓN

TOTAL INVERSIÓN	
ACTIVOS TANGIBLES	\$ 8.620,75
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 5.100,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 31.119,60
TOTAL INVERSIÓN	\$ 44.840,35

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.1.5 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

De acuerdo al método de análisis, el proyecto estará financiado en un 56% por la CFN (Corporación Financiera Nacional). Esta institución financiera otorga créditos micro empresarial como financiamiento de proyectos.

El 44% restante será financiado con capital propio del principal accionista de la empresa.

CUADRO # 18 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
APORTE ACCIONISTA	44%	\$ 19.840,35
PRÉSTAMO A LA CFN	56%	\$ 25.000,00
TOTAL	100%	\$ 44.840,35

Elaborado por: Erwin Domínguez

El propietario va aportar con recursos económicos para financiar el 50% del total de la inversión y el otro 50% será financiado a través de un crédito bancario.

4.6.1.6 CUADRO DE FUENTES Y USOS

En el presente cuadro, se ubican los activos fijos, diferidos y trámites legales, además del capital de operación, también se ubica el aporte del accionista y el valor del préstamo que se realizará, en valores reales y se los compara con el porcentaje de afectación que tendrán para la empresa.

CUADRO # 19 FUENTES Y USOS

CUADRO DE FUENTES Y USOS		
INVERSIÓN FIJA	VALOR	PORCENTAJE
ADECUACIÓN / LOCAL	\$ 3.265,75	37.89%
EQUIPO Y MAQUINARIA	\$ 3.855,00	44.71%
ESCRITORIOS DE OFICINA	\$ 1.500,00	17.40%
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 8.620,75	100%
INVERSIÓN DIFERIDA		PORCENTAJE
ARRIENDO PREPAGADOS	\$ 4.800,00	94.12%
TRÁMITES LEGALES	\$ 300,00	5.88%
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 5.100,00	100%
TOTAL INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA	\$ 13.720,75	30.60%
CAPITAL DE OPERACIÓN	\$ 31.119,60	69.40%
INVERSIÓN TOTAL	\$ 44.840,35	100%
FINANCIAMIENTO	\$ 25.000,00	56%
CAPITAL PROPIO	\$ 19.840,35	44%
TOTAL	\$ 44.840,35	100%

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.2 INGRESOS Y COSTOS DEL PROYECTO

4.6.2.1 SUELDOS Y SALARIOS

Es aquella directamente involucrada en la prestación del servicio y representa un rubro importante en el desarrollo de los diferentes productos que oferta la

empresa. A continuación el detalle de los profesionales que conforman la empresa:

CUADRO # 20 BALANCE DE PERSONAL

CARGO	CANT	HORAS DÍA	SUELDO	TOTAL SUELDO	ANUAL	SUELDO Y BENEFICIOS
GERENTE GENERAL	1	8	600,00	600,00	7.200,00	8.040,00
ASESOR DE PROYECTOS	1	8	500,00	500,00	6.000,00	6.740,00
GERENTE EN MARKETING	1	8	500,00	500,00	6.000,00	6.740,00
ASESOR JURÍDICO (Servicios prestados)	1		150,00	150,00	1.800,00	
ASISTENTE ADMINISTRATIVA	1	8	294,00	294,00	3.528,00	3.528,00
ASISTENTE MERCADO (Pasantes)	2		50,00	100,00	1.200,00	
TOTAL				2.144,00	19.200,00	21.080,00

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.2.2 GASTOS SERVICIOS BÁSICOS Y MANTENIMIENTO

Como lo indica su nombre son todos aquellos gastos indispensables que no se relacionan directamente con la manufactura, pero contribuyen y forman parte del proceso del servicio que oferta PRONEGOCIOS S.A.

Los gastos que requiere los servicios de teléfono, energía, agua potable y el mantenimiento de la oficina se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO # 21 GASTOS SERVICIOS BÁSICOS Y MANTENIMIENTO

GASTOS SERVICIOS BÁSICOS Y MANTENIMIENTO		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
SERVICIO BÁSICOS	\$ 90,00	\$ 1.080,00
MANTENIMIENTO	\$ 25,93	\$ 311,20
TOTAL	\$ 115,93	\$ 1.391,20

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.2.3 SUMINISTROS DE OFICINA

Están constituidos por todos los desembolsos necesarios para llevar a cabo el servicio; por su naturaleza no son aplicables directamente al costo del servicio:

CUADRO # 22 SUMINISTROS DE OFICINA

SUMINISTROS DE OFICINA		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
HOJAS MEMBRETADAS	\$ 12,50	\$ 150,00
SOBRES MEMBRETADOS	\$ 5,00	\$ 60,00
ESFEROGRÁFICOS	\$ 4,00	\$ 48,00
LÁPICES	\$ 3,00	\$ 36,00
BORRADORES	\$ 1,00	\$ 12,00
SELLOS FAXIMILES	\$ 11,00	\$ 132,00
PAPEL DE RECORDATORIOS RECADOS	\$ 2,00	\$ 24,00
OTROS	\$ 8,20	\$ 98,40
TOTAL GASTOS		\$ 560,40

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.2.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son gastos emergentes de la administración de recursos humanos y logísticos, que de manera general colaboran a las operaciones propias del giro de la entidad, la estructura organizacional y los recursos para cumplir con los procesos.

CUADRO # 23 GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
REMUNERACIONES	\$ 21.44,00	\$ 25.728,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 90,00	\$ 1.080,00
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 46,70	\$ 560,40
IMPUESTOS	\$ 41,66	\$ 500,00
MANTENIMIENTO	\$ 25,93	\$ 311,20
ARRIENDO LOCAL	\$ 400,00	\$ 4.800,00
DIVIDENDOS	\$ 437,50	\$ 5.250,00
IMPREVISTOS	\$ 249,12	\$ 2.989,38
Total gastos		\$ 41.218,98

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.2.5 GASTOS DE VENTAS

Son los relacionados con la preparación y distribución del servicio, la promoción de ventas, los gastos en que se incurre al realizar las ventas.

CUADRO # 24 GASTOS DE VENTAS

GASTOS DE VENTA		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
ANUNCIOS RADIALES	\$ 190,17	\$ 2.282,00
RÓTULOS	\$ 112,50	\$ 225,00
FOLLETOS	\$ 72,50	\$ 145,00
PRENSA	\$ 100,00	\$ 1.200,00
CORREO DIRECTO (INTERNET)	\$ 20,50	\$ 246,00
TOTAL GASTOS DE VENTA		\$ 4.098,00

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.2.6 GASTOS FINANCIEROS

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

CUADRO # 25 GASTOS FINANCIEROS

GASTOS FINANCIEROS				
AÑOS	PAGO	INTERÉS	CAPITAL	DEUDA
AÑO 0				\$ 25.000,00
AÑO 1	\$ 5.250,00	\$ 2.750,00	\$ 2.500,00	\$ 22.500,00
AÑO 2	\$ 4.975,00	\$ 2.475,00	\$ 2.500,00	\$ 20.000,00
AÑO 3	\$ 4.700,00	\$ 2.200,00	\$ 2.500,00	\$ 17.500,00
AÑO 4	\$ 4.425,00	\$ 1.925,00	\$ 2.500,00	\$ 15.000,00
AÑO 5	\$ 4.150,00	\$ 1.650,00	\$ 2.500,00	\$ 12.500,00
AÑO 6	\$ 3.875,00	\$ 1.375,00	\$ 2.500,00	\$ 10.000,00
AÑO 7	\$ 3.600,00	\$ 1.100,00	\$ 2.500,00	\$ 7.500,00
AÑO 8	\$ 3.325,00	\$ 825,00	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00
AÑO 9	\$ 3.050,00	\$ 550,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
AÑO 10	\$ 2.775,00	\$ 275,00	\$ 2.500,00	\$ 0,00

Elaborado por: Erwin Domínguez

El préstamo de la inversión se lo realizara a 10 años con un interés anual del 11,00 % como estipula la CFN a través de la línea multisectorial que se canaliza a través de entidades financieras privadas pero con beneficios en tasas de interés y periodos de pago.

4.6.2.7 PROYECCIÓN DE LOS GASTOS

La inflación promedio del país está en un 4.80%. Para obtener la proyección de los gastos deberá multiplicarse cada año a partir del presente por la inflación que será el valor que afectará al proyecto en los siguientes 10 años, se detalla en la tabla a continuación:

CUADRO # 26 PROYECCIÓN DE GASTOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
EGRESOS	46.659,06	44.012,57	45.546,95	47.168,18	48.880,44	50.688,08	52.595,69	54.608,06	56.730,23	58.967,46
GASTOS OPERATIVOS	42.561,06	44.012,57	45.546,95	47.168,18	48.880,44	50.688,08	52.595,69	54.608,06	56.730,23	58.967,46
GASTOS DE ADMINISTRACION	41.218,98	42.670,49	44.204,87	45.826,11	47.538,36	49.346,00	51.253,61	53.265,98	55.388,15	57.625,38
Remuneraciones	25.728,00	26.962,94	28.257,17	29.613,51	31.034,96	32.524,64	34.085,82	35.721,94	37.436,59	39.233,55
GERENTE GENERAL	7.200,00	7.545,60	7.907,79	8.287,36	8.685,16	9.102,04	9.538,94	9.996,81	10.476,66	10.979,54
ASESOR DE PROYECTOS	6.000,00	6.288,00	6.589,82	6.906,14	7.237,63	7.585,04	7.949,12	8.330,68	8.730,55	9.149,61
GERENTE EN MARKETING	6.000,00	6.288,00	6.589,82	6.906,14	7.237,63	7.585,04	7.949,12	8.330,68	8.730,55	9.149,61
ASESOR JURIDICO (Servicios prestados)	1.800,00	1.886,40	1.976,95	2.071,84	2.171,29	2.275,51	2.384,74	2.499,20	2.619,16	2.744,88
ASISTENTE ADMINISTRATIVA	3.528,00	3.697,34	3.874,82	4.060,81	4.255,73	4.460,00	4.674,08	4.898,44	5.133,56	5.379,97
ASISTENTE MERCADO (Pasantes)	1.200,00	1.257,60	1.317,96	1.381,23	1.447,53	1.517,01	1.589,82	1.666,14	1.746,11	1.829,92
Servicios básicos	1.080,00	1.131,84	1.186,17	1.243,10	1.302,77	1.365,31	1.430,84	1.499,52	1.571,50	1.646,93
Telefonía	360,00	377,28	395,39	414,37	434,26	455,10	476,95	499,84	523,83	548,98
Luz	480,00	503,04	527,19	552,49	579,01	606,80	635,93	666,45	698,44	731,97
Agua	240,00	251,52	263,59	276,25	289,51	303,40	317,96	333,23	349,22	365,98
Alquiler de local	4.800,00	5.030,40	5.271,86	5.524,91	5.790,10	6.068,03	6.359,29	6.664,54	6.984,44	7.319,69
Materiales de Oficina	560,40	587,30	615,49	645,03	675,99	708,44	742,45	778,09	815,43	854,57
Impuestos	500,00	524,00	549,15	575,51	603,14	632,09	662,43	694,22	727,55	762,47
Gastos por Mantenimiento	311,20	326,14	341,79	358,20	375,39	393,41	412,29	432,08	452,82	474,56
Pago dividendos	5.250,00	4.975,00	4.700,00	4.425,00	4.150,00	3.875,00	3.600,00	3.325,00	3.050,00	2.775,00
Imprevistos	2.989,38	3.132,87	3.283,25	3.440,84	3.606,00	3.779,09	3.960,49	4.150,59	4.349,82	4.558,61
OTROS GASTOS	1.342,08	1.342,08	1.342,08	1.342,08	1.342,08	1.342,08	1.342,08	1.342,08	1.342,08	1.342,08
Amortización	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
Depreciación	862,08	862,08	862,08	862,08	862,08	862,08	862,08	862,08	862,08	862,08
GASTOS DE VENTA	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00
PUBLICIDAD	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00	4.098,00

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.2.8 INGRESOS DEL PROYECTO

Como ingresos del proyecto se tiene el valor promedio que se obtuvo en el análisis de mercado:

CUADRO # 27 INGRESOS DEL PROYECTO

INGRESOS POR SERVICIOS			
CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO	TOTAL ANUAL
112	ASESORÍA EMPRESARIAL	\$ 50,00	\$ 5.600,00
70	ESTUDIOS DE MERCADO	\$ 200,00	\$ 14.000,00
70	ESTUDIOS FINANCIEROS	\$ 300,00	\$ 21.000,00
60	CAPACITACIONES	\$ 150,00	\$ 10.500,00
TOTAL \$			51.100,00

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.2.9 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para la proyección de ingresos multiplicamos los ingresos por un incremento anual del 6.2% el mismo que está dividido en 4.2% que es la inflación anual y un 2% por incremento debido a la publicidad realizada.

CUADRO # 28 PROYECCIÓN DE INGRESOS

PROYECCIÓN DE INGRESOS										
AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
PYMES	51.100,00	53.655,00	56.338,00	59.155,00	62.112,00	65.217,00	68.478,00	71.902,00	75.497,00	79.272,00
TOTAL	51.100,00	53.655,00	56.338,00	59.155,00	62.112,00	65.217,00	68.478,00	71.902,00	75.497,00	79.272,00

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

4.6.3.1 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Como instrumentos de evaluación se establecieron el estado de situación inicial que revela el monto de inversión a la que se incurrió y como fue distribuida la

misma; el estado de pérdidas y ganancias que mostrará que utilidades o que valor de pérdida se obtendrá en el primer año y el flujo de caja que será de gran ayuda para saber la rentabilidad de la empresa.

4.6.3.2 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado el mismo que se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

CUADRO # 29 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Estado de Situación Inicial			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corriente		Pasivo corriente	
Bancos	31.119,60	Pasivo a L/P	25.000,00
Activo diferido	5.100,00	Total pasivos	
Arriendos prepagados	4.800,00	Patrimonio	
Permisos	300,00	Capital	19.840,35
Activos fijos	8.620,75		
Adecuaciones local	3.265,75		
Equipos de oficina	3.855,00		
Escritorios de Oficina	1.500,00		
		Total pasivo y	
Total de Activos	44840,35	capital	44.840,35

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.3.3 ESTADO DE RESULTADOS

El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo.

CUADRO # 30 ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADO	
INGRESOS	51.100,00
Ingresos por servicio	51.100,00
(-) EGRESOS	46.659,06
Gastos Administrativos	41.218,98
Gastos de Ventas	4.098,00
Otros gastos	1.342,08
Utilidad antes de impuestos	4.440,94
(-) 15% Participación trabajadores	666,14
(-) 25% Impuesto a la renta	943,70
Utilidad del ejercicio	2.831,10

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.3.4 FLUJO DE EFECTIVO

Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, nos permitirá determinar la liquidez de la empresa a través del periodo proyectado.

CUADRO # 31 FLUJO DE CAJA

RUBROS	AÑO 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS OPERACIONALES	-	\$ 51.100,00	\$ 53.655,00	\$ 56.337,75	\$ 59.154,64	\$ 62.112,37	\$ 65.217,99	\$ 68.478,89	\$ 71.902,83	\$ 75.497,97	\$ 79.272,87
INGRESOS POR SERVICIO		\$ 51.100,00	\$ 53.655,00	\$ 56.337,75	\$ 59.154,64	\$ 62.112,37	\$ 65.217,99	\$ 68.478,89	\$ 71.902,83	\$ 75.497,97	\$ 79.272,87
EGRESOS OPERACIONALES		\$ 45.316,98	\$ 46.768,49	\$ 48.302,87	\$ 49.924,11	\$ 51.636,36	\$ 53.444,00	\$ 55.351,61	\$ 57.363,98	\$ 59.486,15	\$ 61.723,38
GASTOS OPERACIONALES		\$ 42.561,06	\$ 44.012,57	\$ 45.546,95	\$ 47.168,18	\$ 48.880,44	\$ 50.688,08	\$ 52.595,69	\$ 54.608,06	\$ 56.730,23	\$ 58.967,46
GASTOS DE VENTA		\$ 4.098,00	\$ 4.098,00	\$ 4.098,00	\$ 4.098,00	\$ 4.098,00	\$ 4.098,00	\$ 4.098,00	\$ 4.098,00	\$ 4.098,00	\$ 4.098,00
EGRESOS QUE NO NECESITAN DES	-	\$ -1.342,08	\$ -1.342,08	\$ -1.342,08	\$ -1.342,08	\$ -1.342,08	\$ -1.342,08	\$ -1.342,08	\$ -1.342,08	\$ -1.342,08	\$ -1.342,08
FLUJOS OPERACIONALES	-	\$ 5.783,02	\$ 6.886,51	\$ 8.034,88	\$ 9.230,53	\$ 10.476,01	\$ 11.773,98	\$ 13.127,28	\$ 14.538,85	\$ 16.011,82	\$ 17.549,49
INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 25.000,00										
Préstamo Bancario	\$ 25.000,00										
EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 8.620,75	\$ 5.100,00	\$ 1.609,84	\$ 2.009,86	\$ 2.426,14	\$ 2.859,56	\$ 3.311,05	\$ 3.781,57	\$ 4.272,14	\$ 4.783,83	\$ 5.317,78
Compra de activos	\$ 8.620,75										
PAGO PARTICIPACIÓN UTILIDADES			\$ 666,14	\$ 831,67	\$ 1.003,92	\$ 1.183,27	\$ 1.370,09	\$ 1.564,79	\$ 1.767,78	\$ 1.979,52	\$ 2.200,46
PAGO DE IMPUESTO			\$ 943,70	\$ 1.178,19	\$ 1.422,22	\$ 1.676,30	\$ 1.940,96	\$ 2.216,78	\$ 2.504,36	\$ 2.804,31	\$ 3.117,32
ACTIVO DIFERIDO		\$ 5.100,00									
FLUJO NO OPERACIONAL	\$ 16.379,25	\$ -5.100,00	\$ -1.609,84	\$ -2.009,86	\$ -2.426,14	\$ -2.859,56	\$ -3.311,05	\$ -3.781,57	\$ -4.272,14	\$ -4.783,83	\$ -5.317,78
FLUJO NETO GENERADO (C+F)	\$ 16.379,25	\$ 683,02	\$ 5.276,67	\$ 6.025,02	\$ 6.804,39	\$ 7.616,44	\$ 8.462,93	\$ 9.345,71	\$ 10.266,71	\$ 11.227,99	\$ 12.231,71
SALDO INICIAL DE CAJA	-	\$ 16.379,25	\$ 17.062,27	\$ 22.338,93	\$ 28.363,95	\$ 35.168,34	\$ 42.784,78	\$ 51.247,72	\$ 60.593,43	\$ 70.860,14	\$ 82.088,13
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 16.379,25	\$ 17.062,27	\$ 22.338,93	\$ 28.363,95	\$ 35.168,34	\$ 42.784,78	\$ 51.247,72	\$ 60.593,43	\$ 70.860,14	\$ 82.088,13	\$ 94.319,84

Elaborado por: Erwin Domínguez.

4.6.4 INDICADORES DE EVALUACIÓN

Los índices financieros son indicadores que permiten evaluar diferentes aspectos de la empresa, como las utilidades respecto de sus ventas, capacidad de responder a los proveedores, etc. Los índices financieros que se presentan a continuación tienen como base el balance general; el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de caja proyectado a 10 años.

4.6.4.1 VALOR ACTUAL NETO

Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión es decir trae los flujos futuros al valor presente y las compara con la inversión. Para el cálculo se considera la tasa de descuento del 10% porque es la tasa actual que se maneja en el país. El resultado de flujo de caja con el valor de desecho proyecto un valor actual neto de \$17725.24 En consecuencia, este estudio es viable, debido al resultado positivo de la VAN.

CUADRO # 32 VAN

Años	Flujo neto disponible
0	-25.000,00
1	683,02
2	5.276,67
3	6.025,02
4	6.804,39
5	7.616,44
6	8.462,93
7	9.345,71
8	10.266,71
9	11.227,99
10	12.231,71
VAN	17.725,24

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.4.2 TASA INTERNA DE RETORNO

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la Tasa Interna de Retorno se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza. El resultado de flujo de caja con el valor de desecho proyectó una tasa interna de retorno TIR del 22.7%, la misma que comparada con la TMAR del 12.2% revela que el estudio es rentable y se puede invertir en él.

CUADRO # 33 TIR

Años	Flujo neto disponible
0	-25.000,00
1	683,02
2	5.276,67
3	6.025,02
4	6.804,39
5	7.616,44
6	8.462,93
7	9.345,71
8	10.266,71
9	11.227,99
10	12.231,71
TIR	22.70%

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.4.3 ANÁLISIS COSTO - BENEFICIO

El análisis costo/ beneficio nos permitirá comparar los ingresos que genera la empresa en relación a la inversión realizada.

CUADRO # 34 ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

AÑOS	BENEFICIOS (INGRESOS)	COSTOS (EGRESOS)
AÑO 1	\$ 51.100,00	\$ 46.659,06
AÑO 2	\$ 53.655,00	\$ 48.110,57
AÑO 3	\$ 56.337,75	\$ 49.644,95
AÑO 4	\$ 59.154,64	\$ 51.266,18
AÑO 5	\$ 62.112,37	\$ 52.978,44
AÑO 6	\$ 65.217,99	\$ 54.786,08
AÑO 7	\$ 68.478,89	\$ 56.693,69
AÑO 8	\$ 71.902,83	\$ 58.706,06
AÑO 9	\$ 75.497,97	\$ 60.828,23
AÑO 10	\$ 79.272,87	\$ 63.065,46
VAN	\$ 17.725,24	\$ 324.904,56
B/C	0,05	

Elaborado por: Erwin Domínguez

4.6.4.4 ANÁLISIS DE ÍNDICES FINANCIEROS

Un índice financiero es una relación entre dos cifras extraídas de cualquiera de los estados financieros como son: el balance general, estado de resultados, flujo de caja, estado fuentes y aplicación de recursos o de cualquier otro informe interno con el cual el usuario de la información busca tener una medición de los resultados internos de un negocio o de un sector específico de la economía, aspecto que confronta con parámetros previamente establecidos como el promedio de la actividad, los índices de periodos anteriores, los objetivos de la organización y los índices de sus principales competidores.

4.6.4.5 ÍNDICES DE LIQUIDEZ

Este índice permite saber si los Activos Circulantes de la empresa pueden servir para cumplir las obligaciones de Pasivo Circulantes. Esta razón representa el financiamiento con que cuenta la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

$$\text{Índice de liquidez} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{IL} = \frac{39.740,35}{25.000,00}$$

$$\text{IL} = 1,59$$

El resultado de ésta razón significa que por cada dólar que debo se tiene \$1,59 dólares del activo corriente para cubrir obligaciones.

4.6.4.6 RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO

La razón deuda a capital se calcula simplemente dividiendo la deuda total de la compañía, entre los activos totales.

La razón por la cual se trata de un indicio general, es que los activos y flujos de efectivo de la compañía proporcionan los medios para el pago de la deuda.

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{pasivo total}}{\text{activo total}}$$

$$\text{RE} = \frac{25.000,00}{44.840,35}$$

$$\text{RE} = 0,56$$

El proyecto muestra que posee una razón de endeudamiento del 56% debido a que se realizó un préstamo a la CFN, la cual se irá cubriendo en los años de vida útil del proyecto.

4.6.4.7 ÍNDICES DE RENTABILIDAD

Estas razones permiten analizar y evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños.

Margen bruto de utilidades (MB): Indica el porcentaje que queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencias.

$$\begin{array}{r} \text{Margen bruto de} \\ \text{utilidad} = \end{array} \quad \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Venta}}{\text{Ventas}}$$
$$\frac{51.100,00 - 21.080,00}{51.100,00}$$
$$\frac{30.020,00}{51.100,00}$$
$$\text{MB} = 0,59$$

En el primer año de la empresa, el margen de utilidad es bueno y se debe tener en cuenta que recién empieza sus actividades.

CONCLUSIONES

- Existe una amplia viabilidad de implementación del proyecto, cumpliendo de esta manera los objetivos planteados al inicio del mismo.
- Se determinó que el sector de ubicación de la empresa es el adecuado debido a la afluencia de personas en el sector y a al movimiento bancario que existe en el sector.
- Financieramente el proyecto es rentable debido a que los ingresos proyectados no solo cubren los costos del proyecto sino dejan utilidad y permiten liquidez en la empresa.

RECOMENDACIONES

- Los indicadores financieros indican que la empresa es viable y que se remendaría la implementación de la misma en la ciudad de Santa Elena para brindar el servicio a las PYMES.
- Fortalecer las estrategias de posicionamiento del mercado, mediante el servicio de calidad constante, con resultados positivos para las PYMES.
- Siempre mantenerse actualizados y no descuidar las leyes y nuevos reglamentos que se puedan dar por parte de las entidades regulatorias como son el Servicio de Rentas Internas, la superintendencia de compañía y el registro mercantil

BIBLIOGRAFÍA

1. BAZZANI, CARMEN – CRUZ, EDUARDO (2008) *Análisis de Riesgo en Proyectos de Inversión*, Universidad Tecnológica de Pereira
2. CERVIÑO FERNÁNDEZ, JULIO (2006) *Marketing Internacional: nuevas perspectivas para un mercado globalizado* de ediciones Pirámide, s.a.
3. CHIAVENATO IDALBERTO, (2005) *Introducción A La Teoría General De La Administración*, Mexico, Editorial: Mcgraw-hill - Edición: 7
4. CHIAVENATO Idalberto (2007) *Administración De Recursos Humanos* Editorial: Mcgraw-hill - Mexico Edición: 8^a
5. DE CASTRO DÍEZ, EMILIO, JOSÉ LUIS GALÁN GONZÁLEZ Y ENRIQUE MARTÍN ARMARIO (2007) *Introducción A La Economía De La Empresa*. Editora Pirámide, Madrid.
6. EVANS (2005) *Administración Y Control De La Calidad* Editorial: Thomson
7. FLOR, GARY. (2006) “Guía para elaborar planes de negocios”. Primera Edición. Quito
8. GARETH JONES R.(2006) *Administración Contemporánea* Editorial: Mcgraw-hill - México Edición: 1^a

9. GRANDE ESTEBAN, ILDEFONSO (2005) Marketing de los servicios Esic editorial
10. HERRERA, EDUARDO, (2007) Riesgos en Proyectos de Inversión: Cómo Enfrentarlos, Cydhem S.A., Primera Edición
11. GRAW HILL, (2005) Metodología de la investigación, Segunda Edición, Madrid
12. HORNGREN - SUNDEM - ELLIOTT,(2005) “Introducción a la Contabilidad Financiera”, Prentice Hall, Séptima Edición.
13. JAIME PEREÑA BRAND, (2005) Dirección y Gestión de proyectos, segunda edición.
14. KOONTZ, HAROLD (2007) Elementos De Administración por Editorial: Mcgraw-hill, México Edición: 7ª
15. KOTLER, PHILIP, (2001) Dirección de Mercadotecnia, Editorial Prentice Hall
16. KOTLER, PHILIP (2006) PAIDOS IBÉRICA, S.A. El marketing según Kotler: como crear, ganar y dominar mercados Editorial Ediciones
17. LAMB, CHARLES W. Y HAIR, JOSEPH (2006) Fundamentos de marketing Editorial Thomson paraninfo, s.a

18. MÉNDEZ EDUARDO (2007) La Economía En La Empresa Editorial: McGraw-Hill, 3ª edición.
19. MIRANDA, JUAN JOSÉ.(2005) Gestión de Proyectos Identificación, Formulación, Evaluación-Financiera-Económica-Social-Ambiental,MM
20. PÉREZ RIOBO, EMILIO (2006) E-marketing: el marketing a través de las nuevas tecnologías Editorial Ideas propias.
21. QUINTANA, MIGUEL ÁNGEL (2005) Principios de marketing Deusto s.a. ediciones.
22. REYES. ALONSO Y A. SERRANO (2008) Economía De La Empresa Agroalimentaria Editorial: Mundi-prensa Edición 3ª.
23. ROBBINS, COULTER, (2005) Administración, octava edición, Pearson Prentice Hall, México.
24. ROBBINS, COULTER(2005) Administración Colección: COLLEGE Editorial: Pearson - México Edición: 8ª.
25. ROBERT MEIGS, JAN WILLIAMS, (2005) “Contabilidad”, Mc Graw Hill, undécima Edición
26. SAINZ DE VICUÑA ANCIN, JOSÉ MARÍA (2006) Plan de marketing en la práctica Editorial: Esic. Edición 10ª

27. SAPAG CHAIN NASSIR, (2006), Preparación y Evaluación de Proyectos, Mc Graw- Hill, cuarta edición, México.
28. SOLOMON R. MICHAEL, (2008). Comportamiento del consumidor, séptima edición, Pesaron Prentice Hall, México.
29. STANTON WILLIAM (2007) Fundamentos De Marketing Editorial: McGraw-Hill 14ª edición.
30. TRES PALACIOS (2005) Investigación de mercados: métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing editorial Thompson paraninfo, s.a.
31. TRES PALACIOS (2006) Fundamentos de marketing turístico editorial Mad, s.l.
32. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES (2009) Contribuciones a la administración, Colombia.
33. VILLARREAL SAMANIEGO JESÚS DACIO (2008) Administración Financiera II, Editorial McGraw-Hill.
34. WELSCH, GLENN A. Y COLS, (2005) Presupuestos Planificación y Control, Pearson Educación, México,

35. CODIFICACIÓN DE LA LEY DE FOMENTO DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA Y ARTESANÍA, ECUADOR Octubre de 1986.
36. CODIFICACIÓN DE LA LEY DE CONSULTORÍA Decreto Ejecutivo 1103, Registro Oficial 204 de 7 de Febrero del 2006.
37. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR 2008
38. LEY DE COMPAÑÍAS, CODIFICACIÓN NO 000. RO/312 DE 5 DE NOVIEMBRE 2009.
39. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DEL ECUADOR, WWW.SUPERCIAS.GOV.EC.

PAGINAS WEB

1. http://www.aero.upm.es/empresas/creacion_empresas_upm/emprendedores.pdf
2. http://www.afi.es/ContentWeb/Afi/sectores/empresas/servicios/inversion/patrimonios/familiares/asesoramiento/financiero/fiscal/contenido_sidN_782448_sidN_781074_cidIL_782433_ctylL_129_utN_1.aspx
3. http://buscador.infoguia.net/Economia__Bancos_y_Seguros/Consultores_Economicos_y_Financieros/
4. <http://www.consultec.com.do/unlimitpages.asp?id=1>
5. <http://www.consultoria-gerencial-empresarial.com/planificación-estratégica-empresarial/>
6. http://www.deloitte.com/view/es_AR/ar/servicios/consultoria/consultoriaeconomica/index.htm
7. <http://www.econometrica.com.ar/>
8. <http://www.elkargi.es/es/productos-servicios/consultoria-economico-financiera/118.aspx>
9. http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa_de_consultor%C3%ADa
10. <http://www.gestionquattro.com/consultoria-empresas-servicios-empresas/2-4-2-4.htm>

11. http://www.hcpse.gov.ec/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=2&Itemid=83
12. http://www.infoempresas.supercias.gov.ec/cognos8/cgi-bin/cognosisapi.dll?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Sector%20Empresarial%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27N%c3%bamero%20de%20Compa%c3%b1%c3%adas%20por%20Variable%27%5d&ui.name=N%c3%bamero%20de%20Compa%c3%b1%c3%adas%20por%20Variable&run.outputFormat=&run.prompt=true
13. <http://www.inverconsulting.com/castellano/quisom.html>
14. http://www.pab.ec/document/MODULO_ELABORACION_PROYECTOS.pdf
15. <http://www.piquerasmolinuevoconsultores.com/>
16. <http://www.proinversion.gob.pe/0/0/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?ARE=0&PFL=0&JER=3965>
17. <http://www.rficonsultores.com>
18. <http://www.unl.edu.ec/juridica/wp-content/uploads/2010/03/Carta-descriptiva-m%C3%B3dulo-10.pdf>
19. <http://www.l2bconsultores.com/?mmod=staticContent&IDf=69>



**ANEXOS I
GUÍA DE OBSERVACIÓN**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**GUÍA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA A LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS
EMPRESARIOS**

No	Acciones a evaluar	REGISTRO DE CUMPLIMIENTO			OBSERVACIONES
		SI	NO	NA	
1	Actitud de interés por los servicios de la consultora/asesora				
2	Motivación por acceder a créditos financieros por parte de los empresarios				
3	Interés por el desarrollo de su negocio				
4	Clientes limitados				
5	Diversificación de ofertas				

Objetivo; Analizar la situación del empresario en relación al negocio

**ANEXOS II
ENCUESTA**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA REALIZADA A LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL
CANTÓN SANTA ELENA.**

1.- ¿A qué actividad se dedica la empresa?

- Manufactura
Pesca
Agricultura
Comercio
Ganadería
Servicios

2.- ¿Indique cual es la ubicación de su empresa?

- | | | | | | |
|-------------|--------------------------|-------------|--------------------------|-----------|--------------------------|
| Santa Elena | <input type="checkbox"/> | Manglaralto | <input type="checkbox"/> | Colonche | <input type="checkbox"/> |
| San Pablo | <input type="checkbox"/> | Atahualpa | <input type="checkbox"/> | Cadeate | <input type="checkbox"/> |
| Ancón | <input type="checkbox"/> | Palmar | <input type="checkbox"/> | San Pedro | <input type="checkbox"/> |
| Chanduy | <input type="checkbox"/> | Monteverde | <input type="checkbox"/> | Montañita | <input type="checkbox"/> |

3.- ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?

Propietario

Administrador

4.- ¿Según la formación de su pyme en qué tipo de organización la ubica usted?

- Persona natural
Persona jurídica

5.- ¿Lleva registro de las operaciones diarias de su empresa o negocio?

SI NO

6.- ¿Las personas que laboran en la empresa se encuentran registrados en el Ministerio de Relaciones Laborales y en el IESS?

SI NO

7.- ¿En los últimos tres años su empresa ha implementado o mejorado su oferta?

SI NO

8.- ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta su empresa para implementar nuevos servicios o productos?

Acceso a créditos
Problemas financieros
Administrativos
Otros

9.- ¿Usted accedió a algún crédito otorgado por entidades financieras para potenciar su negocio?

SI NO

10.- ¿En los créditos solicitados en las instituciones financieras, cuál ha sido el monto concedido?

Desde \$500 a \$2000
Entre \$2000 y \$5000
Entre \$5000 y \$10000
Más de \$10.000

11.- ¿De las siguientes opciones, cuáles fueron las dificultades para acceder al crédito?

Garantías
Presentación de proyectos
Central de riesgos
Otros

12.- ¿Con qué frecuencia accedió a este tipo de financiamientos en los últimos 5 años?

1 a 2 veces
3 a 4 veces
Más de 5

13.- ¿Indique quien elabora los proyectos para presentar a las instituciones financieras para acceder al crédito?

Usted mismo

Contador
Empresa especializada

14.- ¿Indique la manera que realiza habitualmente la presupuestación financiera de su empresa?

Usted mismo
Contador
Empresa especializada
No la Hizo

15.- ¿Usted cuenta con la información necesaria que le permita obtener forma de financiamiento en las instituciones financieras?

SI NO

16.- ¿Contrataría los servicios de una empresa consultora/asesora que le facilite las herramientas para conseguir algún tipo de financiamiento?

SI NO

17.- ¿A qué clase de servicio le gustaría acceder para desarrollar su negocio?

Estudios de mercados
Capacitaciones
Estudios financieros
Asesoramiento empresarial

18.- ¿De las siguientes opciones como le gustaría que fuese la forma de pago del servicio?

3% monto del crédito
5% monto del crédito

**ANEXOS III
ENTREVISTA**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENTREVISTA REALIZADA AL DIRECTOR DEL MIPRO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, Y AL GERENTE DEL BANCO DEL FOMENTO – SANTA ELENA, CON EL OBJETO DE INDAGAR SOBRE EL APOYO QUE BRINDAN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS A LA PYMES.

- ¿Existen proyectos que impulsen el desarrollo de las PYMES en Santa Elena?
- ¿Las PYMES cuentan con un fondo económico para su crecimiento?
- ¿Cómo apoya las instituciones financieras del estado a las PYMES?
- ¿Cree usted que Santa Elena debe contar con una empresa especializada en la elaboración de proyectos financieros?

ANEXO IV

ENTREVISTAS

Tecnólogo Ricardo Camacho

Director del MIPRO en la Provincia de Santa Elena

1. ¿Existen proyectos que impulsen el desarrollo de las PYMES en Santa Elena?

El gobierno actual, a través del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO ha presentado oficialmente un “Proyecto Integral para el Fomento Productivo y Competitivo para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas”. Este programa tiene como objetivo contribuir a mejorar las condiciones y capacidades de las micro, pequeñas, medianas empresas y artesanos del Ecuador. Además, las acciones ejecutadas por FONDEPYME Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, buscan de manera integral apoyar a los pequeños y medianos empresarios en sus proyectos. Su meta es potenciar el crecimiento tanto de PYMES individuales como de grupos asociativos, empresas manufactureras y empresas de servicios, procurando siempre la generación de valor agregado en su producción y la generación de empleo.

El gobierno ha impulsado en los últimos años varios mecanismos para el fomento de las pequeñas y medianas empresas PYMES como por ejemplo las compras inclusivas, asistencia técnica, capacitación y financiamiento. Como una herramienta para el fomento y desarrollo de las PYMES y artesanos, se ha creado el Sistema Nacional de Apoyo al Emprendimiento, Emprende Ecuador, el cual a pesar de su reciente creación ya es un referente de apoyo tanto en Ecuador como en América Latina. Para las PYMES que ya están en fase de crecimiento maduro, se ha creado Innova Ecuador, que es un mecanismo para que las empresas tengan la oportunidad de generar productos basados en nuevos conocimientos, para

acceder a otros mercados, mejorar su productividad y mejorar su oferta exportable.

2. *¿Las PYMES cuentan con un fondo económico para su crecimiento?*

Existe el FONDO PYME, que es un instrumento que busca 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, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas.

ENTREVISTA 2

Ingeniero Ricardo Rivas

Gerente del banco del Fomento – Santa Elena

1. *¿Cómo apoya las instituciones financieras del estado a las PYMES?*

Las instituciones financieras como el banco de Fomento y la Corporación Nacional de Fomento, apoyan a las PYMES al facilitar el acceso al financiamiento a las micro, pequeñas y medianas empresas en condiciones y plazos competitivos, impulsa la recuperación económica en las zonas afectadas por desastres naturales mediante el otorgamiento de crédito en condiciones preferenciales y esquemas crediticios no tradicionales, a las PYMES que hayan interrumpido la actividad económica, apoyan a las PYMES en el diagnóstico de sus necesidades de financiamiento y en la gestión para obtenerlo, financian proyectos de inversión que fortalezcan la competitividad de las PYMES; como medio para detonar la creación y conservación de empleos y el desarrollo regional, otorgan apoyos

destinados a difundir y promover los esquemas y mecanismos para el desarrollo de la productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante el acceso a distintas expos y eventos. Asimismo apoya la formación y consolidación de los emprendedores, con la participación del sector empresarial y diversas instituciones públicas y privadas.

2. *¿Cree usted que Santa Elena debe contar con una empresa especializada en la elaboración de proyectos financieros?*

Es importante la existencia de una empresa especializada en proyectos financieros en Santa Elena, considerando que los empresarios de las PYMES se limitan para obtener un crédito financiero por no tener las competencias técnicas en la realización de los mismos; estos centros de otorgamiento de servicios para PYMES, realizan la gestión de manera integral, accesible, ágil y oportuna, de acuerdo con su tamaño y potencial, en un solo lugar, a través de estas empresas especializadas las PYMES y los emprendedores tendrán acceso a más y mejores opciones de financiamiento, con instrumento que permitirá a las PYMES ser más rentables y productivas, mediante la identificación de programas de intervención empresarial especializada, dirigida a una o varias de las áreas sustantivas de la empresa.

ANEXOS V

INSTRUCTIVO PARA CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA ANÓNIMA

Los requisitos para el Nombre y la Solicitud de Aprobación de las compañías anónimas son aplicables de acuerdo a lo establecido en los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada.

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas. Si contratare compañía una institución de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública (semipública), por excepción, puede formarse una compañía de esta especie con esa sola entidad.

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción.

Sin embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo objeto sea la explotación de los servicios de transporte aéreo interno o internacional, se requerirá que tal compañía específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el monto señalado por la Ley de Compañías para las sociedades anónimas.

ABREVIATURAS

ACCE	Asociación de Compañías Consultoras del Ecuador
CAPIG	Cámara de la Pequeña Industria del Guayas
CFN	Corporación Financiera Nacional
IESS	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
IFIs	Instituciones Financieras
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
MIPYMES	Micro Pequeñas y Medianas Empresas
MIPRO	Ministerio de Industrias y Productividad.
PERT-CPM	Evaluación de programa y técnica de revisión y método de ruta crítica
PIB	Producto Interno Bruto
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
PRC	Periodo de Recuperación de Capital
TIR	Tasa Interna de Retorno
VPN	Valor Presente Neto