



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE ASESORÍA FINANCIERA ENFOCADA EN EL  
SECTOR AGROPECUARIO Y ARTESANAL DEL CANTÓN  
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADO EN FINANZAS**

**AUTOR:**

**CARLOS JOEL FIGUEROA CAMPAÑA**

Riobamba – Ecuador

2022



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE ASESORÍA FINANCIERA ENFOCADA EN EL  
SECTOR AGROPECUARIO Y ARTESANAL DEL CANTÓN  
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADO EN FINANZAS**

**AUTOR:** CARLOS JOEL FIGUEROA CAMPAÑA

**DIRECTOR:** Ing. PhD. JUAN ALBERTO ÁVALOS REYES

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Carlos Joel Figueroa Campaña

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Carlos Joel Figueroa Campaña, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 26 de octubre de 2022



**Carlos Joel Figueroa Campaña**

**C.I.: 220029175-1**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN EL SECTOR AGROPECUARIO Y ARTESANAL DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**, realizado por el señor: **CARLOS JOEL FIGUEROA CAMPAÑA**, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

**FIRMA**

**FECHA**

Ing. Katherin Alejandra Carrera Silva  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



2022-10-26

Ph.D. Juan Alberto Ávalos Reyes  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**



2022-10-26

Ing. Ángel Eduardo Rodríguez Solarte  
**ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**



2022-10-26

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de Integración Curricular está dedicado principalmente a mis padres Carlos y Fany, por su amor, trabajo y sacrificio durante mi proceso de formación. A mis Hermanos(as), Sandra, Dennis, Richar y Damian por su apoyo incondicional. A mi tía Marisol, quien considero mi segunda madre, por escucharme y estar siempre pendiente. A una persona especial que siempre estuvo a mi lado, siendo un pilar donde me podía arrimar en momentos difíciles. Todos quienes han sido parte fundamental para el desarrollo de esta investigación y son los principales protagonistas de este sueño alcanzado. Y finalmente, a toda mi familia que me brindó su apoyo.

Carlos

## **AGRADECIMIENTO**

El agradecimiento en primera instancia es a Dios por brindarme la fuerza y la voluntad de continuar. Agradezco de corazón a mis padres, hermanos(as) por ser la motivación de cada mañana durante este proceso formativo, a mi tía querida y toda mi familia por su apoyo y aliento. Por otro lado, de mi persona hacia la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, carrera Finanzas, solo existe gratitud, por abrirme las puertas y darme la oportunidad de formarme y obtener una profesión para servir a la sociedad. A todos los docentes que dedicaron su tiempo a alimentarme de conocimientos durante todo el proceso académico, principalmente a mi director el Ing. Juan Alberto Ávalos y asesor al Ing. Eduardo Rodríguez quienes me guiaron con mucha amabilidad y paciencia por el correcto desarrollo del presente Trabajo de Integración Curricular.

Carlos

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xviii
RESUMEN.....	xix
ABSTRACT .....	xx
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Planteamiento del Problema .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1.1. Limitaciones y delimitaciones:.....</b>	<b>4</b>
<i>1.1.1.1. Limitaciones .....</i>	<i>4</i>
<i>1.1.1.2. Limitaciones atribuibles al investigador.....</i>	<i>4</i>
<b>1.1.2. Delimitaciones .....</b>	<b>5</b>
<i>1.1.2.1. Delimitación espacial.....</i>	<i>5</i>
<i>1.1.2.2. Delimitación Temporal .....</i>	<i>5</i>
<i>1.1.2.3. Delimitación del Universo .....</i>	<i>5</i>
<i>1.1.2.4. Delimitación del Contenido .....</i>	<i>5</i>
<b>1.2. Problema General de Investigación.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3. Problemas específicos de investigación .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4. Objetivos .....</b>	<b>6</b>
<i>1.4.1. Objetivo General.....</i>	<i>6</i>
<i>1.4.2. Objetivos Específicos.....</i>	<i>6</i>
<b>1.5. Justificación .....</b>	<b>6</b>
<i>1.5.1. Justificación Teórica.....</i>	<i>6</i>
<i>1.5.2. Justificación Metodológica.....</i>	<i>7</i>
<i>1.5.2.1. Enfoque de investigación .....</i>	<i>7</i>
<i>1.5.2.2. Nivel de Investigación.....</i>	<i>7</i>
<i>1.5.2.3. Método .....</i>	<i>7</i>
<i>1.5.2.4. Diseño .....</i>	<i>8</i>
<i>1.5.2.5. Tipo de estudio .....</i>	<i>8</i>
<i>1.5.3. Justificación Práctica.....</i>	<i>8</i>
<b>1.6. Idea a defender .....</b>	<b>8</b>



<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>9</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1. Antecedentes de investigación .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2. Referencias Teóricas .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2.1. ¿Qué es un proyecto? .....</b>	<b>10</b>
2.2.1.1. <i>Tipos de proyectos .....</i>	10
2.2.1.2. <i>Elementos de un proyecto .....</i>	11
2.2.1.3. <i>Estructura del proyecto.....</i>	11
<b>2.2.2. Estudio de Mercado.....</b>	<b>12</b>
2.2.2.1. <i>¿Qué es Estudio de Mercado? .....</i>	12
2.2.2.2. <i>Importancia del Estudio de Mercado.....</i>	12
2.2.2.3. <i>Tipos de Estudio de Mercado.....</i>	12
2.2.2.4. <i>Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU).....</i>	13
2.2.2.5. <i>Mercado Objetivo.....</i>	13
2.2.2.6. <i>Métodos del Estudio de Mercado.....</i>	13
2.2.2.7. <i>Muestreo.....</i>	14
2.2.2.8. <i>Oferta .....</i>	15
2.2.2.9. <i>Demanda .....</i>	15
2.2.2.10. <i>Ley de la Oferta y la Demanda .....</i>	16
2.2.2.11. <i>Competencia.....</i>	16
2.2.2.12. <i>Promoción.....</i>	16
2.2.2.13. <i>Métodos de análisis para plantear modelos de negocios viables .....</i>	17
<b>2.2.3. Estudio Técnico.....</b>	<b>17</b>
2.2.3.1. <i>Tamaño del proyecto.....</i>	17
2.2.3.2. <i>Estimación de capacidad .....</i>	17
2.2.3.3. <i>Localización .....</i>	18
2.2.3.4. <i>Métodos de localización.....</i>	18
2.2.3.5. <i>Ingeniería del proyecto .....</i>	18
2.2.3.6. <i>Proceso de producción.....</i>	18
2.2.3.7. <i>Flujogramas .....</i>	18
<b>2.2.4. Estudio Legal.....</b>	<b>19</b>
2.2.4.1. <i>Persona Jurídica .....</i>	19
2.2.4.2. <i>Régimen económico .....</i>	19
2.2.4.3. <i>Ley de Compañía .....</i>	19
<b>2.2.5. Estudio Organizacional.....</b>	<b>19</b>
2.2.5.1. <i>Objetivos empresariales.....</i>	19

2.2.5.2. Valores organizacionales.....	19
2.2.5.3. Tipos de Estructura organizacional.....	19
2.2.5.4. Manual de funciones .....	20
<b>2.2.6. Estudio Financiero y Económico .....</b>	<b>20</b>
2.2.6.1. Inversión.....	20
2.2.6.2. Capital de trabajo .....	20
2.2.6.3. Financiamiento .....	21
2.2.6.4. Capital social .....	22
2.2.6.5. Presupuestos .....	22
2.2.6.6. Punto de Equilibrio.....	22
2.2.6.7. Estado de resultado.....	22
2.2.6.8. Flujo neto de caja.....	23
2.2.6.9. Herramientas para conocer la viabilidad de un proyecto .....	23
2.2.6.10. Relación beneficio costo .....	23
2.2.6.11. Costo de oportunidad.....	24
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>25</b>
<b>3. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1. Enfoque de investigación .....</b>	<b>25</b>
<b>3.2. Nivel de Investigación .....</b>	<b>25</b>
3.2.1. Nivel Exploratorio .....	25
3.2.2. Nivel descriptivo .....	25
<b>3.3. Diseño de investigación .....</b>	<b>25</b>
3.3.1. Según la manipulación o no de la variable independiente.....	25
3.3.2. Según las intervenciones en el trabajo de campo .....	26
<b>3.4. Tipo de estudio .....</b>	<b>26</b>
3.4.1. Estudio documental.....	26
3.4.2. Estudio de Campo .....	26
<b>3.5. Población, planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra .....</b>	<b>26</b>
3.5.1. Población.....	26
3.5.2. Selección.....	27
3.5.3. Muestra.....	27
3.5.3.1. Cálculo de la muestra de la población agropecuaria.....	28
3.5.3.2. Cálculo de la muestra de la población artesanal .....	28
<b>3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación .....</b>	<b>29</b>
3.6.1. Métodos de Investigación.....	29

3.6.1.1. Inductivo.....	29
3.6.1.2. Deductivo .....	29
3.6.1.3. Analítico .....	29
<b>3.6.2. Técnicas de investigación.....</b>	<b>29</b>
3.6.2.1. Encuestas .....	29
<b>3.6.3. Instrumentos de Investigación.....</b>	<b>30</b>
3.6.3.1. Test para la encuesta .....	30
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>31</b>
<b>4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1. Análisis e interpretación de los resultados.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1.1. Análisis e interpretación de datos del sector Agropecuario.....</b>	<b>31</b>
4.1.1.1. Género de la población Agropecuaria.....	31
4.1.1.2. ¿Le gustaría un servicio que analice y evalúe sus proyectos de inversión y determine si es viable?.....	32
4.1.1.3. ¿Le gustaría que le ayuden a comparar (tasas, costos) y elegir la mejor institución financiera (Banco, cooperativas) para solicitar su préstamo?.....	33
4.1.1.4. ¿Le gustaría un servicio que le guíe adecuadamente para invertir el dinero prestado por la entidad financiera o fondos propios?.....	34
4.1.1.5. ¿Le gustaría recibir capacitaciones sobre cómo invertir sus ahorros en bienes raíces, cupones, fondos del Estado, bolsa de valores nacionales y extranjeras, acciones de empresas, entre otras? .....	35
4.1.1.6. ¿Está de acuerdo que se cree una Empresa que le brinde este tipo y otros servicios financieros, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo? .....	36
4.1.1.7. ¿Estaría dispuesto a pagar un pequeño costo por la prestación de estos servicios? ....	37
4.1.1.8. ¿En qué parte de la ciudad de Riobamba le gustaría que esté ubicada la Empresa? ...	38
4.1.1.9. ¿Por qué medios de comunicación estaría dispuesto a recibir información referente a los servicios que oferta la Empresa? .....	39
<b>4.1.2. Análisis de datos del sector Artesanal .....</b>	<b>40</b>
4.1.2.1. Género de la población del sector Artesanal.....	40
4.1.2.2. ¿Le gustaría un servicio que analice y evalúe sus proyectos de inversión y determine si es viable?.....	41
4.1.2.3. ¿Le gustaría que le ayuden a comparar (tasas, costos) y elegir la mejor institución financiera (Banco, cooperativas) para solicitar su préstamo?.....	42
4.1.2.4. ¿Le gustaría un servicio que le guíe adecuadamente para invertir el dinero prestado por la entidad prestamista o fondos propios?.....	43

4.1.2.5. ¿Le gustaría recibir capacitaciones sobre cómo invertir sus ahorros en bienes raíces, cupones, fondos del Estado, bolsa de valores nacionales y extranjeras, acciones de empresas, entre otras? .....	44
4.1.2.6. ¿Está de acuerdo que se cree una Empresa que le brinde este tipo y otros servicios financieros, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo? .....	45
4.1.2.7. ¿Estaría dispuesto a pagar un pequeño costo por la prestación de estos servicios? ....	46
4.1.2.8. ¿En qué parte de la ciudad de Riobamba le gustaría que esté ubicada la Empresa? ...	47
4.1.2.9. ¿Por qué medios de comunicación estaría dispuesto a recibir información referente al portafolio de servicios que oferta la Empresa? .....	48
<b>4.2. Sustento de los resultados obtenidos .....</b>	<b>49</b>

## CAPÍTULO V

<b>5. MARCO PROPOSITIVO .....</b>	<b>50</b>
<b>5.1. Propuesta .....</b>	<b>50</b>
<b>5.2. Objetivo de la propuesta.....</b>	<b>50</b>
<b>5.3. Desarrollo.....</b>	<b>50</b>
<b>5.3.1. Estudio de Mercado.....</b>	<b>50</b>
5.3.1.1. Descripción de los servicios.....	50
5.3.1.2. Clasificación Internacional Industrial Uniforme.....	51
5.3.1.3. Necesidad que satisface .....	51
5.3.1.4. Características de los servicios .....	51
5.3.1.5. Servicios principales y secundarios.....	51
5.3.1.6. Área de Mercado.....	52
5.3.1.7. Análisis de la oferta .....	54
5.3.1.8. Análisis de la Demanda Insatisfecha .....	56
5.3.1.9. Participación en el Mercado.....	56
5.3.1.10. Marca.....	57
5.3.1.11. Canales de distribución.....	58
5.3.1.12. Precio de los servicios .....	58
5.3.1.13. Promoción.....	58
5.3.1.14. Modelo CANVAS.....	60
<b>5.3.2. Estudio Técnico.....</b>	<b>61</b>
5.3.2.1. Tamaño del proyecto.....	61
5.3.2.2. Localización.....	61
5.3.2.3. Ingeniería del proyecto .....	62
5.3.2.4. Necesidades.....	64

5.3.2.5. <i>Diseño del proyecto</i> .....	68
5.3.2.6. <i>Arrendamiento</i> .....	68
5.3.2.7. <i>Marketing</i> .....	69
<b>5.3.3. <i>Estudio Legal</i></b> .....	<b>70</b>
5.3.3.1. <i>Persona Jurídica</i> .....	70
5.3.3.2. <i>Régimen Económico</i> .....	70
5.3.3.3. <i>Ley de Compañías</i> .....	70
5.3.3.4. <i>Constitución de la Empresa</i> .....	71
5.3.3.5. <i>Minuta de Constitución de sociedades</i> .....	71
5.3.3.6. <i>Requisitos para constituir una Empresa</i> .....	76
<b>5.3.4. <i>Estudio Organizacional</i></b> .....	<b>77</b>
5.3.4.1. <i>Descripción de la Empresa</i> .....	77
5.3.4.2. <i>Objetivos de la Empresa</i> .....	78
5.3.4.3. <i>Valores Organizacionales</i> .....	78
5.3.4.4. <i>Estructura Organizacional</i> .....	78
5.3.4.5. <i>Manual de Funciones y Responsabilidades</i> .....	79
<b>5.3.5. <i>Estudio Financiero</i></b> .....	<b>81</b>
5.3.5.1. <i>Calendario de Inversiones</i> .....	81
5.3.5.2. <i>Capital de trabajo</i> .....	81
5.3.5.3. <i>Inversión y Financiamiento</i> .....	82
5.3.5.4. <i>Capital Social</i> .....	82
5.3.5.5. <i>Uso y Fuentes de Financiamiento</i> .....	83
5.3.5.6. <i>Tablas de Amortización</i> .....	84
5.3.5.7. <i>Depreciaciones y Amortizaciones</i> .....	85
5.3.5.8. <i>Presupuesto de Gastos de Operación</i> .....	86
5.3.5.9. <i>Rol de Pagos</i> .....	87
5.3.5.10. <i>Rol de Provisiones</i> .....	87
5.3.5.11. <i>Presupuesto de Ventas</i> .....	88
5.3.5.12. <i>Punto de Equilibrio</i> .....	90
5.3.5.13. <i>Estado de resultados Proyectado</i> .....	92
<b>5.3.6. <i>Estudio Económico</i></b> .....	<b>93</b>
5.3.6.1. <i>Flujos Netos de caja</i> .....	93
5.3.6.2. <i>Tasa de Descuentos</i> .....	93
5.3.6.3. <i>Valor Actual Neto (VAN)</i> .....	94
5.3.6.4. <i>Relación beneficio costo</i> .....	94
5.3.6.5. <i>Tasa Interna de Retorno</i> .....	94
5.3.6.6. <i>Costo de oportunidad</i> .....	95

5.3.6.7. <i>Periodo de Recuperación o Payback</i> .....	95
<b>5.4. Factibilidad</b> .....	<b>95</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>96</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>98</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-3:</b> Población de Estudio .....	27
<b>Tabla 1-4:</b> Frecuencia del Género poblacional .....	31
<b>Tabla 2-4:</b> Frecuencia de aceptación del servicio de evaluación de proyectos.....	32
<b>Tabla 3-4:</b> Frecuencia de aceptación del servicio .....	33
<b>Tabla 4-4:</b> Frecuencia de aceptación del servicio .....	34
<b>Tabla 5-4:</b> Frecuencia de aceptación del servicio .....	35
<b>Tabla 6-4:</b> Frecuencia de aceptación para la creación de una Empresa Asesora .....	36
<b>Tabla 7-4:</b> Frecuencia de aceptación de costo por los servicios .....	37
<b>Tabla 8-4:</b> Ubicación de la Empresa asesora .....	38
<b>Tabla 9-4:</b> Selección de medios de comunicación .....	39
<b>Tabla 10-4:</b> Género poblacional del sector Artesanal .....	40
<b>Tabla 11-4:</b> Aceptación del servicio .....	41
<b>Tabla 12-4:</b> Frecuencia de aceptación del servicio .....	42
<b>Tabla 13-4:</b> Frecuencia de aceptación del servicio .....	43
<b>Tabla 14-4:</b> Frecuencia de aceptación del servicio .....	44
<b>Tabla 15-4:</b> Frecuencia de aceptación para la creación de una Empresa asesora .....	45
<b>Tabla 16-4:</b> Frecuencia de aceptación de pago por los servicios .....	46
<b>Tabla 17-4:</b> Frecuencia de selección del sector a ubicarse la Empresa.....	47
<b>Tabla 18-4:</b> Frecuencia de los medios de comunicación más utilizados.....	48
<b>Tabla 1-5:</b> Clasificación Internacional Industrial Uniforme .....	51
<b>Tabla 2-5:</b> Servicios principales y secundarios.....	51
<b>Tabla 3-5:</b> Estimación de la demanda .....	52
<b>Tabla 4-5:</b> Consumo aparente .....	53
<b>Tabla 5-5:</b> Cálculo de proyección de la demanda .....	54
<b>Tabla 6-5:</b> Estimación de la oferta .....	54
<b>Tabla 7-5:</b> Crecimiento Empresarial .....	55
<b>Tabla 8-5:</b> Cálculo de la proyección de la oferta .....	56
<b>Tabla 9-5:</b> Cálculo de la demanda insatisfecha.....	56
<b>Tabla 10-5:</b> Participación en el Mercado .....	57
<b>Tabla 11-5:</b> Precios de los servicios.....	58
<b>Tabla 12-5:</b> Modelo CANVAS .....	60
<b>Tabla 13-5:</b> Estimación de capacidad de atención .....	61
<b>Tabla 14-5:</b> Procedimiento.....	62
<b>Tabla 15-5:</b> Simbología.....	63

<b>Tabla 16-5:</b> Proceso de emisión de los servicios .....	<b>63</b>
<b>Tabla 17-5:</b> Sueldos y salarios .....	<b>64</b>
<b>Tabla 18-5:</b> Beneficios sociales .....	<b>64</b>
<b>Tabla 19-5:</b> Equipos de cómputo .....	<b>65</b>
<b>Tabla 20-5:</b> Mobiliario.....	<b>65</b>
<b>Tabla 21-5:</b> Materiales de limpieza.....	<b>66</b>
<b>Tabla 22-5:</b> Servicios básicos .....	<b>66</b>
<b>Tabla 23-5:</b> Útiles de oficina.....	<b>67</b>
<b>Tabla 24-5:</b> Gastos de constitución.....	<b>67</b>
<b>Tabla 25-5:</b> Arriendo.....	<b>68</b>
<b>Tabla 26-5:</b> Instalaciones .....	<b>69</b>
<b>Tabla 27-5:</b> Gastos en Publicidad y promoción .....	<b>69</b>
<b>Tabla 28-5:</b> Manual de funciones Gerente .....	<b>79</b>
<b>Tabla 29-5:</b> Manual de funciones atención al cliente.....	<b>80</b>
<b>Tabla 30-5:</b> Calendario de inversiones.....	<b>81</b>
<b>Tabla 31-5:</b> Capital de trabajo.....	<b>81</b>
<b>Tabla 32-5:</b> Inversión .....	<b>82</b>
<b>Tabla 33-5:</b> Financiamiento .....	<b>82</b>
<b>Tabla 34-5:</b> Resumen de la Inversión .....	<b>82</b>
<b>Tabla 35-5:</b> Fuentes de financiamiento.....	<b>83</b>
<b>Tabla 36-5:</b> Amortización del financiamiento “BanEcuador” .....	<b>84</b>
<b>Tabla 37-5:</b> Amortización del Financiamiento "Pichincha" .....	<b>84</b>
<b>Tabla 38-5:</b> Depreciaciones y Amortizaciones .....	<b>85</b>
<b>Tabla 39-5:</b> Presupuesto de gastos operativos .....	<b>86</b>
<b>Tabla 40-5:</b> Rol de Pagos .....	<b>87</b>
<b>Tabla 41-5:</b> Rol de provisiones .....	<b>87</b>
<b>Tabla 42-5:</b> Identificación de servicios .....	<b>88</b>
<b>Tabla 43-5:</b> Presupuesto de ventas.....	<b>88</b>
<b>Tabla 44-5:</b> Escenario Optimista.....	<b>89</b>
<b>Tabla 45-5:</b> Escenario Normal .....	<b>89</b>
<b>Tabla 46-5:</b> Escenario Pesimista .....	<b>89</b>
<b>Tabla 47-5:</b> Presupuesto de gastos de operación.....	<b>90</b>
<b>Tabla 48-5:</b> Equilibrio en Unidades y Dólares.....	<b>91</b>
<b>Tabla 49-5:</b> Punto de Equilibrio.....	<b>91</b>
<b>Tabla 50-5:</b> Estado de resultados proyectado.....	<b>92</b>
<b>Tabla 51-5:</b> Flujos netos de caja .....	<b>93</b>
<b>Tabla 52-5:</b> Tasa de descuento.....	<b>93</b>



<b>Tabla 53-5:</b> Valor Actual Neto (VAN) .....	<b>94</b>
<b>Tabla 54-5:</b> Relación beneficio - costo .....	<b>94</b>
<b>Tabla 55-5:</b> Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	<b>94</b>
<b>Tabla 56-5:</b> Costo de oportunidad.....	<b>95</b>
<b>Tabla 57-5:</b> Payback .....	<b>95</b>
<b>Tabla 58-5:</b> Resumen de resultados de factibilidad .....	<b>95</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1-4:</b> Resultados del Género poblacional.....	<b>31</b>
<b>Ilustración 2-4:</b> Resultados de aceptación del servicio de evaluación de proyectos .....	<b>32</b>
<b>Ilustración 3-4:</b> Resultados de aceptación del servicio.....	<b>33</b>
<b>Ilustración 4-4:</b> Resultados de aceptación del servicio.....	<b>34</b>
<b>Ilustración 5-4:</b> Resultados de aceptación del servicio.....	<b>35</b>
<b>Ilustración 6-4:</b> Resultados de aceptación de la creación de una empresa de asesoría.....	<b>36</b>
<b>Ilustración 7-4:</b> Resultados de aceptación del costo por los servicios.....	<b>37</b>
<b>Ilustración 8-4:</b> Resultados del sector a ubicarse la Empresa asesora .....	<b>38</b>
<b>Ilustración 9-4:</b> Resultados sobre los medios de comunicación más usados.....	<b>39</b>
<b>Ilustración 10-4:</b> Resultados del género del sector artesanal.....	<b>40</b>
<b>Ilustración 11-4:</b> Resultados de aceptación del servicio.....	<b>41</b>
<b>Ilustración 12-4:</b> Resultados de aceptación del servicio.....	<b>42</b>
<b>Ilustración 13-4:</b> Resultados de aceptación del servicio.....	<b>43</b>
<b>Ilustración 14-4:</b> Resultados de aceptación del servicio.....	<b>44</b>
<b>Ilustración 15-4:</b> Resultados de aceptación para la creación de Empresa asesora .....	<b>45</b>
<b>Ilustración 16-4:</b> Resultados de aceptación para el pago por los servicios .....	<b>46</b>
<b>Ilustración 17-4:</b> Resultados del sector para ubicarse la Empresa.....	<b>47</b>
<b>Ilustración 18-4:</b> Resultados de los medios que usa la población estudiada .....	<b>48</b>
<b>Ilustración 1-5:</b> Logo de ASF S. A.....	<b>57</b>
<b>Ilustración 2-5:</b> Macrolocalización.....	<b>61</b>
<b>Ilustración 3-5:</b> Microlocalización .....	<b>62</b>
<b>Ilustración 4-5:</b> Distribución física del espacio .....	<b>68</b>
<b>Ilustración 5-5:</b> Jerarquía Organizacional .....	<b>79</b>
<b>Ilustración 6-5:</b> Punto de Equilibrio .....	<b>91</b>

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A: MODELO DE ENCUESTA**

## RESUMEN

El objetivo del presente trabajo fue el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de asesoría financiera enfocada al sector Agropecuario y Artesanal, con el fin de orientar y dinamizar la economía local en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. Estudio que surge a través de la identificación de un problema en la sociedad, el cual está relacionado con los bajos niveles de conocimientos financieros detectados en la comunidad. El desarrollo de la indagación se estableció mediante un proceso metodológico que implica la obtención de información necesaria del segmento objetivo, mismo que se compone por 20.249 agropecuarios y 7.680 artesanos, aplicándose técnicas y herramientas como el cuestionario para estructurar la encuesta y proceder al levante de información, destacando que la población estudiada manifestó que sería de mucha ayuda unas oficinas donde brinden apoyo a estos sectores que son vulnerables ante temas financieros. Para el desarrollo de la propuesta se usó un Estudio de Mercado, Técnico, Legal, Organizacional, Financiero y Económico, mismos que proporcionaron información relevante para evaluar el proyecto y determinar si es factible, de tal manera, que se obtuvo resultados favorables, como un Valor Actual Neto (VAN) de \$21.865,00 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 35%. Demostrando que el presente estudio recuperará su inversión y obtendrá ganancias satisfactorias y a la vez, siendo atractivo para los inversionistas, por lo tanto, el estudio desarrollado es factible que se implemente en la sociedad. Se recomienda tener presente la demanda y realizar ajustes prudentes en los precios para beneficio futuro de la empresa.

**Palabras clave:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <ASESORÍA FINANCIERA>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <RENTABILIDAD>, <VALOR ACTUAL NETO (VAN)>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>.




09-11-2022

2113-DBRA-UTP-2022

## ABSTRACT

The objective of this work was the development of a feasibility study for the creation of a financial advisory company focused on the agricultural and artisanal sector, in order to guide and boost the local economy in the canton of Riobamba, province of Chimborazo. This study arises from the identification of a problem in society, which is related to the low levels of financial knowledge detected in the community. The development of the research was established through a methodological process that involves obtaining the necessary information from the target segment, which is composed of 20,249 farmers and 7,680 artisans, applying techniques and tools such as the questionnaire to structure the survey and proceed to the collection of information, highlighting that the population studied stated that it would be very helpful to have offices to provide support to these sectors that are vulnerable to financial issues. For the development of the proposal, a Market, Technical, Legal, Organizational, Financial and Economic Study was used, which provided relevant information to evaluate the project and determine if it is feasible, in such a way that favorable results were obtained, such as a Net Present Value (NPV) of \$21,865.00 and an Internal Rate of Return (IRR) of 35%. Demonstrating that the present study will recover its investment and obtain satisfactory profits and at the same time, being attractive for investors, therefore, the developed study is feasible to be implemented in the company. It is recommended to keep in mind the demand and make prudent adjustments in prices for the future benefit of the company.

**Key words:** <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <FINANCIAL CONSULTANCY>, <FACTUALITY STUDY>, <PROFITABILITY>, <NET CURRENT VALUE (NPV)>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>, <RIOBAMBA (CANTON)>.



Lic. Viviana Vanessa Yanez Valle Msc.

C.I.: 0201571411

## INTRODUCCIÓN

Estudios han demostrado que los recursos financieros son tan necesarios para sobrevivir en una sociedad que evoluciona constantemente, y demanda poseer ingresos económicos diariamente para hacer frente a las penurias y adaptarse a las condiciones. Por tal motivo, surge la necesidad de contar con conocimientos financieros o por lo menos, conocer lo básico, para administrar de la mejor forma los recursos económicos, mantener sus ingresos y crear otras fuentes. Motivo por el cual se pretende CREAR UNA EMPRESA DE ASESORÍA FINANCIERA ENFOCADA EN EL SECTOR AGROPECUARIO Y ARTESANAL DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, con el objetivo de asesorar a la sociedad en el manejo de sus recursos económicos, y a la vez promover el desarrollo económico del país.

El presente estudio, parte de un problema que se detectó en la sociedad, mismo que se divide en planteamiento, formulación y sistematización para brindar un mejor enfoque y comprensión, acto seguido, se establece un objetivo general y varios específicos. El contexto planteado se justifica de manera teórica, metodológica y práctica demostrando las razones para la elaboración de la presente investigación.

El capítulo II, comprende una exhaustiva investigación bibliográfica con el objetivo de construir un marco teórico apegado a un esquema que encamine el desarrollo del presente estudio, que proporcione la información necesaria para enfocarse en el planteamiento original y disminuir el riesgo de sesgos, conduciendo a detectar las diversas alternativas a utilizarse en cada tema y subtema que abarca la indagación.

El capítulo III, proporciona la metodología utilizada en el desarrollo del trabajo, compuesto por un enfoque, nivel, diseño y tipo de investigación, identificando del mismo modo, el segmento poblacional, las técnicas, métodos e instrumentos que sirvieron como apoyo, para la recolección de información.

Capítulo IV, detalla el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, a través, de la herramienta de recolección de datos de la población en estudio.

Finalmente un capítulo V, que absorbe la información elaborada en las divisiones previas, para el desarrollo de la propuesta, misma que se compone por un estudio de Mercado, Técnico, Jurídico, Organizacional, Financiero y Económico, con el objetivo de emitir la factibilidad del proyecto.

## CAPÍTULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del Problema

La Educación Financiera en la actualidad debería ser uno de los puntos más importantes a tener en cuenta en los procesos educativos de los ciudadanos. Sánchez (2020, para. 2) menciona que; “si la educación de las personas es fundamental para establecer el balance de poder en su país, la educación financiera es determinante para que los ciudadanos sepan administrar el poder económico que hay en sus recursos”. Demostrando que se debería motivar una cultura financiera en la sociedad.

Estudios internacionales demuestran que uno de los principales factores de las crisis financieras internacionales experimentadas, se llevaron a cabo debido al bajo nivel de educación en temas de economía y finanzas que se encuentra latente en los pueblos de la mayoría de los países. Sin embargo, el avance de la tecnología y otros factores provoca que los productos financieros sean innovados y aumente la dificultad de comprensión, orillando al cliente a un estado de vulnerabilidad, permitiendo a las entidades del sistema financiero aprovecharse. Por otro lado, la educación financiera no está enfocada solo para el segmento adulto, sino también para los jóvenes, ya que sería de mucha ayuda para su vida futura, sin embargo, ganarían una ligera ventaja al momento de adquirir productos financieros.

En Ecuador existe una gran brecha entre las personas que cuentan con conocimientos básicos y quienes están por debajo. El diario la hora (2022, para. 3) hace mención que; “el promedio de puntuación a una prueba simple de conocimientos financieros fue de 12.7 sobre 21 en más de 50 países. De hecho, la puntuación en Ecuador no supera el 7 sobre 21 de calificación”. Demostrando que las capacidades financieras en el país están por debajo del nivel medio, sin embargo, llevando esta perspectiva a las comunidades rurales, a ciudadanos que viven en el campo, es seguro que no superan el nivel básico en conocimientos financieros.

Gran parte de los ciudadanos ecuatorianos pertenecen a la sección de producción, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022, para. 1) menciona que; 6,180,950 de habitantes son del sector rural, lo que significa que más de 6 millones de personas viven de trabajos agropecuarios. Además, que el mayor porcentaje de participación en el desarrollo económico del país provienen del sector previamente mencionado, con el 28,3% de la población total que permanece ocupada.

De igual manera, otro de los sectores de estudio en el presente trabajo es el artesanal, y según datos del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, (2019, para. 8) donde detalla que; “En Ecuador existen 120 mil talleres artesanales que agrupan alrededor de 480 mil artesanos aproximadamente de manera directa”. Siendo otro de los sectores que posee un alto porcentaje de intervención tanto en la generación de empleo, como en el desarrollo económico de los pueblos ecuatorianos.

En la provincia de Chimborazo según la revista “Cuestiones Económicas” escrita por Meza (2020, p. 19) donde establece en la tabla 1, un detallado listado de las 24 provincias del Ecuador, y el promedio del índice de conocimientos financieros en cada una de estas. Tomando el dato de la provincia de Chimborazo, que es el sector macro de la localidad en estudio, y detalla un promedio del 53.2%, pobladores que cuentan con conocimientos financieros, lo que significa que el 47% faltante no posee una cultura financiera.

En la ciudad de Riobamba, según datos de la página web CIDEU (2020, para. 2) la población total es de 225.741 habitantes de los cuales, 76.113 pertenecen al grupo con una economía activa y de los cuales 20.249 son agropecuarios y 7.860 son artesanos. Sin embargo, estudios demuestran que los grupos que habitan en zonas rurales son los más propensos o vulnerables a ser influenciados durante la adquisición de productos financieros, para ser más exactos un total de 28.109 Riobambeños.

Entonces, al no contar con una Educación Financiera adecuada, tienen alta probabilidad de fracaso al desarrollar sus proyectos de inversión, un mal manejo de los recursos económicos, falta de capacidad en la toma de decisiones, vulnerables a ser estafados por entidades prestamistas, pirámides, compraventa de bienes y servicios, sin obviar que no se abrirían a probar otros sistemas, métodos, formas de generar ingresos por la desconfianza que genera la falta de una cultura financiera y entre otros aspectos.

Al no considerarse el problema de educación financiera en la sociedad, continuará promoviéndose la pobreza, y el estancamiento económico de muchas familias, provocando que la ciudad de Riobamba y el país ecuatoriano no cuente con una mejor estabilidad económica y mucho menos una mejor calidad de vida.



### ***1.1.1. Limitaciones y delimitaciones:***

#### *1.1.1.1. Limitaciones*

Limitaciones metodológicas

Falta de datos disponibles o confiables: Existencia de datos que eventualmente pueden ser poco confiables para tomarlos como referencia para el presente trabajo.

Falta de estudios previos: Escases de proyectos similares realizados con anterioridad, para poder adquirir información adecuada que proporcione mayor sustentabilidad al trabajo elaborado.

Problemas con datos recopilados: Una de las limitantes que provoca pérdida de tiempo si no se le presta la atención suficiente, es el hecho de usar una herramienta que obvió datos o información importante, por ejemplo, una encuesta es posible que luego de haberla ejecutado y durante el proceso del desarrollo de la propuesta del presente trabajo, falte información.

Datos auto informados: Necesariamente para la obtención de información se hará uso de herramientas como la encuesta, donde la información es obtenida del criterio del público objetivo, lo que significa que existe una amplia probabilidad de adquirir fuentes potenciales de sesgo, es decir, que no se podrá verificar el argumento obtenido.

#### *1.1.1.2. Limitaciones atribuibles al investigador*

Acceso: Es probable que no se logre tener acceso a la información que sea necesaria para ejecutar el presente proyecto. Por ejemplo, a datos exactos de la cantidad de agropecuarios y artesanos de la ciudad de Riobamba.

Efectos longitudinales: Un factor fundamental es el tiempo para cumplir con la presente investigación, de tal manera es una limitante la escases del mismo.

Relacionados con el idioma: Al ser el público objetivo los agropecuarios y artesanos, es probable que con algunos de estas personas o la mayoría sea imposible obtener información debido a que maneja su idioma natal el quechua, lo que limitará en la obtención de información, ya que, será difícil la comunicación.

### **1.1.2. Delimitaciones**

#### *1.1.2.1. Delimitación espacial*

Estará ubicada en el centro de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, por las calles Cristóbal Colón y Primera Constituyente. Rodeada de Instituciones Financieras como públicas y privadas.

#### *1.1.2.2. Delimitación Temporal*

Durante el Periodo Abril – Agosto 2022

#### *1.1.2.3. Delimitación del Universo*

Se recolectará información mediante técnicas y herramientas, como es la encuesta, entrevistas, cuestionarios, observación etc., de una muestra de los ciudadanos en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, del sector agropecuario y artesanal.

#### *1.1.2.4. Delimitación del Contenido*

El contenido de la presente investigación se delimitará a estudiar el nivel de Educación Financiera y aceptación de una empresa asesora en el área financiera para el sector agropecuario y artesanal en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

### **1.2. Problema General de Investigación**

¿La creación de una empresa asesoría financiera, permitirá orientar de manera eficiente y efectiva las necesidades de financiamiento, inversión y de ahorro de los sectores artesanal y agropecuario?

### **1.3. Problemas específicos de investigación**

¿La elaboración de un marco teórico proveerá de la información suficiente para sustentar el trabajo investigativo?

¿Será necesario un diagnóstico estratégico de los sectores agropecuarios y artesanales para orientar cada uno de los estudios que comprende un proyecto?

¿El Estudio de Mercado, Técnico, Jurídico, Organizacional, Financiero y Económico ayudará a determinar la factibilidad del presente proyecto?

¿Las perspectivas de implementación proveerá de información suficiente para poner en marcha el proyecto?

## **1.4. Objetivos**

### ***1.4.1. Objetivo General***

Crear una empresa de asesoría financiera enfocada al sector Agropecuario y Artesanal, con el fin de orientar y dinamizar la economía local en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

### ***1.4.2. Objetivos Específicos***

1. Desarrollar un marco teórico a través de niveles, métodos y enfoques de investigación para sustentar las variables del presente trabajo.
2. Realizar el diagnóstico estratégico en los sectores agropecuarios y artesanales entorno a la asesoría financiera que estos requieren.
3. Elaborar un Estudio de Mercado, Técnico, Jurídico, Organizacional, Financiero y Económico, mediante el uso de herramientas y elementos, para determinar la factibilidad de la propuesta.

## **1.5. Justificación**

### ***1.5.1. Justificación Teórica***

Estudios demuestran que el manejo de las finanzas toma cada vez mayor importancia, no solo en las Empresas, sino también en cada una de las familias, sobre todo las que pertenecen a las áreas rurales, sectores que se consideran muy vulnerables, como son los agropecuarios y artesanos, pobladores que cuentan con estudios académicos básicos por ende desconocen las herramientas, técnicas y procesos con las que cuentan para manejar sus finanzas, de tal forma, se detecta la necesidad de implementar una Empresa dedicada a emitir asesorías financieras, donde los principales servicios sean; la selección y gestión de líneas de créditos, asesoría y construcción de proyectos de inversión, todo tipo de consultas y capacitación sobre el mercado bursátil, bolsa de valores y educación financiera.

Por otro lado, se pretende incentivar el desarrollo económico en el país sobre todo en las personas del sector agropecuario y artesanal, ya que son el mayor porcentaje poblacional en el Ecuador que aportan en el crecimiento del PIB. Logrando que las personas con escasos conocimientos financieros puedan aprovechar al máximo tanto el dinero ajeno, como el capital propio y de esta manera aumentar las posibilidades de mejorar su calidad de vida.

Los beneficiarios directos con esta Empresa será la población en general, especialmente las personas que habitan en las zonas rurales, y los beneficiados indirectos será el Estado, las empresas del entorno, entre otros, debido a que se estimulará el desarrollo económico.

### ***1.5.2. Justificación Metodológica***

#### *1.5.2.1. Enfoque de investigación*

El enfoque que se dará al proyecto será cualitativo puesto que está enfocado en intentar entender la complejidad de las situaciones, características que sobresalen en el entorno moderno de las organizaciones. De igual forma, será cuantitativo debido a que se hará uso de cálculos matemáticos y contables, para lograr establecer la viabilidad del presente proyecto.

#### *1.5.2.2. Nivel de Investigación*

Los niveles de investigación que se usó en el desarrollo del presente proyecto fueron: Descriptivo, porque se describió las situaciones, eventos y características de los sectores agropecuario y artesanal. Explicativo, utilizado para dar respuesta a las diversas ocurrencias, causas y efectos de las actividades que generan el fenómeno a estudiarse, para finalmente intentar resolverlo.

#### *1.5.2.3. Método*

Involucra el método inductivo, porque al realizar un estudio de mercado, jurídico, técnico, organizacional, financiero y económico, se utiliza el razonamiento para lograr establecer conclusiones y tomar una decisión. El deductivo será aplicado al utilizar teoremas matemáticos para determinar la muestra poblacional en el Estudio de Mercado, además, la ejecución de leyes en estudio jurídico. Analítico se usará al dividir el proyecto por estudios como es; el mercado, legal, técnico y financiero. El sintético cuando se completó el proceso, donde se obtiene un resultado que facilita la toma de decisiones.

#### *1.5.2.4. Diseño*

No experimental.

#### *1.5.2.5. Tipo de estudio*

Será un diseño transversal, ya que para detectar el problema a estudiarse se usó la observación, de una determinada población y se desarrolló un estudio exhaustivo dentro de un determinado tiempo.

#### **1.5.3. Justificación Práctica**

El presente proyecto dispone de este tipo de justificación debido a que intentará solucionar o disminuir la falta de educación financiera en la sociedad, lo que es un problema para la población impidiendo el desarrollo económico en el país, en especial para el sector agropecuario y artesanal. Entonces, al ser implementado en la sociedad apoyará y permitirá aumentar el nivel de conocimientos financieros en la población, debido al asesoramiento prestado en esta área donde el cliente será partícipe del proceso y podrá aprender, además, dentro de nuestro portafolio de servicios está, el educar a la población que lo necesite mediante cursos y capacitaciones.

#### **1.6. Idea a defender**

La realización de los estudios de un proyecto, permitirán poner en marcha la oficina asesora financiera en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo a partir de enero del 2023.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de investigación

Como punto de partida para el proyecto de creación de una empresa enfocada en asesoramiento financiero, se realizó una amplia indagación en distintas fuentes afines de información bibliográfica como: revistas, libros digitales, trabajos académicos, artículos, blogs, etc.

Partiendo del estudio realizado por Meza (2020, pp. 34–35) motivada por conocer los niveles de Educación Financiera en Ecuador, desarrolla un artículo con la revista “Cuestiones Económicas” donde define distintos datos y concluye que;

*Las condiciones de ubicación geográfica del hogar influyen en la percepción de tener alto o bajo nivel de conocimiento financiero y que en Ecuador su población presenta un bajo nivel de conocimiento financiero, por lo que, se recomienda reformar la política financiera del país e impulsar una estrategia de educación financiera, además se sugiere sensibilizar a la sociedad la importancia de tener un alto nivel de conocimiento financiero.*

Confirmando lo estimado, que presenta gran influencia la zona de ubicación, por lo tanto, los ciudadanos de las zonas rurales son mayormente vulnerables, ya que son individuos que no disponen de altas oportunidades de crecimiento académico y se dedican principalmente a labores del campo, actividades que no demanda preparación académica. Brindando un punto a favor para la ejecución del presente proyecto, ya que, será una agencia que apoye a quienes busquen ayuda para adquirir un producto financiero, realizar proyectos de inversión y enseñe a personas que deseen aprender.

De la misma manera, se citó a Plaza (2018, pp. 73–74) quien menciona en su trabajo de titulación previo a la obtención del título de Economista en la sección de conclusiones que; “En base al análisis económico realizado, se determina que la creación de una empresa de asesoría contable tributaria y financiera, ubicada en la ciudadela La Alborada es factible”. Atribuyendo que se trata de una empresa que abarca un mayor campo de mercado objetivo, puesto que se enfoca, además, de lo financiero en tributación y contabilidad, denotando que obtuvo resultados muy positivos previo a su investigación de factibilidad.

Por otro lado, Gómez, et al. (2018, pp. 25–26) en su trabajo de especialización “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍAS FINANCIERAS PERSONALES” mencionan en sus conclusiones que; “Efectivamente hay la necesidad en la población de realizar asesorías financieras personales, que le ayuden a la comunidad y en especial a los estratos 2 y 3 a solucionar parte de sus problemas económicos”. En este caso, luego de su estudio detectó principalmente la necesidad que existe en la población de asesorías financieras para ayudar en el manejo de sus recursos económicos.

Con otra perspectiva argumenta Carballo (2014, p. 96) en su proyecto de fin de grado que; “Este proyecto ha identificado en España la existencia de un mercado creciente a largo plazo de servicios de asesoramiento financiero independiente”. Es notable que los servicios que brindan apoyo al usuario para hacer frente al sistema financiero, es muy aceptable no solo en Ecuador, sino en localidades internacionales como lo detalla Carballo, quién demuestra que existe un mercado creciente en España.

Son diversos puntos de vista, argumentos y conclusiones que impulsan y aportan favorablemente al desarrollo de la temática, a más que demuestran la viabilidad del proyecto. Dicho de otro modo, es recomendable el desarrollo y ejecución de la presente investigación, ya que estudios previos lo demuestran y recomiendan.

## **2.2. Referencias Teóricas**

### **2.2.1. ¿Qué es un proyecto?**

“Un proyecto es una actividad para cumplir con la creación de un producto o servicio único y, por lo tanto, las actividades que se llevan a cabo para realizar actividades rutinarias no pueden considerarse proyectos” (Juneja, 2015, para. 2)

#### *2.2.1.1. Tipos de proyectos*

“Productivo o privados. - proyecto de construcción que no es un proyecto del gobierno, propuesta iniciada o patrocinada principalmente por un individuo o entidad del sector privado” (Law Insider, 2020, para. 2)

“Públicos o sociales. - proyecto planificado o realizado por la Ciudad o cualquier entidad gubernamental para la construcción, reconstrucción, mantenimiento o reparación de

instalaciones o mejoras públicas, o cualquier otro propósito de carácter público” (Law Insider, 2020, para. 1)

“Comunitarios. - trabajo voluntario que suele organizar un grupo dentro de una comunidad específica. Los participantes pueden provenir de todos los sectores, como empleados de una empresa, personal militar, profesionales de la salud, voluntarios de la iglesia o estudiantes” (Bouchrika, 2021, para. 3)

“Proyectos de vida. - es simplemente un documento que recopila “lo que queremos ser” y “lo que haremos” para lograrlo en determinados capítulos de nuestra vida. También, incluye las posibilidades y medidas de recursos que necesitamos y tenemos actualmente para lograr esos objetivos” (Leguizamo, 2018, para. 4)

“Investigación. - es un proyecto que trata de encontrar la respuesta a una pregunta utilizando el método científico, comienza con una hipótesis o pregunta para investigar” (Writer, 2020, paras. 1–2)

#### *2.2.1.2. Elementos de un proyecto*

“Finalidad y objetivo. - son pasos significativos hacia las metas comerciales que se logran mediante un proyecto. Se usan comúnmente para comunicar el propósito, la dirección, el valor y el progreso del proyecto” (Spacey, 2018, para. 1)

“Cronograma de actividades. - muestra la fecha de inicio y finalización de todas las tareas del proyecto, cómo se relacionan las tareas entre sí y, por lo general, qué miembros del equipo u otros recursos son responsables de la entrega” (Australian Institute of Project Management, 2021, para. 5)

“Presupuesto. - es una herramienta utilizada por los gerentes de proyecto para estimar el costo total de un proyecto, estimación detallada de todos los costos en los que es probable que se incurra antes de que se complete el proyecto” (Equipo CFI, 2022, para. 1)

#### *2.2.1.3. Estructura del proyecto*

“La estructura del proyecto incluirá la capa estratégica de patrocinadores ejecutivos y principales interesados; el nivel táctico y técnico, su ejecución; y desarrollo del proyecto. El liderazgo clínico, operativo es esencial y debe dirigir el proyecto a nivel estratégico” (Giles & Tupper, 2018, paras. 1–2)



## **2.2.2. Estudio de Mercado**

### **2.2.2.1. ¿Qué es Estudio de Mercado?**

“Es el proceso de determinar la viabilidad de un nuevo servicio o producto a través de la investigación realizada directamente con clientes potenciales, permitiendo a una empresa descubrir el mercado objetivo y obtener opiniones” (Gemela & Drury, 2021, para. 1)

### **2.2.2.2. Importancia del Estudio de Mercado**

“Mantener un enfoque centrado en el cliente. - es un paso esencial para crear un negocio, tratando de comprender mejor su base de consumidores, las empresas que lo hacen, estudios demuestran que son un 60% más rentables” (Cint, 2022, para. 14)

“Conéctese con su audiencia de manera más efectiva. - cuando se comprende mejor a sus clientes objetivo, eso significa que podrá llegar a ellos de manera más efectiva, sin perder tiempo y dinero con estrategias de marketing efectivas” (Cint, 2022, para. 20)

“Identificar oportunidades de crecimiento. - Realizar estudios de mercado periódicamente puede ayudarlo a descubrir nuevas oportunidades para mejorar y crecer, como segmentos no alcanzados, asociaciones comerciales y mejora del producto” (Cint, 2022, para. 24)

“Reduzca los riesgos probando conceptos. - El riesgo es una parte necesaria de cualquier empresa, si las empresas no asumieran riesgos, limitarían el potencial de recompensa, una forma de minimizar los riesgos es garantizar que haya demanda de un producto” (Cint, 2022, paras. 28–29)

### **2.2.2.3. Tipos de Estudio de Mercado**

“Investigación de marca. - la investigación de marca se centra en crear o refinar la marca de su empresa para causar una impresión audaz y favorable en su mercado objetivo” (Cint, 2022, para. 6)

“Evaluación de campañas de marketing. - algunas investigaciones de mercado se centran específicamente en la eficacia de las compañías de marketing” (Cint, 2022, para. 7)

“Investigación de la competencia. - la investigación de la competencia se centra en la competencia para ayudarlo a obtener información sobre cómo su empresa puede salir adelante” (Cint, 2022, para. 8)

“Investigación de segmentación de clientes. - un tipo importante de investigación de mercado, especialmente para nuevos negocios, es la segmentación de clientes” (Cint, 2022, para. 9)

“Investigación del consumidor. - casi todas las investigaciones de mercado involucran al consumidor de alguna manera, pero algunas investigaciones se enfocan específicamente en comprender mejor a los consumidores dentro de un segmento determinado” (Cint, 2022, para. 10)

“Desarrollo de productos. - el desarrollo de productos requiere primero una investigación de mercado para garantizar que el concepto tenga valor y luego refinar el producto con el tiempo” (Cint, 2022, para. 11)

“Pruebas de usabilidad: similar a la investigación de desarrollo de productos, las pruebas de usabilidad se centran en los productos. Sin embargo, el enfoque aquí es cómo los consumidores usan su producto” (Cint, 2022, para. 12)

#### *2.2.2.4. Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU)*

“Es la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas, su objetivo principal es proporcionar un conjunto de categorías de actividades que se pueden utilizar para recopilar y presentar estadísticas de acuerdo con dichas actividades” (Statistics Division, n.d., para. 1)

#### *2.2.2.5. Mercado Objetivo*

“Es un grupo de personas con algunas características compartidas que una empresa ha identificado como clientes potenciales para sus productos” (Equipo de Investopedia, 2022, para. 1)

#### *2.2.2.6. Métodos del Estudio de Mercado*

“Investigación cuantitativa. - es un método para recolectar información del mercado objetivo a través de fuentes tales como encuestas, sondeos y cuestionarios.” (QuestionPro, 2020, para. 31)

“Encuestas. - son el método de estudio de mercado más popular, especialmente cuando es necesario información cuantitativa y un análisis de los datos recopilados. Han pasado de ser una herramienta sencilla a ser implementadas ahora de manera online” (QuestionPro, 2020, para. 35)

“Investigación cualitativa. - el objetivo es comprender el comportamiento, las motivaciones y las características de los clientes en relación con la compra de un producto o servicio.” (QuestionPro, 2020, para. 40)

“Grupos focales o focus groups. - son técnicas cualitativas que se utilizan en un estudio de mercado en las que un grupo de personas del segmento objetivo se reúne para discutir un tema en particular” (QuestionPro, 2020, para. 44)

“Entrevista. - es una técnica cualitativa que recopila información, estableciendo unas preguntas determinadas que el investigador considere necesarias, obteniendo como respuesta argumentos u opiniones del entrevistado” (QuestionPro, 2020, paras. 48–49)

“Observación. - el investigador de mercado observas las reacciones de los usuarios y el comportamiento real cuando experimenten algo nuevo” (QuestionPro, 2020, para. 53)

#### 2.2.2.7. *Muestreo*

“Es la que puede determinar la problemática ya que es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso” (Franco, 2014, para. 12)

#### Tipos de muestreo probabilístico

“Muestreo aleatorio simple. - si todas las muestras posibles de n objetos tienen la misma probabilidad de ocurrir, el método de muestreo se llama muestreo aleatorio simple” (Itriago, 2020, para. 11)

“Muestreo estratificado. - consiste en dividir a la población en grupos, en función de algunas características” (Itriago, 2020, para. 12)

“Muestreo por conglomerados. - se elige una muestra de grupos utilizando un método de probabilidad y solo se encuesta a los individuos dentro de los grupos de muestra” (Itriago, 2020, para. 15)

“Muestreo multietapas. - se selecciona un grupo utilizando combinaciones de diferentes métodos de muestreo” (Itriago, 2020, para. 17)

“Muestreo sistemático. - consiste en crear una lista de cada miembro de la población. De ella se selecciona de forma aleatoria el primer elemento de muestra de los primeros elementos de la lista de población” (Itriago, 2020, para. 19)

#### 2.2.2.8. *Oferta*

“Es una propuesta condicional hecha por un comprador o vendedor para comprar o vender un activo, que se vuelve legalmente vinculante si se acepta” (Zhang, 2022, para. 1)

##### Tipos de oferta

“Oferta pública. - es una oferta para comprar parte o la totalidad de las acciones de los accionistas en una corporación” (Hayes, 2022b, para. 1)

“Oferta condicional. - es un acuerdo entre dos partes de que se realizará una oferta si se cumple una condición específica” (Chen, 2022, para. 1)

“Oferta abierta. - en una oferta abierta, un accionista puede comprar acciones a un precio inferior al precio de mercado actual” (Chen, 2020, para. 1)

“Oferta temática. - esta oferta no representa un compromiso firme de venta, sino que está sujeta a la recepción de una contraoferta, a la que puede seguir posteriormente una venta” (Hayes, 2022a, para. 1)

“Oferta de derechos. - es una oferta para comprar un valor u otro activo que no se puede transferir a otra parte” (Hargrave, 2021, para. 1)

#### 2.2.2.9. *Demanda*

"Las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado" (Fischer et al., 2006, p. 240)

##### Tipos de demanda

“Inexistente. - cuando el producto que se está comercializando no tiene demanda en el mercado.” (Supply Chain, 2021, para. 11)

“Negativa. - hace referencia a cuando existe un rechazo del producto en el mercado, por lo que su demanda se ve muy afectada” (Supply Chain, 2021, para. 12)

“Decreciente. - es que la demanda va bajando levemente, por lo que aún hay margen de estudiar qué está sucediendo” (Supply Chain, 2021, para. 13)

“Latente. - el mercado demanda un producto que todavía no existe” (Supply Chain, 2021, para. 14)

“Irregular. - cuando la demanda fluctúa a lo largo del tiempo estamos frente a un tipo de demanda irregular” (Supply Chain, 2021, para. 15)

“Satisfecha e insatisfecha. - si el mercado demanda más de lo que se produce, se da un caso de demanda insatisfecha, por lo que se debería aumentar la producción o bajar la demanda” (Supply Chain, 2021, para. 16)

“Estacional o temporal. - este tipo de demanda tiene la particularidad de darse solo en ciertos periodos de tiempo” (Supply Chain, 2021, para. 17)

“Continua. - esta demanda se puede encontrar estable durante largos periodos de tiempo, aportando estabilidad a las empresas” (Supply Chain, 2021, para. 18)

#### *2.2.2.10. Ley de la Oferta y la Demanda*

“Una teoría presente en el mercado explica la interacción entre los vendedores de un recurso, bien o servicio y los compradores de estos, de igual forma relaciona el precio y la disposición que poseen la personas de comprarlo” (Fernando, 2021, para. 1)

#### *2.2.2.11. Competencia*

“Es la competencia entre organizaciones que brindan productos o servicios similares o que se dirigen a la misma audiencia de consumidores” (Equipo editorial de Indeed, 2021, para. 2)

#### *2.2.2.12. Promoción*

“En este punto del proceso nos encargaremos de decirle a la gente que existimos y por qué le conviene adquirir nuestro producto” (Velázquez, 2020, p. 13)

### *2.2.2.13. Métodos de análisis para plantear modelos de negocios viables*

“Las tres dimensiones de Abell. - toda estrategia debe poder responder a las siguientes preguntas: ¿a quiénes se dirige tu producto?, ¿qué necesidad se quiere satisfacer? y ¿cómo la resolverá?” (García, 2018, para. 5)

“Canvas. - este 'lienzo' plasma a golpe de vista quiénes son tus clientes, cuál es tu propuesta de valor, y cuáles serán tus costes y fuentes de ingresos” (García, 2018, para. 6)

“Análisis Pestel. - estas siglas representan seis ámbitos del entorno que conviene analizar: político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal” (García, 2018, para. 7)

“Análisis DAFO. - para identificar las oportunidades, riesgos, fortalezas y debilidades de una compañía” (García, 2018, para. 8)

“Estrategia del Océano Azul. - consiste en buscar mercados, nichos o aproximaciones diferentes a todo lo existente, en lugar de seguir luchando en 'océanos teñidos de rojo' por la feroz competencia” (García, 2018, para. 9)

“Matriz de McKinsey. - la consultora diseñó una matriz que representa la posición competitiva de una compañía en distintos campos o sectores, y por otro lado el atractivo o potencial de cada uno de esos sectores” (García, 2018, para. 10)

### **2.2.3. Estudio Técnico**

#### *2.2.3.1. Tamaño del proyecto*

“La demanda insatisfecha que presenta el mercado representa la capacidad de instalación que debe tener la empresa para lograr satisfacer de forma efectiva, puesto que expresa la cantidad que debe generar en unidades durante un tiempo determinado” (Urtecho, 2019, para. 1)

#### *2.2.3.2. Estimación de capacidad*

“Es una métrica basada en partes que identifica la mayoría de los bienes que se pueden crear dada una cantidad determinada de recursos” (Lauzier, 2021, para. 3)

### *2.2.3.3. Localización*

“Macrolocalización. - Identificación de posibles áreas geográficas donde podría ubicarse el proyecto, para posteriormente seleccionar una zona geográfica que brinde las mejores condiciones desde los puntos de vista geográfico, demográfico, económico, político y financiero” (Bucci, 2020, para. 4)

“Microlocalización. - es la selección de un sitio específico dentro del área geográfica donde se establecerá el domicilio comercial del proyecto para realizar sus actividades comerciales” (Bucci, 2020, para. 6)

### *2.2.3.4. Métodos de localización*

“Cualitativo por puntos. - consiste en definir los principales Factores determinantes de una Localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye” (Esparza, n.d., p. 7)

“Brow y Gibson. - es un algoritmo cuantitativo de localización de plantas que tiene como objetivo evaluar entre diversas opciones, que sitio ofrece las mejores condiciones para instalar una planta” (Unknown, 2018, para. 1)

### *2.2.3.5. Ingeniería del proyecto*

“Aquella etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, dispositivo de protección ambiental, entre otros” (Pérez, 2015, para. 2)

### *2.2.3.6. Proceso de producción*

“Conjunto de tareas y procedimientos requeridos que realiza una empresa para efectuar la elaboración de bienes y servicios” (Quiroga, 2019, para. 1)

### *2.2.3.7. Flujogramas*

“Es una herramienta muy potente que se puede aplicar en muchos campos diferentes para la planificación, visualización, documentación y mejora de los procesos” (Team Asana, 2021, para. 2)

#### **2.2.4. Estudio Legal**

##### *2.2.4.1. Persona Jurídica*

Conforme lo estipula el Artículo 564 del Código Civil: “Se llama persona jurídica una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. Las personas jurídicas son de dos especies: Corporativas y fundaciones de beneficencia pública” (Congreso Nacional: La comisión del Legislación y Codificación, 2015, p. 41)

##### *2.2.4.2. Régimen económico*

“Consiste en las normas o principios que definen el rol del Estado en materia económica y su relación con la actividad empresarial” (Sumar, 2019, para. 1)

##### *2.2.4.3. Ley de Compañía*

“La normativa societaria de Ecuador se adapte a los fenómenos y hechos empresariales, derivados del modelo de globalización y de acuerdo a las tendencias corporativas modernas” (Pástor, 2020, para. 2)

#### **2.2.5. Estudio Organizacional**

##### *2.2.5.1. Objetivos empresariales*

“Tendrán relación directa con el propósito de la compañía y deberán ser definidos y adaptados en función de los distintos factores externos que pueden influenciarlos” (Noriega, 2020, para. 2)

##### *2.2.5.2. Valores organizacionales*

“Son considerados las bases más importantes para generar un ambiente de armonía y, por ende, de alta productividad dentro de una organización” (Rodríguez, 2019, para. 1)

##### *2.2.5.3. Tipos de Estructura organizacional*

“Lineal. - contempla como principio organizador la jerarquía, es decir, la autoridad directa del jefe sobre sus subordinados, ya que sobre él recaen todas las decisiones y todas las responsabilidades” (Editorial Etecé, 2021, para. 13)



“Funcional. - propone la división de las labores de la organización en unidades hiperespecializadas, cada una al mando de un jefe independiente, que coordina su equipo de trabajo y permite la comunicación con los demás equipos” (Editorial Etecé, 2021, para. 14)

“De Staff. - un modelo empresarial minimalista, que prefiere depositar en contrataciones externas (outsourcing o tercerización) muchas de las funciones que en otros modelos implicarían la construcción de una unidad de trabajo” (Editorial Etecé, 2021, para. 15)

Matricial. – esta estructura se basa principalmente en desconectar a los equipos de trabajo establecerlos de manera autónoma, donde se asigna a los empleados a un proyecto puntual y compuesto ordenados y supervisados por un coordinador quién es el mensajero o comunicará a los superiores (Editorial Etecé, 2021, para. 16)

#### *2.2.5.4. Manual de funciones*

“Es un instrumento administrativo que requiere toda organización, el cual permita el mantenimiento de los recursos y controlar sus actividades, mediante la emisión de lineamientos y políticas de las empresas con relación al giro propio de sus actividades” (Ramos, 2018, p. 4)

### **2.2.6. Estudio Financiero y Económico**

#### *2.2.6.1. Inversión*

“La cantidad de dinero necesaria para poner un proyecto en operación es conocida como "Inversión" de la empresa. Dicha inversión podrá estar integrada por capital propio, créditos de organismos financieros nacionales y/o internacionales, y de proveedores” (Zugarranuri & Parín, 1998, para. 7)

#### *2.2.6.2. Capital de trabajo*

Es la partida de la inversión más difícil de calcular y que influye considerablemente en el éxito o fracaso de la operación si el proyecto se llega a ejecutar (Bastían et al., 2015, p. 131)

### 2.2.6.3. *Financiamiento*

#### Tipos de Financiamiento

“Pedir un préstamo a un banco. - es una de las opciones más fáciles y usadas por el ecosistema empresarial español” (Durán, 2019, para. 2)

“Inversores privados. – personas con una amplia trayectoria en los negocios que tienen la posibilidad de apoyar en el desarrollo e inicio de los proyectos con altas posibilidades de crecer en el mercado” (Durán, 2019, para. 3)

“Los fondos de capital riesgo. - son una fórmula de financiación muy utilizada por ‘startups’ y empresas innovadoras que están experimentando un proceso de expansión que requiere de inversión” (Durán, 2019, para. 4)

“Aceleradoras e incubadoras de startups. - instituciones se encargan de acoger a una serie de startups y acelerar su crecimiento, ayudándoles en su etapa inicial a configurar su modelo de negocio, su estrategia de captación de clientes y financiación” (Durán, 2019, para. 5)

“Factoring. - contrato mediante el que una empresa traspa el servicio de cobranza futura de los créditos y facturas existentes a su favor y, a cambio, obtiene de manera inmediata el dinero de esas operaciones, aunque con un descuento determinado” (Durán, 2019, para. 6)

“Subvenciones y ayudas públicas. - la Administración Pública no financia proyectos empresariales de forma directa, pero sí pone a disposición de los emprendedores diferentes subvenciones y ayudas que permitan la financiación del negocio” (Durán, 2019, para. 7)

“Bootstrapping’. - hace referencia a la financiación de proyectos a través de los ahorros propios de los fundadores y de ingresos generados de la facturación, sin depender de financiación externa como inversiones o préstamos” (Durán, 2019, para. 8)

“Campaña de crowdfunding. - en poner en contacto a los emprendedores que necesitan financiación con diferentes inversores que quieran apostar por la empresa” (Durán, 2019, para. 9)

“Bartering. - el intercambio de servicio o bartering supone llegar a acuerdos comerciales con otras empresas, a través de la obtención de un beneficio sin intercambio monetario” (Durán, 2019, para. 10)

“Presentar el proyecto a un concurso. - existen cada vez más citas, concursos o eventos en los que a las empresas pueden presentarse en busca de financiación” (Durán, 2019, para. 11)

“Pedir dinero a familiares y amigos. - es una forma de conseguir un préstamo entre particulares sin tener que acudir a fondos privados” (Durán, 2019, para. 12)

#### 2.2.6.4. *Capital social*

“La suma de los recursos, reales o virtuales, que se acumulan en un individuo o un grupo en virtud de poseer una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuo” (de león, 2018, para. 1)

#### 2.2.6.5. *Presupuestos*

“Presupuesto de gastos de operación. - es la planificación de los gastos que se necesitan hacer para mantener la productividad y la proyección de ingresos que se esperan conseguir” (Czerny, 2021, para. 5)

“Presupuesto de ventas. - se trata de un documento que ofrece estimaciones de los niveles de ventas y ayuda a conocer la rentabilidad de la compañía” (Giner, 2020, para. 3)

“Presupuesto de gastos administrativos. - permite saber en qué área se puede invertir mejor, cuáles equipos necesitan mejorar su gasto, e incluso plantear posibles escenarios para reaccionar a tiempo” (Mendel, 2021, para. 2)

#### 2.2.6.6. *Punto de Equilibrio*

“Es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales” (Rus, 2020, para. 1)

#### 2.2.6.7. *Estado de resultado*

“Es un reporte financiero que muestra de manera minuciosa la situación de la empresa, es decir, si obtuvo ganancia o pérdidas en el ejercicio de un ciclo contable” (Urzúa, 2022, para. 5)

#### 2.2.6.8. *Flujo neto de caja*

##### Tipos de flujos netos de caja

“Flujo de caja operativo. - permite determinar la cantidad de efectivo que genera la empresa con su operativa comercial normal en un determinado periodo de tiempo” (Fernández, 2022, para. 9)

“Flujo de caja de inversión. - se refiere a las variaciones y modificaciones en la cantidad de dinero que tiene una empresa, las cuales se generan de los ingresos y egresos de capital” (Hernández, 2020, para. 3)

“Flujo de caja financiero. - se define como la circulación de efectivo que muestra las entradas y salidas de capital de una empresa fruto de su actividad económica” (Vázquez, 2015, para. 1)

#### 2.2.6.9. *Herramientas para conocer la viabilidad de un proyecto*

“Plazo de Recuperación o Payback. - indicador usado en las empresas para calcular el período de retorno de inversión en un proyecto” (Mesquita, 2027, para. 4)

“Retorno de Inversión (ROI). - A través de este indicador, es posible saber cuánto dinero está ganando (o perdiendo) la empresa con cada inversión realizada” (Cornelio, 2020, para. 6)

“Valor Actual Neto (VAN). - Es uno de los indicadores financieros para valorar y determinar la viabilidad y la rentabilidad de un proyecto de inversión” (Ramírez, 2022, para. 3)

“Tasa Interna de Retorno (TIR). - Se utiliza frecuentemente para analizar la viabilidad de un proyecto y determinar la tasa de beneficio o rentabilidad que se puede obtener de dicha inversión” (Ramírez, 2022, para. 5)

#### 2.2.6.10. *Relación beneficio costo*

“La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto” (Váquiro, 2010, para. 1)

#### *2.2.6.11. Costo de oportunidad*

“Es el coste de la alternativa a la que renunciamos cuando tomamos una determinada decisión, incluyendo los beneficios que podríamos haber obtenido de haber escogido la opción alternativa” (Pedrosa, 2015, para. 1)

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Enfoque de investigación

Enfoque cualitativo, porque se usó métodos como: la observación, opiniones y experiencias del sector agropecuario y artesanal para detectar el problema a desarrollarse en la presente investigación, el cual, gira entorno al escaso nivel de educación financiera que existe en la ciudad de Riobamba. Por otro lado, es Cuantitativo, porque mediante encuestas se conoció el criterio que posee la población respecto a la temática en estudio, el nivel de aceptación y demanda existente en la localidad, para la creación de una empresa de asesoramiento financiero, además, para el desarrollo del estudio financiero y económico se utilizó cálculos aritméticos y contables para la identificación de la viabilidad del proyecto.

#### 3.2. Nivel de Investigación

##### 3.2.1. *Nivel Exploratorio*

Se usó el nivel de investigación exploratorio para comprender el fenómeno o la razón por la cual existe un bajo nivel de educación financiera en los sectores agropecuario y artesanales de la provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba. Proceso que se ejecutó en el quinto capítulo, a través de una propuesta.

##### 3.2.2. *Nivel descriptivo*

Mediante el nivel de investigación descriptivo se establecieron características que se observaron en la población agropecuaria y artesanal, mismas que se consideran como causa para que exista un bajo nivel de conocimientos financieros en el cantón Riobamba.

#### 3.3. Diseño de investigación

##### 3.3.1. *Según la manipulación o no de la variable independiente*

Un estudio en el cual no fue necesario la manipulación de la variable independiente para su desarrollo, a más que es flexible en la proporción del conocimiento de las causas por la que se presenta el fenómeno al cual se estudia, y permitiendo establecer las características más

significativas detectadas en el sector de estudio, debido a estos detalles la presente indagación es no experimental.

### **3.3.2. *Según las intervenciones en el trabajo de campo***

Por tratarse de un trabajo que se basa en emitir una descripción compuesta, basada principalmente en observaciones previas, y que se analiza una población dentro de un determinado tiempo, por tal motivo, se trata de una investigación transversal.

## **3.4. Tipo de estudio**

### **3.4.1. *Estudio documental***

Es un estudio documental, ya que para el desarrollo del capítulo segundo de la investigación se basó principalmente en fuentes bibliográficas y documentos digitales, para la estructuración del Marco Teórico, basado en temas y subtemas, previamente seleccionados con precisión para aumentar la posibilidad de recabar información del tema original y evitar salirse del estudio objetivo.

### **3.4.2. *Estudio de Campo***

Se empleó un estudio de campo en la presente indagación, por la interacción entre el investigador y el sector agropecuario y artesanal, a través, de la actividad de recolección de información mediante una de las herramientas más comunes y portadora de un alto nivel de efectividad, se trata específicamente de la encuesta. Cabe recalcar, que es una de las secciones más importante del trabajo, puesto que, los datos extraídos fueron directamente de la población afectada y se conoció su criterio personal.

## **3.5. Población, planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra**

### **3.5.1. *Población***

La población de estudio son todos quienes componen el sector agropecuario y artesanal en la provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba, siendo considerados como el universo para el cálculo de la muestra. Por tratarse de una urbe que menos oportunidades de estudio pudo tener durante su crecimiento, de tal manera que poseen escasos conocimientos en temas financieros,

lo que significa que este grupo es el punto centro para observar con mayor claridad la problemática por la cual surge el presente trabajo.

En base al Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Licán (2022, pp. 38–42) en el cual detalla que “la Población Económicamente Activa PEA está distribuida en 19 ramas de actividad, donde la agropecuaria tiene el mayor peso con el 26.6% y el sector artesanal manufacturero un 10.1%” lo que significa que hay un total de 20.249 agropecuarios y 7.860 artesanos en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

**Tabla 1-3:** Población de Estudio

Sector	Población
Agropecuario	20.249
Artesanal	7.680
<b>Total</b>	<b>27.929</b>

**Fuente:** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia Licán, 2022.

**Realizado por:** Figueroa, C. 2022

### 3.5.2. Selección

La respectiva selección poblacional se llevó a cabo mediante el muestreo probabilístico, permitiendo elegir un elemento, de manera aleatoria y todos tendrán la misma probabilidad de ser elegidos. Dado el caso que es necesario recolectar información mediante instrumentos como la encuesta. Se usó el método de muestreo por conglomerados, porque fue necesario seleccionar una población o grupo y se obtener información del mismo, encuestándolos de manera individual.

### 3.5.3. Muestra

El cálculo del tamaño de la muestra se ejecutará mediante la siguiente fórmula;

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Historia

n= Tamaño de la muestra buscada

N=Tamaño de la población o Universo

z= Parámetro estadístico que depende del nivel de confianza

e= Error de estimación máximo aceptado

p= probabilidad de que ocurra el evento estudiado

q= (1- p) = probabilidad de que no ocurra en evento estudiado



### 3.5.3.1. Cálculo de la muestra de la población agropecuaria

Datos:

N= población objetivo de agropecuarios 20.249

z= un nivel confianza de 95%, puntuación de 1.96

e= un margen error de 5%

p= probabilidad ocurrencia es de 0.5

q= (1- p) = probabilidad fracaso es 1- 0.5 = 0.5

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$
$$n = \frac{20.249 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (20.249-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = 377,026$$

Se debe ejecutar un total de 377 encuestas para el sector agropecuario.

### 3.5.3.2. Cálculo de la muestra de la población artesanal

Datos:

N= población objetivo de artesanos 7.680

z= un nivel confianza de 95%, puntuación de 1.96

e= un margen error de 5%

p= probabilidad ocurrencia es de 0.5

q= (1- p) = probabilidad fracaso es 1-0.5= 0.5

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$
$$n = \frac{7.680 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (7.680-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = 365,91$$

En base al cálculo del muestreo, se obtuvo como resultado que se debe ejecutar 366 encuestas al sector artesanal.

El cálculo de la muestra a través del muestreo probabilístico del tipo por conglomerados se ha determinado una muestra del sector agropecuario 377 y artesanos 366, obteniendo un total de 743 encuestas a ejecutarse en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

### **3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

#### **3.6.1. Métodos de Investigación**

##### *3.6.1.1. Inductivo*

Se empleó diversas conclusiones en base al estudio realizado, determinando la factibilidad de crear una agencia de asesoría financiera para el sector agropecuario y artesanal, y disminuir el problema detectado e intentar aumentar los niveles de educación financiera en la localidad.

##### *3.6.1.2. Deductivo*

El estudio parte de la identificación de un problema que afecta a la sociedad y para mitigarlo se realizó un estudio previo de factibilidad, sobre la implementación de una empresa de asesoría financiera para el sector agropecuario y artesanal, llegando a la conclusión que el proyecto es viable y recomendable llevarlo a cabo.

##### *3.6.1.3. Analítico*

Se analizó e interpretó los resultados obtenidos de la aplicación de encuestas a los sectores en estudio, proporcionando el criterio que posee la población, acerca de la información que se le presentó, por lo tanto, se trata de una investigación analítica.

#### **3.6.2. Técnicas de investigación**

##### *3.6.2.1. Encuestas*

En el presente estudio se usó el método probabilístico por conglomerados, el cual, permite el uso de la encuesta para la recolección de información de los sectores agropecuario y artesanal, dando la posibilidad de seleccionar a cada elemento de la muestra calculada. (Véase el anexo 1)

### **3.6.3. Instrumentos de Investigación**

#### **3.6.3.1. Test para la encuesta**

El instrumento de investigación usado es un cuestionario, estructurado en base a un diagnóstico de situación previo y principalmente con preguntas de respuesta cerrada, lo que facilitó la tabulación de los resultados, precisos para la elaboración del marco propositivo y determinar la factibilidad del proyecto.

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Análisis e interpretación de los resultados

##### 4.1.1. Análisis e interpretación de datos del sector Agropecuario

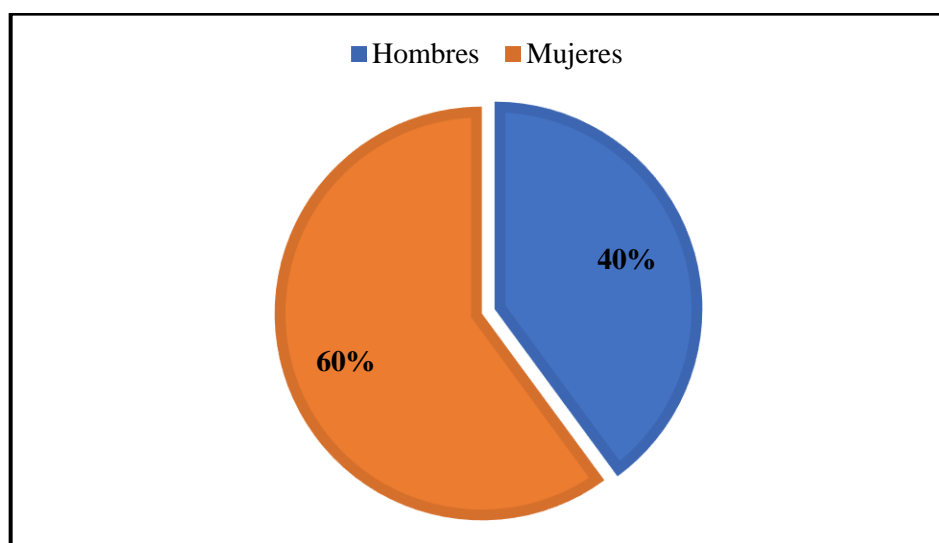
##### 4.1.1.1. Género de la población Agropecuaria

**Tabla 1-4:** Frecuencia del Género poblacional

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Hombres	151	40%
Mujeres	226	60%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector agropecuario.

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 1-4:** Resultados del Género poblacional

Realizado por: Figueroa, C. 2022

#### Análisis e interpretación

La mayoría de la población encuestada del sector agropecuario es de género femenino, sin embargo, un porcentaje considerable pertenece al género masculino, notando que las mujeres son predominantes en este tipo de actividades.

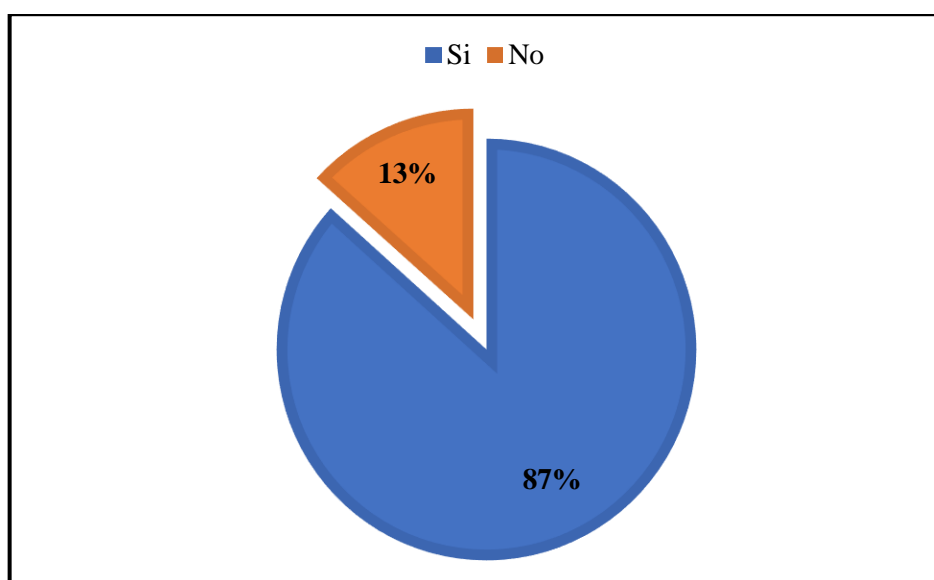
4.1.1.2. ¿Le gustaría un servicio que analice y evalúe sus proyectos de inversión y determine si es viable?

**Tabla 2-4: Frecuente de aceptación del servicio de evaluación de proyectos**

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	328	87%
No	49	13%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector agropecuario

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 2-4: Resultados de aceptación del servicio de evaluación de proyectos**

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### **Análisis e interpretación**

De las 377 personas pertenecientes al sector agropecuario que fueron encuestadas, manifiestan en mayoría que les gustaría un servicio que analice y evalúe sus proyectos de inversión y determine si es viable, sin embargo, un 13% de los encuestados no está de acuerdo con esta alternativa. Concluyéndose que existe un grupo reducido que no está de acuerdo con el servicio de asesor financiero.

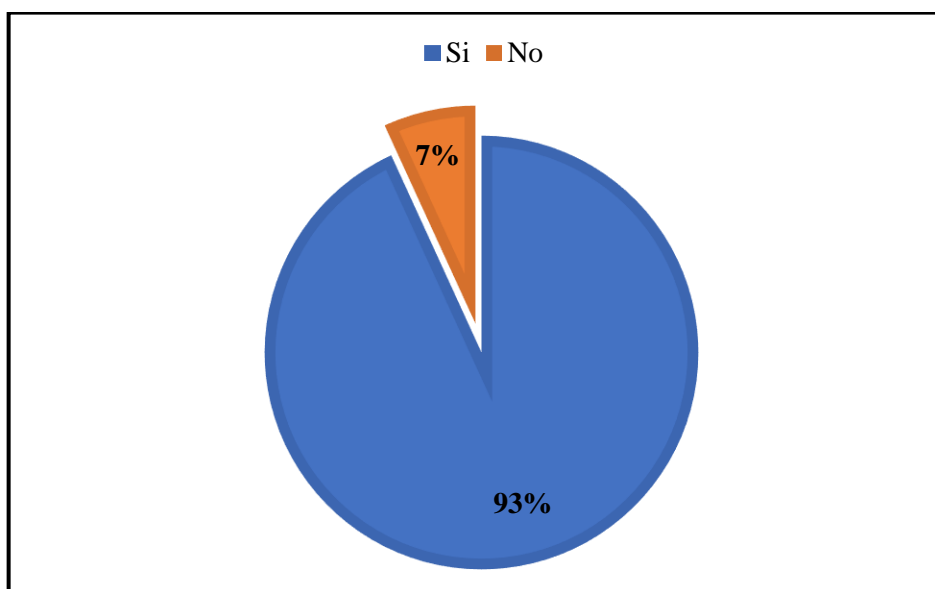
4.1.1.3. ¿Le gustaría que le ayuden a comparar (tasas, costos) y elegir la mejor institución financiera (Banco, cooperativas) para solicitar su préstamo?

**Tabla 3-4:** Frecuencia de aceptación del servicio

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	351	93%
No	26	7%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector agropecuario

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 3-4:** Resultados de aceptación del servicio

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### Análisis e interpretación

En su mayoría consideran la necesidad de un análisis adecuado de las tasas y costos, previo a gestionar un préstamo, y un grupo reducido piensa que esta ayuda no es necesaria, es decir, la mayoría de los encuestados creen que es sustancial y de gran ayuda el estudio de las tasas y costos antes de la realización de un préstamo bancario.

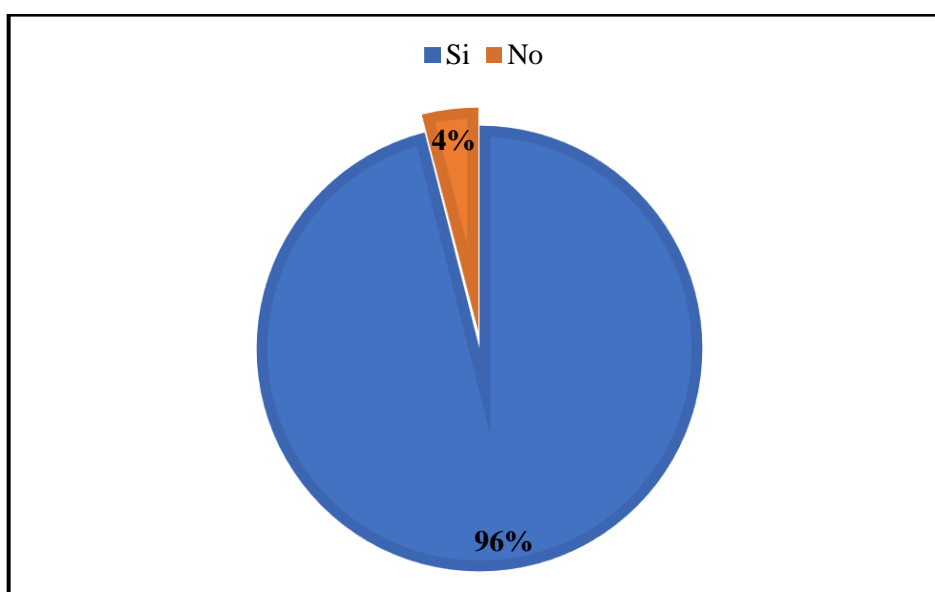
4.1.1.4. ¿Le gustaría un servicio que le guie adecuadamente para invertir el dinero prestado por la entidad financiera o fondos propios?

**Tabla 4-4:** Frecuencia de aceptación del servicio

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	362	96%
No	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector agropecuario

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 4-4:** Resultados de aceptación del servicio

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con la encuesta realizada al sector agropecuario, se aprecia que un gran porcentaje piensa que un servicio que guie adecuadamente en el proceso de inversión del dinero prestado por la entidad financiera sería de mucho apoyo para las personas que componen este sector, mientras que un grupo muy reducido considera que el apoyo en este tipo de procesos de inversión no es necesario. Sin embargo, podemos decir que cerca de la totalidad de la población está de acuerdo en la prestación de este tipo de servicio.

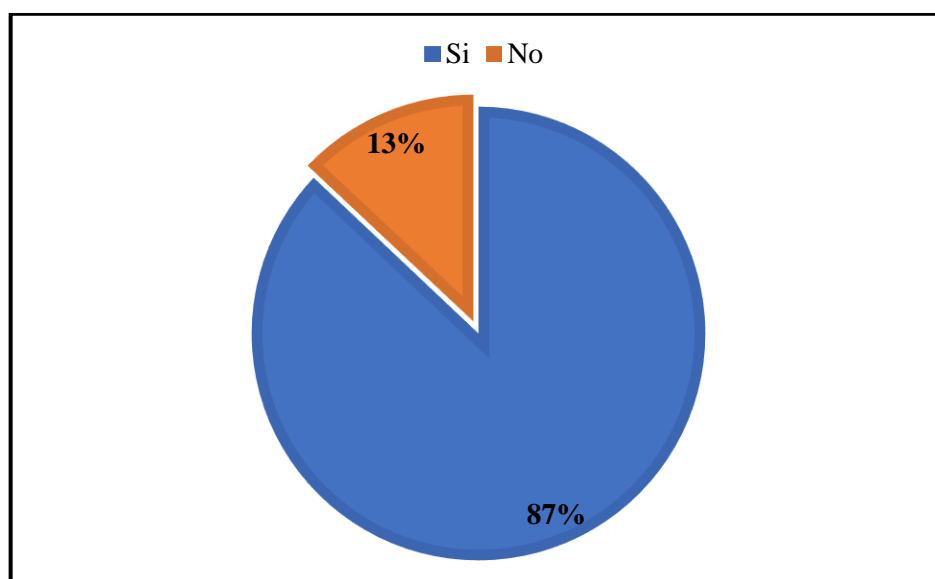
4.1.1.5. ¿Le gustaría recibir capacitaciones sobre cómo invertir sus ahorros en bienes raíces, cupones, fondos del Estado, bolsa de valores nacionales y extranjeras, acciones de empresas, entre otras?

**Tabla 5-4:** Frecuencia de aceptación del servicio

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	328	87%
No	49	13%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector agropecuario

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 5-4:** Resultados de aceptación del servicio

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### **Análisis e interpretación**

Es evidente que la mayor parte de los encuestados respondieron de manera positiva respecto a la emisión de capacitaciones sobre cómo invertir sus ahorros en bienes raíces, cupones, fondos del Estado, bolsa de valores nacionales y extranjeras, acciones de empresas, entre otras. Mientras que un grupo pequeño respondió de manera negativa. Podemos notar que la mayoría de agropecuarios considera necesario e interesante el ser educados en estas temáticas.



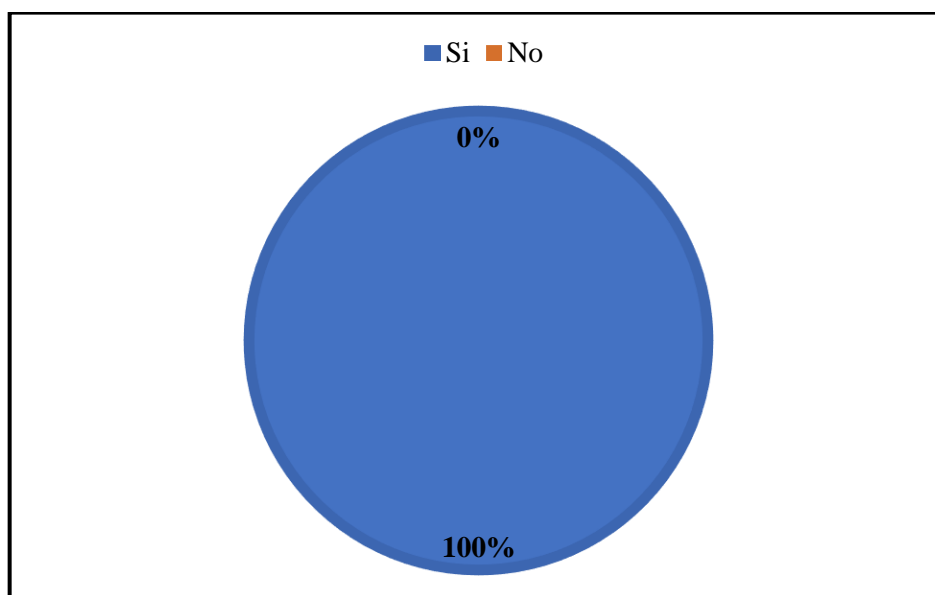
4.1.1.6. ¿Está de acuerdo que se cree una Empresa que le brinde este tipo y otros servicios financieros, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

**Tabla 6-4:** Frecuencia de aceptación para la creación de una Empresa Asesora

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	377	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector agropecuario

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 6-4:** Resultados de aceptación de la creación de una empresa de asesoría

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### Análisis e interpretación

Esta es una de las interrogantes de mayor importancia para esta investigación, debido a que se conoce si la población estudiada acogerá y está de acuerdo en la implementación de una empresa que brinde servicios financieros en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Donde se obtuvo resultados muy positivos, arrojando que la totalidad de la población de agropecuarios brinda su apoyo. En base a este resultado podemos deducir que según el sector agropecuario es factible la implementación de una empresa de asesoría financiera.

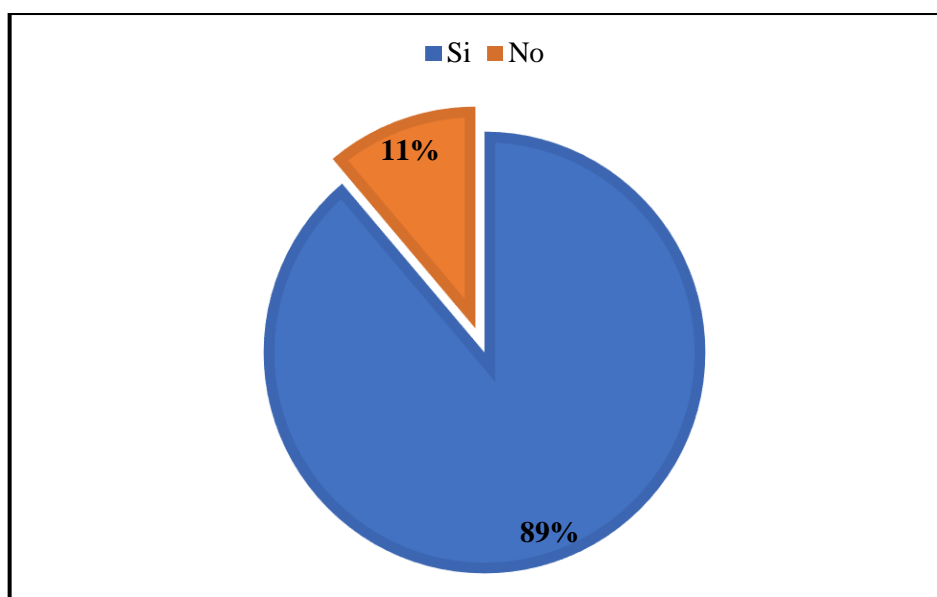
#### 4.1.1.7. ¿Estaría dispuesto a pagar un pequeño costo por la prestación de estos servicios?

**Tabla 7-4:** Frecuencia de aceptación de costo por los servicios

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	336	89%
No	42	11%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector agropecuario.

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 7-4:** Resultados de aceptación del costo por los servicios

Realizado por: Figueroa, C. 2022

#### **Análisis e interpretación**

De la totalidad de encuestados, un gran grupo manifiesta que está de acuerdo en cancelar un costo por los servicios prestados, y un bajo número de personas respondió que no está de acuerdo en pagar un costo por los servicios ofertados en la empresa, logrando deducir que la mayoría de la población estudiada apoya que se debe cobrar un precio por el servicio prestado.

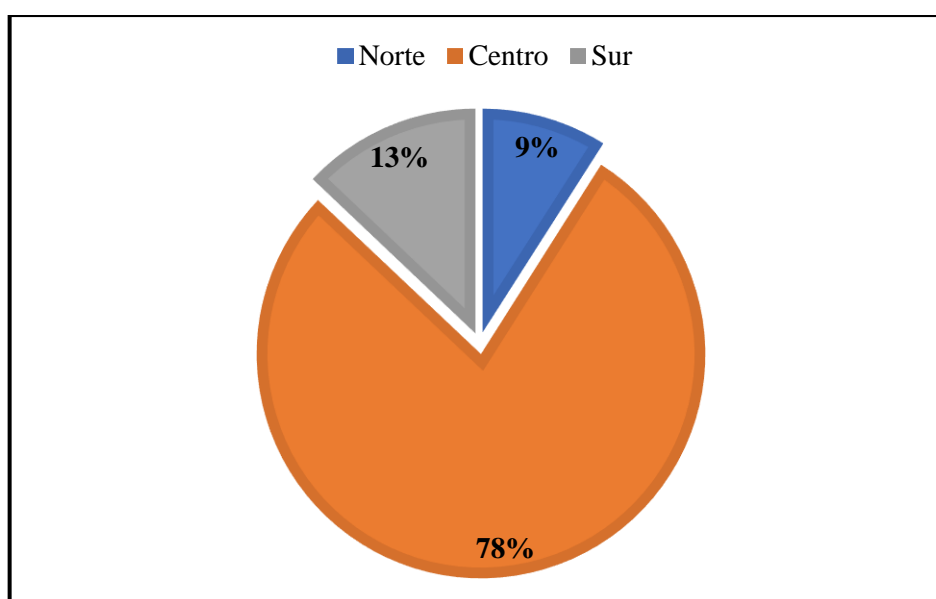
4.1.1.8. ¿En qué parte de la ciudad de Riobamba le gustaría que esté ubicada la Empresa?

**Tabla 8-4:** Ubicación de la Empresa asesora

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Norte	34	9%
Centro	294	78%
Sur	49	13%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector agropecuario

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 8-4:** Resultados del sector a ubicarse la Empresa asesora

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### Análisis e interpretación

De la totalidad de agropecuarios encuestados cerca de la totalidad prefiere que la Empresa esté ubicada en el centro de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, seguida por un pequeño conjunto de personas que eligió el sur como punto de ubicación y un grupo mucho menor aporta que establezca al norte de la localidad. Claramente se aprecia que la mayoría de la urbe estudiada prefiere que la Empresa de Asesoría Financiera se ubique en el centro de la ciudad.

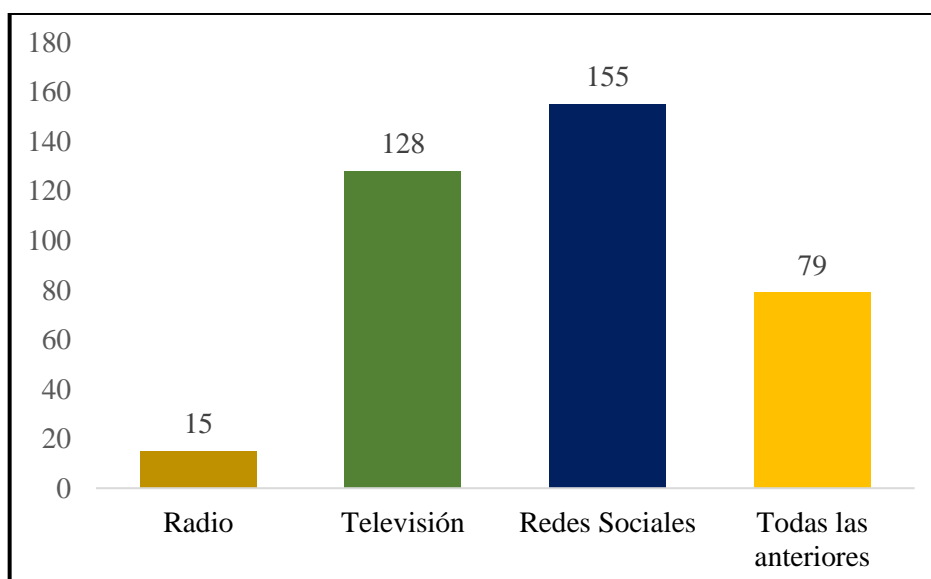
4.1.1.9. ¿Por qué medios de comunicación estaría dispuesto a recibir información referente a los servicios que oferta la Empresa?

**Tabla 9-4:** Selección de medios de comunicación

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Radio	15	4%
Televisión	128	34%
Redes Sociales	155	41%
Todas las anteriores	79	21%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector agropecuario

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 9-4:** Resultados sobre los medios de comunicación más usados

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### Análisis e interpretación

En su mayoría los encuestados del sector agropecuario consideran pertinente como principal medio de comunicación las redes sociales, seguido por un grupo menor que respondió que el medio idóneo es la televisión, y un conjunto mucho más pequeño cree necesario que sea a través de todos los medios publicitarios propuestos por el investigador.

#### 4.1.2. Análisis de datos del sector Artesanal

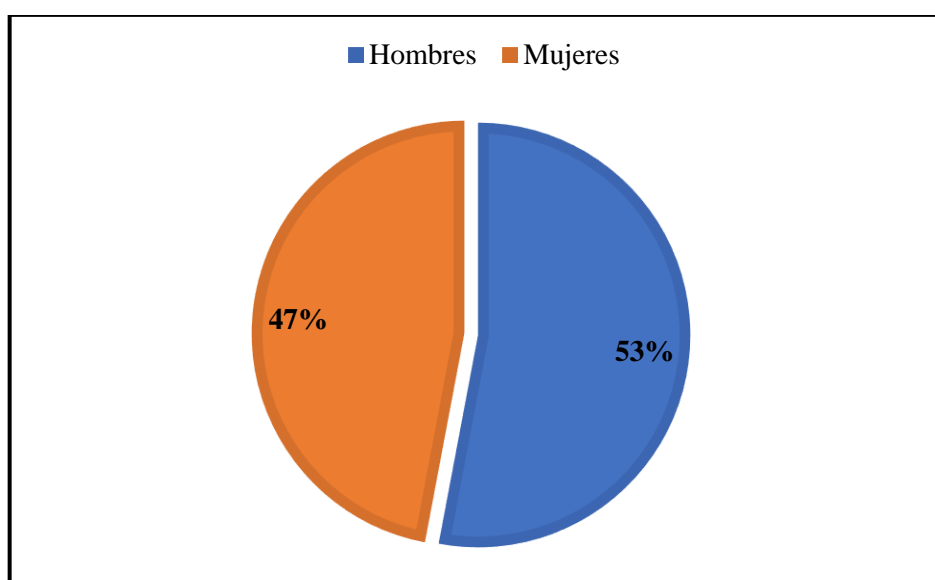
##### 4.1.2.1. Género de la población del sector Artesanal

**Tabla 10-4:** Género poblacional del sector Artesanal

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Hombres	194	53%
Mujeres	172	47%
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector artesanal

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 10-4:** Resultados del género del sector artesanal

Realizado por: Figueroa, C. 2022

#### Análisis e interpretación

La mayoría de la población encuestada del sector artesanal es de género masculino sin embargo, un porcentaje considerable pertenece al género femenino, notando que los hombres son predominantes en este tipo de actividades.

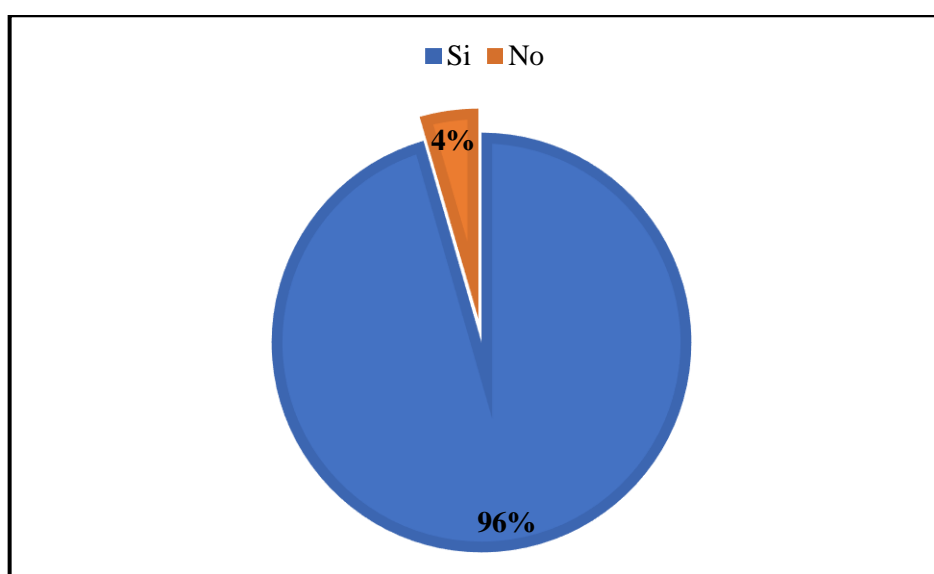
4.1.2.2. ¿Le gustaría un servicio que analice y evalúe sus proyectos de inversión y determine si es viable?

**Tabla 11-4:** Aceptación del servicio

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	351	96%
No	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector artesanal

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 11-4:** Resultados de aceptación del servicio

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### Análisis e interpretación

De las 366 personas pertenecientes al sector artesanal que fueron encuestadas, manifiestan en mayoría que les gustaría un servicio que analice y evalúe sus proyectos de inversión y determine si es viable, sin embargo, un 4% de los encuestados no está de acuerdo con esta alternativa. Concluyéndose que existe un grupo reducido que no está de acuerdo con el servicio de asesor financiero, además, consideran que es sustancial el apoyo de profesionales al invertir su dinero en proyectos de inversión y que antes de utilizar sus recursos puedan conocer si será factible.

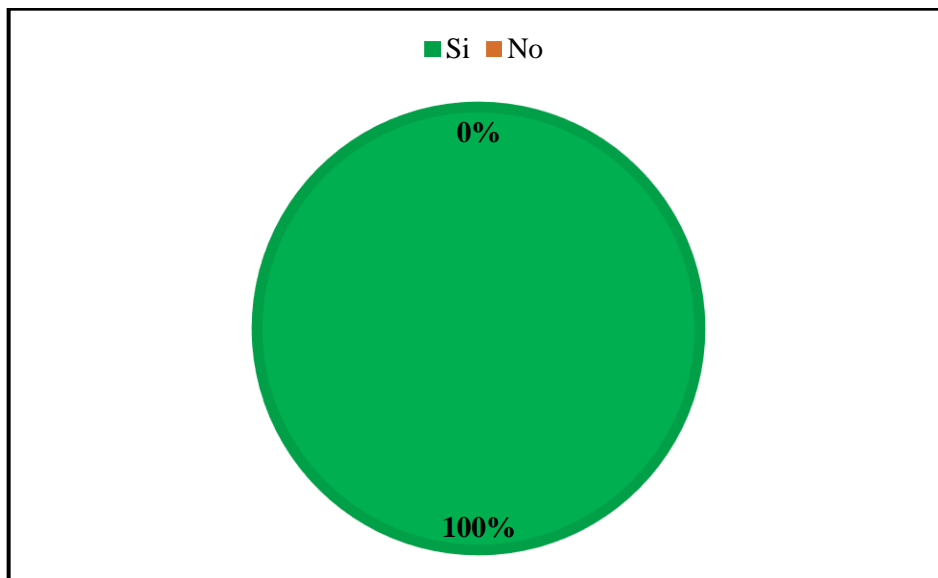
4.1.2.3. ¿Le gustaría que le ayuden a comparar (tasas, costos) y elegir la mejor institución financiera (Banco, cooperativas) para solicitar su préstamo?

**Tabla 12-4:** Frecuencia de aceptación del servicio

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	366	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector artesanal

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 12-4:** Resultados de aceptación del servicio

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### Análisis e interpretación

En su mayoría consideran la necesidad de un análisis adecuado de las tasas y costos, previo a gestionar un préstamo, es decir, que el sector artesanal en su totalidad apoya un servicios que los ayude a elegir las mejores ofertas en tasas y costos para realizar sus préstamos financieros.

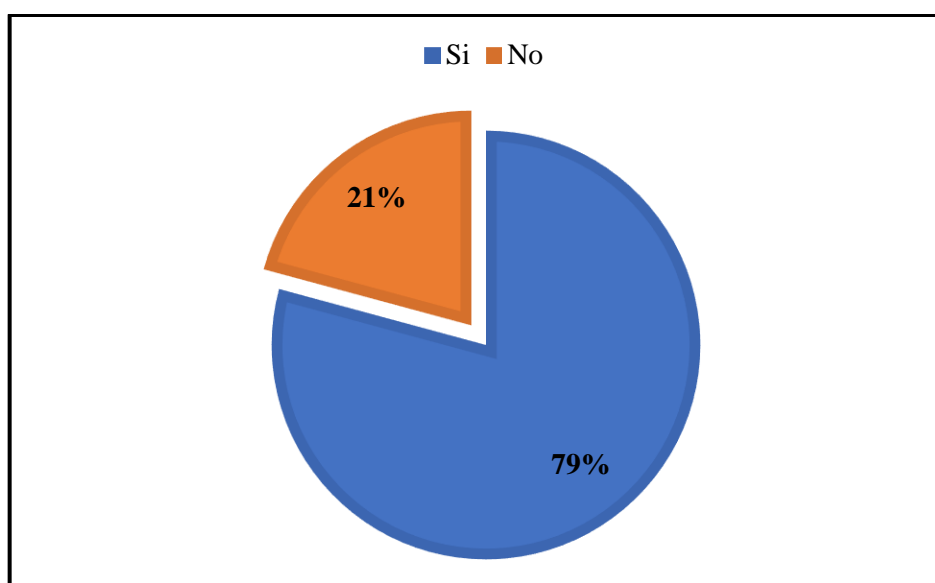
4.1.2.4. ¿Le gustaría un servicio que le guie adecuadamente para invertir el dinero prestado por la entidad prestamista o fondos propios?

**Tabla 13-4:** Frecuencia de aceptación del servicio

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	289	79%
No	154	21%
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector artesanal

Elaborado por: Figueroa Campaña, Carlos, 2022.



**Ilustración 13-4:** Resultados de aceptación del servicio

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con la encuesta realizada al sector artesanal, se aprecia que un gran porcentaje piensa que un servicio que guie adecuadamente en el proceso de inversión del dinero prestado por la entidad financiera sería de mucho apoyo para las personas que componen este sector, mientras que un grupo reducido afirma que el apoyo en este tipo de procesos de inversión no es necesario. Sin embargo, podemos interpretar que un gran grupo de personas considera que sería de gran ayuda el poder tener apoyo profesional para manejar el dinero prestado.



4.1.2.5. ¿Le gustaría recibir capacitaciones sobre cómo invertir sus ahorros en bienes raíces, cupones, fondos del Estado, bolsa de valores nacionales y extranjeras, acciones de empresas, entre otras?

**Tabla 14-4:** Frecuencia de aceptación del servicio

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	359	98%
No	7	2%
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector artesanal

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 14-4:** Resultados de aceptación del servicio

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### Análisis e interpretación

Es evidente que la mayor parte de los encuestados respondieron de manera positiva respecto a la emisión de capacitaciones sobre cómo invertir sus ahorros en bienes raíces, cupones, fondos del Estado, bolsa de valores nacionales y extranjeras, acciones de empresas, entre otras. Mientras que un grupo mínimo respondió de manera negativa. Podemos notar que la mayoría de los artesanos considera necesario e interesante el ser educados en estas temáticas.

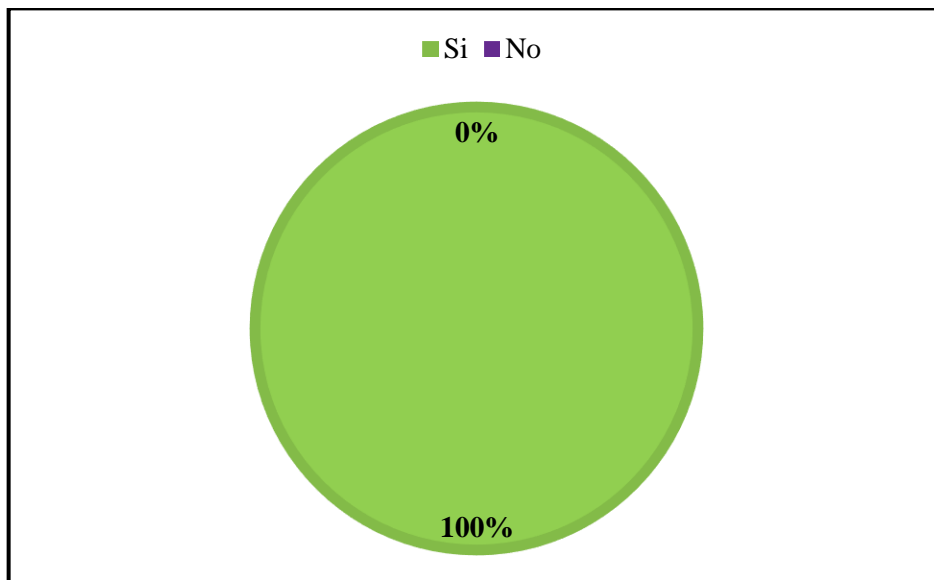
4.1.2.6. ¿Está de acuerdo que se cree una Empresa que le brinde este tipo y otros servicios financieros, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

**Tabla 15-4:** Frecuencia de aceptación para la creación de una Empresa asesora

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	366	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector artesanal

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 15-4:** Resultados de aceptación para la creación de Empresa asesora

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### Análisis e interpretación

Esta es una de las interrogantes de mayor importancia para esta investigación, debido a que se conoce si la población estudiada acogerá y está de acuerdo en la implementación de una empresa que brinde servicios financieros en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Donde se obtuvo resultados muy positivos, arrojando que la totalidad de la población de artesanos brinda su apoyo. En base a este resultado podemos deducir que es factible la implementación de una empresa de Asesoría Financiera.

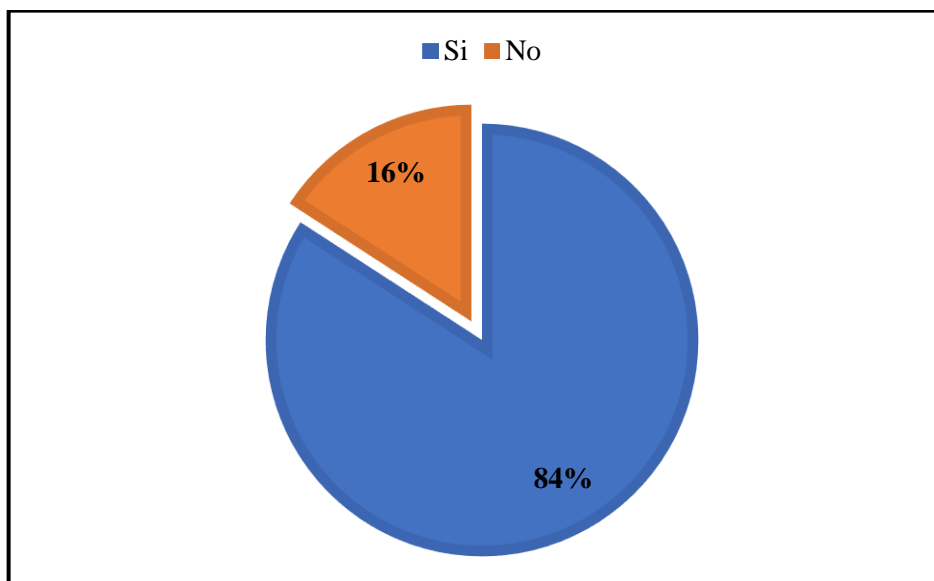
4.1.2.7. ¿Estaría dispuesto a pagar un pequeño costo por la prestación de estos servicios?

**Tabla 16-4:** Frecuencia de aceptación de pago por los servicios

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	307	84%
No	59	16%
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector artesanal

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 16-4:** Resultados de aceptación para el pago por los servicios

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### Análisis e interpretación

De la totalidad de encuestados, un gran grupo manifiesta que está de acuerdo en cancelar un costo por los servicios prestados, y un bajo número de personas respondió que no está de acuerdo en pagar un precio por los servicios ofertados en la empresa, logrando deducir que la mayoría de la población considera que este tipo de servicios deben generar ingresos a quienes lo emiten.

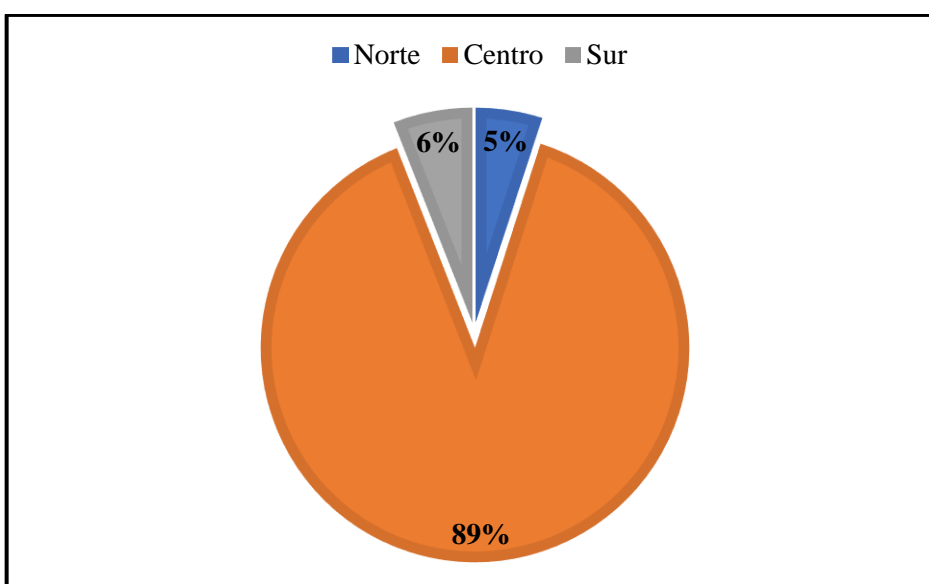
4.1.2.8. ¿En qué parte de la ciudad de Riobamba le gustaría que esté ubicada la Empresa?

**Tabla 17-4:** Frecuencia de selección del sector a ubicarse la Empresa

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Norte	18	5%
Centro	326	89%
Sur	22	6%
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector artesanal

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 17-4:** Resultados del sector para ubicarse la Empresa

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### Análisis e interpretación

De la totalidad de artesanos encuestados cerca de la totalidad prefiere que la Empresa esté ubicada en el centro de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, seguida por un pequeño conjunto de personas que eligió el sur como punto de ubicación y un grupo mucho menor aporta que establezca al norte de la localidad. Claramente se aprecia que la mayoría de la urbe estudiada prefiere que la Empresa de Asesoría Financiera se ubique en el centro de la ciudad.

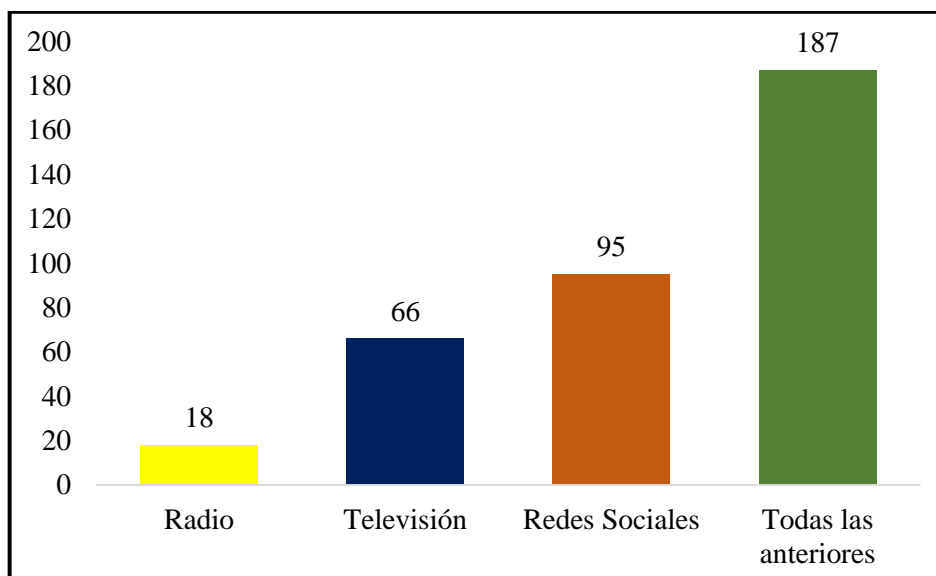
4.1.2.9. ¿Por qué medios de comunicación estaría dispuesto a recibir información referente al portafolio de servicios que oferta la Empresa?

**Tabla 18-4:** Frecuencia de los medios de comunicación más utilizados

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Radio	18	5%
Televisión	66	18%
Redes Sociales	95	26%
Todas las anteriores	187	51%
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada al sector artesanal

Realizado por: Figueroa, C. 2022



**Ilustración 18-4:** Resultados de los medios que usa la población estudiada

Realizado por: Carlos J, Figueroa C. 2022

### Análisis e interpretación

En su mayoría los encuestados del sector artesanal considera como principales medios de comunicación las redes sociales, televisión y radio, seguido por un grupo menor que respondió que el medio idóneo son las redes sociales, y un conjunto mucho más pequeño cree necesario que sea a través de la televisión. Entonces, podemos concluir que los artesanos prefieren que la información sea emitida principalmente por todos los medios de comunicación que presenta el investigador.

## **4.2. Sustento de los resultados obtenidos**

Como sustento referente a los resultados obtenidos en el presente trabajo, se indagó otros autores que desempeñaron estudios similares, de tal manera citamos a Plaza (2018, p. 45) quién en su Trabajo de Titulación detalla que; “cuando se preguntó a la población que pertenece al PEA, sobre la Factibilidad de la creación de una empresa de asesoría financiera, el 65% de encuestados manifiesta que si sería factible el establecimiento de este tipo de empresa en Guayaquil”. Entonces, se observa que más del 50% de la población objetivo apoya este tipo de empresas según el estudio desempeñado por este autor, lo cual respalda el presente estudio.

Por otro lado, Cardona (2011, p. 40) al desarrollar su trabajo de grado obtuvo los siguientes resultados; “el 98% de la población estudiada consideraron que una empresa de consultoría financiera sería útil dejando un 2% que no estaba a favor, un resultado que acerca mucho a la viabilidad de crear una empresa de consultoría financiera”. Una investigación ejecutada al público empresarial, el cual respondió positivamente.

Y por último, Pesantes (2019, p. 45) expresa en su trabajo de titulación que la población que se encuentra dentro del catastro del Registro Único del Contribuyente (RUC) obtiene un resultado donde; “el 100 % considera que si se abriera una nueva empresa de servicio de asesoramiento contable tributario y financiero, acudiría al mismo”.

Ahora bien, podemos notar que los resultados obtenido por los autores citados previamente se relacionan con la presente investigación, respaldando los resultados obtenidos de la urbe estudiada. Por ejemplo, la Población Económicamente Activa, los Empresarios y quienes pertenecen al catastro del Registro Único del Contribuyente, emiten un alto porcentaje de apoyo, referente a la creación de una Empresa de Asesoramiento Financiero y en la presente indagación, el sector agropecuario y artesanal responden de igual manera, siendo la totalidad de la población que está de acuerdo. Se puede notar que los resultados obtenidos en la presente investigación se relacionan en su totalidad con los resultados de Pesantes, mientras que el resto de los autores aportan positivamente. Entonces, se aprecia altas perspectivas con los resultados emanados, por lo que, se especula que existe gran acogida y principalmente es factible la implementación de este tipo de empresa, para la población riobambeña.

## CAPÍTULO V

### 5. MARCO PROPOSITIVO

#### 5.1. Propuesta

DESARROLLO DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ASESORA FINANCIERA ENFOCADA AL SECTOR AGROPECUARIO Y ARTESANAL DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

#### 5.2. Objetivo de la propuesta

Determinar la factibilidad de la creación y puesta en marcha de la Empresa “ASF” S. A Agencia de Servicios Financieros para los sectores agropecuarios y artesanales.

#### 5.3. Desarrollo

##### 5.3.1. *Estudio de Mercado*

###### 5.3.1.1. *Descripción de los servicios*

Nuestros servicios están enfocados principalmente en asesorar procesos financieros, emitir un sustento adecuado y profesional al sector agropecuario y artesanal. Se brindarán en dos modalidades; de forma presencial, donde el cliente tendrá la posibilidad de interactuar directamente con el asesor y presentar sus dudas, ante cualquier proceso relacionado y en la modalidad virtual, ya que los avances tecnológicos han mostrado cierto nivel de satisfacción en la humanidad, durante estos últimos tiempos, por lo tanto, nuestros servicios se adaptarán para brindar atención a nuestros clientes de manera digital o virtual, a través de las diferentes plataformas como; Zoom, Microsoft Teams, Google Hangouts, Skype, UberConference y entre otras.

Los precios establecidos para cada servicio están basados en el Estudio de Mercado y la competencia que se ubica fuera de la zona de estudio, mismos que generarán un margen de rentabilidad gradualmente y a la vez se consideró el nivel de ingresos o estatus social de los sectores para quienes está dirigido nuestros servicios.

### 5.3.1.2. Clasificación Internacional Industrial Uniforme

**Tabla 1-5:** Clasificación Internacional Industrial Uniforme

	<b>Código</b>	<b>Descripción</b>
<b>Clasificación CIU</b>	K	Actividades Financieras y de Seguros.
<b>Sector</b>	K66	Actividades Auxiliares de las Actividades de Servicios Financieros.
<b>Subsector</b>	K661	Actividades Auxiliares de las Actividades de Servicios Financieros, Excepto las de Seguros y Fondos de Pensiones.
<b>Rama de la Actividad</b>	K6619	Otras Actividades Auxiliares a las Actividades de Servicios Financieros.
<b>Actividad</b>	K6619.03	Actividades de asesores y corredores hipotecarios.

Fuente: INEC, 2022

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.1.3. Necesidad que satisface

Nuestros servicios están enfocados en satisfacer las necesidades que se ha detectado en la ciudadanía relacionados con temas financieros como; el endeudamiento con entidades financieras, el manejo del dinero en tiempos modernos y como invertirlo. Proveer ayuda en la toma de decisiones sobre sus proyectos, el manejo de su economía disminuyendo la posibilidad de caer en deudas o en problemas financieros.

### 5.3.1.4. Características de los servicios

- Nuestros servicios son asequibles para todo tipo de persona que disponga de inseguridad, desconfianza y principalmente desconocimiento sobre el mundo de las finanzas.
- Son adecuados y se adaptan con facilidad a la comodidad del cliente, porque pueden elegir la modalidad de atención, presencial, virtual o telefónica.
- Serán de carácter proactivo y reactivo.

### 5.3.1.5. Servicios principales y secundarios

**Tabla 2-5:** Servicios principales y secundarios

<b>Servicios Principales</b>	<b>Servicios Secundarios</b>
Asesoría y gestión de las mejores líneas de crédito.	Asesoramiento sobre sistemas Contables y Tributarios
Asesoría y construcción de proyectos de inversión.	Políticas de cobro y crédito
Consulta	
Capacitación sobre el mercado bursátil, bolsa de valores y educación Financiera	

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022



### 5.3.1.6. Área de Mercado

#### Mercado Objetivo

Nuestro público objetivo son todas las personas que conforman el sector agropecuario y artesanal ubicados geográficamente en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

#### Estimación del Consumo Aparente

En la siguiente matriz se aborda los resultados obtenidos en las encuestas para analizar el nivel de consumo o demanda que tendrá nuestros principales servicios ofertados.

**Tabla 3-5:** Estimación de la demanda

N.	Variable	Demanda Estimada			
		Agropecuarios		Artesanos	
		%	Demanda	%	Demanda
1	¿Le gustaría un servicio que analice y evalúe sus proyectos de inversión y determine si es viable?	86,69%	17.617	95,54%	7.373
2	¿Le gustaría que le ayuden a comparar (tasas, costos) y elegir la mejor institución financiera (Banco, cooperativas) para solicitar su préstamo?	93,17%	18.832	100%	7.680
3	¿Le gustaría un servicio que le guíe adecuadamente para invertir el dinero prestado por la entidad financiera o fondos propios?	96,04%	19.439	79,21%	6.067
4	¿Le gustaría recibir capacitaciones sobre cómo invertir sus ahorros en bienes raíces, cupones, fondos del Estado, bolsa de valores nacionales y extranjeras, acciones de empresas, entre otras?	87,05%	17.617	98,02%	7.526
<b>Promedio</b>		<b>91%</b>	<b>18.376</b>	<b>93%</b>	<b>7.162</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

El promedio de demanda por parte del sector agropecuario es del 91% y el artesanal un 93%, aplicando en la totalidad de la población de cada sector se obtiene que de 20.249 agropecuarios

18.427 serán consumidores y de 7.680 artesanos 7.142 acudirán a nuestras instalaciones, lo que significa que un total de 25.569 habitantes demandarán nuestros servicios.

Entonces, a continuación, mediante la siguiente matriz se establecerá el número de personas que acudirán frecuentemente por nuestros servicios ofertados, y poder proyectar la demanda a cinco años.

**Tabla 4-5:** Consumo aparente

<b>Sector Agropecuario</b>			
<b>Total de Agropecuarios 20.249</b>			
<b>Nivel de consumo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Indiferente</b>
	91%	0%	9%
	18.427	0	1.822
<b>Consumo aparente</b>	18.427		
<b>Sector Artesanal</b>			
<b>Total de Artesanos 7.680</b>			
<b>Nivel de consumo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Indiferente</b>
	93%	0%	7%
	7.142	0	537.6
<b>Consumo aparente</b>	7.142		
<b>Total consumo aparente</b>	<b>25.569</b>		

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

El consumo aparente total entre los dos sectores en estudio es de 25.569, lo que significa que más de 25 mil agropecuarios y artesanos demandarán nuestros servicios.

#### Proyección de la demanda

Para la identificación de la tasa de crecimiento demográfico de la población económicamente activa en la ciudad de Riobamba, se desarrolló indagaciones en los archivos de la Alcaldía de Riobamba, recatando que desde el 2021, ha aumentado la migración, provocando que el número de pobladores disminuya en ciertos cantones de Chimborazo, sin embargo, en Riobamba se ha dado un crecimiento de **2,2%** respectivamente.

Posteriormente a la identificación de la tasa de crecimiento poblacional, procedemos a utilizar la fórmula del monto;

Fórmula

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

C<sub>o</sub>: consumo aparente

i: tasa crecimiento

n: número de años

**Tabla 5-5:** Cálculo de proyección de la demanda

Cn	Co	(1+i) <sup>n</sup>	Demanda proyectada
1	<b>25.569</b>	1,0220	26.132
2		1,0445	26.706
3		1,0675	27.294
4		1,0909	27.894
5		1,1149	28.508

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.1.7. Análisis de la oferta

#### Análisis de la competencia

Previo un estudio exhaustivo en páginas digitales como el INEC, Super Intendencia de Compañías, Servicio de Rentas Internas (SRI) y entre otras, referente a la cantidad de empresas que brinden servicios de Asesorías Financieras en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, se ha determinado que no existen Empresas con este tipo de actividad económica, lo que significa que no existe competencia directa en la localidad, sin embargo, se encontró organizaciones que brindan ciertos servicios relacionados, como son las Consultoras Empresariales, Firms Auditoras y Entidades Financieras, las cuales, se considera como competencia indirecta. Sin embargo, para el cálculo de la proyección de la oferta es recomendable desarrollarse según empresas con el mismo giro o actividad económica.

#### Estimación de la oferta

Dado que no existe competencia directa en la localidad, se procedió a establecer datos de cero en cuanto al número de empresas registradas, clientes, ventas mensuales y anuales, como se detalla a continuación;

**Tabla 6-5:** Estimación de la oferta

Número de empresas registradas	N. de Clientes diariamente	Ventas mensuales (20 días)	Ventas anuales (12)
0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Proyección de la Oferta

Para realizar el presente cálculo se usará la fórmula del monto, mismas que se detalla a continuación;

Formula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Co: oferta aparente

i: tasa de crecimiento

n: número de años

Proceso de cálculo;

Previo a lo explicado, se entiende que nuestra empresa no cuenta con competencia directa, sin embargo, se consideró necesario demostrar el porcentaje de crecimiento empresarial, porque es un dato que hace alusión al crecimiento o desarrollo del país, por lo tanto, para hallar el dato que solicita la fórmula del monto se extrajo información del INEC sobre el número de empresa desde el año 2016 hasta el 2020, y el cálculo arrojó tendencia a la baja, es decir, decrecimiento para el año 2021, demostrado en el siguiente cuadro;

**Tabla 7-5:** Crecimiento Empresarial

Años	% de crecimiento
2016	4,23%
2017	0,26%
2018	-3,12%
2019	-4,77%
2020	4,23%
<b>Promedio</b>	<b>-1,01%</b>

Fuente: INEC, 2020

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### Datos

Co = 0

i = -1,01%

n = 5

**Tabla 8-5:** Cálculo de la proyección de la oferta

Cn	Co	(1+i) <sup>n</sup>	Proyección oferta
1	0	0,9899	0
2		0,9799	0
3		0,9700	0
4		0,9601	0
5		0,9504	0

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Cálculo de la Demanda Insatisfechas

**Tabla 9-5:** Cálculo de la demanda insatisfecha

Años	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
1	26.132	0	26.132
2	26.706	0	26.706
3	27.294	0	27.294
4	27.894	0	27.894
5	28.508	0	28.508

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.1.8. Análisis de la Demanda Insatisfecha

Ahora bien, al no disponer de una competencia directa en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, claramente la demanda insatisfecha será la totalidad de la población agropecuaria y artesanal que respondió positivamente en el levante de información.

Entonces, la presente matriz demuestra que para el primer año existirá una demanda de 26.132 ciudadanos que acudirán a nuestras instalaciones por asesorías, cantidad que continuará creciendo gradualmente durante cada periodo.

### 5.3.1.9. Participación en el Mercado

Se consideró un escenario muy pesimista motivo por el cual se determina un crecimiento de participación en el mercado del 0,01% debido a que la situación del país presenta diversos factores que impiden que las organizaciones puedan desarrollarse con rapidez y facilidad.

**Tabla 10-5:** Participación en el Mercado

Años	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha	Participación en el mercado
1	26.132	0	26.132	0,60%
2	26.706	0	26.706	0,61%
3	27.294	0	27.294	0,62%
4	27.894	0	27.894	0,63%
5	28.508	0	28.508	0,64%

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.1.10. Marca

Logo



**Ilustración 1-5:** Logo de ASF S. A

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Slogan

*Satisfaciendo tus necesidades Financieras*

### 5.3.1.11. Canales de distribución

La forma de distribución con el que contará nuestra empresa será un canal directo, directamente con el consumidor final, a través de la modalidad presencial y virtual.

### 5.3.1.12. Precio de los servicios

Se tomó en cuenta el sistema de cobro de las Entidades Bancarias para dos de nuestros servicios, mientras que para ubicar los precios para cada servicio se usó un escenario pesimista.

**Tabla 11-5:** Precios de los servicios

	Servicio	Variable	Precio
A	Asesoría en la selección y gestión de líneas de crédito.	500,00 a 20.000,00	1,5%
		20.000,01 en adelante	3,0%
B	Gestión de proyectos de inversión	Hasta 25.000,00	4,0%
		Hasta 50.000,00	5,0%
		50.000,01 en adelante	6,0%
C	Consulta	Por consulta	12,00
D	Capacitación sobre temas financieros	Por hora	40,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.1.13. Promoción

Para dar inicio con el marketing de nuestra Empresa de Asesoría Financiera, principalmente nos basaremos en la información recolectada a través de las encuestas, la mayor parte de la población del sector agropecuario prefirió que se emita mayor información mediante las redes sociales, lo cual, es una ventaja debido al gran volumen de personas que se puede llegar, considerando que no requiere una gran inversión. En segunda instancia, la televisión es otro de los medios más elegidos por esta localidad, siendo un mecanismo que presenta una amplia cobertura y alcance, llegando a todos los niveles sociales. A pesar de que la tecnología ha

logrado un gran crecimiento, sigue siendo un medio cercano a las familias y de alta importancia en los hogares. El sector artesanal, por otro lado, opta por una publicidad variada entre las redes sociales, televisión y radio, permitiendo priorizar los medios de publicidad que más convenga a la empresa, generando planes de marketing para llegar a nuestros clientes.

Entonces, como se trata de una empresa en iniciación se pretende que durante el primer año de operación de la empresa se planea promocionar nuestros servicios a través de métodos de marketing sencillos que demanden una mínima inversión, teniendo en cuenta que para el segundo año se proyecta establecer métodos mucho más rigurosos y poder llegar a clientes de todo el país.

Por lo tanto, uno de los principales métodos de publicidad será la repartición de volantes en las principales avenidas de la ciudad, instituciones financieras, parques, etc. Además, el estudio poblacional arrojó relación entre los sectores que prefieren mayor información por las redes sociales, entonces, se considerará un Plan de Social Media Marketing o también conocido como Plan de Marketing en Redes Sociales, trata de un documento donde se establece detalladamente las estrategias que se utilizarán para alcanzar los objetivos de marketing, haciendo uso de las redes sociales, donde es posible elaborar videos cortos no mayores a 30 segundos con información interesante que nos permita aprovechar el “efecto bola de nieve de los social media”, el cual tiene por objetivo crear contenido que motive a los usuarios a compartirlo hasta que se logre llegar a plataformas importantes. Por otro lado, como la urbe estudiada se trata de sectores que habitan en zonas rurales, se intuye que la radio es la mejor forma de llegar mientras realizan sus actividades diarias de campo, por lo que se consideró contratar cuñas de un tiempo determinado en la radio.

Adicional, se promoverá el método de marketing B2B “Marketing de negocio a negocio” el cual se trata de la venta en línea de los servicios, creando una tienda virtual por medio del cual se ofrecerá servicio a compañías. De igual manera el método BtoC “Negocio a Consumidor” es sustancial debido a que se trata de un método que se maneja sin intermediarios directamente con el consumidor, llegando a ellos mediante puntos de información ubicados en lugares y épocas estratégicas, es más, de esta manera se estimula la publicidad de boca en boca en la ciudadnía. Sin embargo, considerando los resultados del estudio donde la televisión fue el segundo medio de comunicación seleccionado, se espera implementar un plan o paquete publicitario en la televisión ecuatoriana después de haber transcurrido un tiempo operando la Institución.



5.3.1.14. Modelo CANVAS

Tabla 12-5: Modelo CANVAS

MODELO CANVAS				
Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con los clientes	Segmentación de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>— El Estado Ecuatoriano</li> <li>— Profesionales Financieros</li> <li>— Entidades prestamistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Proactivas y Reactivas</li> <li>— Variedad en políticas de Marketing</li> <li>— Políticas de cobro</li> <li>— Atención al cliente</li> <li>— Adaptación a la tecnología moderna</li> </ul>	Servicios totalmente confiables, adaptados a la comodidad del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Valoración de la atención recibida</li> <li>— Espacio de espera cómodo</li> <li>— Descuentos a clientes frecuentes</li> <li>— Mensajes en fechas importantes a clientes fieles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Agropecuarios</li> <li>— Artesanos</li> </ul>
	<b>Recursos Clave</b>		<b>Canales</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Equipos tecnológicos actualizados</li> <li>— Información de primera mano</li> <li>— Capital humano con estudios académicos afines a los procesos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>— Redes sociales</li> <li>— Televisión</li> <li>— Radio</li> <li>— Eventos sobre temas financieros</li> <li>— Puntos de atención al cliente</li> <li>— Afiches</li> </ul>	
<b>Estructura de Costos</b>		<b>Fuentes de Ingreso</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Costos fijos y variables</li> <li>— Gastos emergentes</li> <li>— Otros gastos de ventas y administrativos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>— Asesorías financieras, tributarias y contables</li> <li>— Capacitaciones</li> <li>— Control de inversiones</li> <li>— Comisiones</li> <li>— Consultas</li> </ul>		

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.2. Estudio Técnico

#### 5.3.2.1. Tamaño del proyecto

Estimación de la capacidad de atención

Para la estimación de la capacidad de atención que dispone nuestra empresa,

**Tabla 13-5:** Estimación de capacidad de atención

Tiempo	Cantidad	Variable
Hora	3	Personas
Diario (8 horas)	24	Personas
Mensual (20 días)	480	Personas
Anual	5.760	Personas

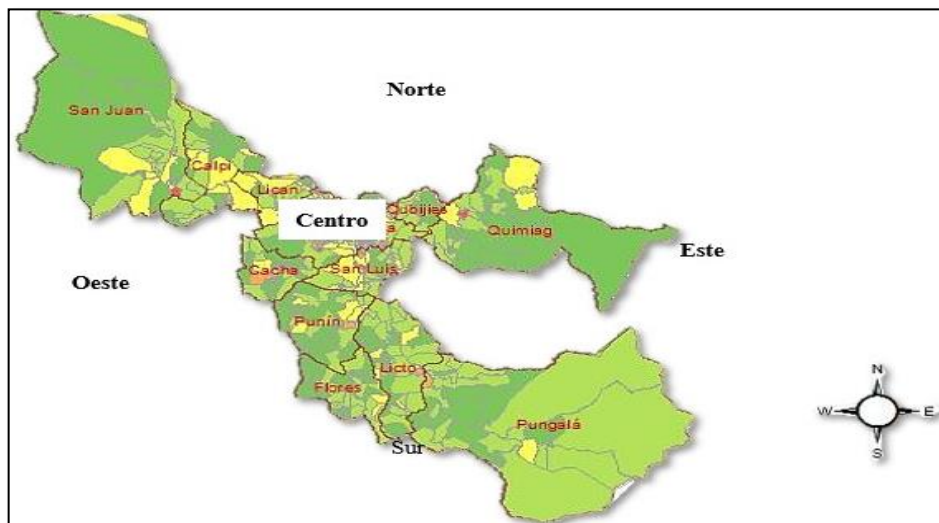
Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

#### 5.3.2.2. Localización

Macrolocalización

En base a los resultados obtenidos en la recolección de información a los sectores agropecuario y artesanal, se determinó que la empresa se ubicará en el centro de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, como se puede apreciar en la siguiente ilustración;



**Ilustración 2-5:** Macrolocalización

Fuente: Google Map, 2022

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Microlocalización

Estará ubicada en las calles Cristóbal Colón y Primera constituyente, como se puede observar en la siguiente ilustración;



**Ilustración 3-5:** Microlocalización

**Fuente:** Google Map, 2022

**Realizado por:** Figueroa, C. 2022

### 5.3.2.3. Ingeniería del proyecto

#### Proceso de emisión del servicio

**Tabla 14-5:** Procedimiento





Pasos	Procedimiento	
	Virtual	Presencial
1	Atender correos electrónicos, redes sociales y llamadas telefónicas.	Atender al cliente
2	Coordinar la modalidad de atención y detalles del servicio.	Detalles del servicio
3	Reunirse con el cliente	Firmar contrato para la emisión del servicio
4	Firmar contrato para emisión del servicio.	Ejecución de la asesoría
5	Ejecución de la asesoría	

**Fuente:** Elaboración propia

**Realizado por:** Figueroa, C. 2022

Flujograma del proceso de emisión de los servicios

**Tabla 15-5:** Simbología

Simbología Utilizada	
	Inicio / Fin
	Espera
	Operación
	Decisión

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

**Tabla 16-5:** Proceso de emisión de los servicios

N.	Actividad	Símbolos				Tiempo Estimado en minutos
						
1	Encuentro	x				1
2	Selección del motivo de la asesoría		x		x	2
3	Acuerdo económico de la asesoría		x			3
4	Desarrollo de la asesoría			x		6
5	Cierre del trabajo asesorado			x		2
6	Toma de decisiones		x			3
7	Soporte y logística sobre las decisiones			x		3
8	Facturación del servicio		x		x	1
9	Finalización del servicio	x				1
<b>Total</b>						<b>20 min</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.2.4. Necesidades

#### Talento Humano

**Tabla 17-5:** Sueldos y salarios

ROL DE PAGOS							
CARGO	INGRESOS			TOTAL INGRE.	DESC.	TOTAL DESC.	LIQ. A PAGAR
	SUELDO	H. EXT.	OTROS		APORTE INDV.		
Gerente - Asesor Financiero	\$550,00			\$550,00	\$51,98	\$51,98	\$ 498,03
Agente de atención al cliente	\$450,00			\$450,00	\$42,53	\$42,53	\$407,48
Sub Total	\$1.000,00	\$ -	\$ -	\$1.000,00	\$94,50	\$94,50	\$905,50
Mensual	\$1.000,00	\$ -	\$ -	\$1.000,00	\$94,50	\$94,50	\$905,50
Anual	\$12.000,00	\$ -	\$ -	\$12.000,00	\$1.134,00	\$1.134,00	\$10.866,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

#### Beneficios sociales

**Tabla 18-5:** Beneficios sociales

ROL DE PROVISIONES							
CARGO	BASE IMP.	BENEFICIO SOCIALES ADICIONALES					TOTAL PROV.
		Aporte patronal al IESS	Sueldo XIII	Sueldo XIV	Vacaciones	Fondos de Reserva	
Gerente - Asesor Financiero	\$550,00	\$66,83	\$45,83	\$35,42	\$22,92	\$45,83	\$216,83
Agente de servicio al cliente	\$450,00	\$54,68	\$37,50	\$35,42	\$18,75	\$37,50	\$183,84
Sub Total	\$1.000,00	\$121,50	\$83,33	\$70,83	\$41,67	\$83,33	\$400,67
Anual	\$12.000,00	\$1.458,00	\$1.000,00	\$850,00	\$500,00	\$1.000,00	\$4.808,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Equipos de cómputo

Se tomó como referencia de precios las páginas principales de la empresa Mundo Tek, mayorista en tecnología.

**Tabla 19-5:** Equipos de cómputo

Equipos	Cant.	Características	Costo Unit.	Costo Total
Laptops	2	Procesador Intel Core i3, memoria RAM 8 GB y disco sólido o común. LENOVO	580,00	1.160
Mouse	2	Color negro, marca Genius.	3,50	7,00
Impresora	1	Epson L3210	260,00	260,00
Auriculares estéreo	1	Auriculares con micrófono integrado para atención al cliente.	60,00	60,00
<b>Total</b>				<b>1.487,00</b>

Fuente: Mundo Tek, 2022

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Inmobiliario

Se tomó como referencia de precios las páginas principales de los Almacenes Boyacá

**Tabla 20-5:** Mobiliario

Materiales de uso administrativo	Cant.	Características	Costo Unit.	Costo Total
Escritorio	2	Elaborado de madera y aluminio con 2 cajones. Largo 1.20, altura 0.75 m, ancho 0.50 m. Color negro.	95,00	190,00
Silla con espaldar de malla negra	8	Silla hidráulica para oficina con brazos, incluye un pistón para regular la altura. Espaldar de malla. Color negro.	80,00	640,00
Sillas de espera bipersonal	2	Trio de sillas juntas, color verde.	120,00	240,00
Estante para carpetas colgantes	1	Color negro de metal. 900 x 400 x 2.00	360,00	360,00
Armarios de oficina	2	Armarios para oficina, color gris.	120,00	240,00
Mesa de reuniones	1	Madera 3 x 2,5. Color negro.	160,00	160,00
<b>Total</b>				<b>1.830,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Materiales de limpieza

Se tomó como referencia de precios las páginas principales del comercial TÍA S. A

**Tabla 21-5:** Materiales de limpieza

Equipos	Cant.	Características	Costo Unit.	Costo Total
Escoba	1	Escoba plástica con tubo plastificado	3,00	3,00
Recogedor	1	Pala plástica mango largo.	1,00	1,00
Bolsas plásticas	2	Paquetes de 10, color negro.	2,00	4,00
Ambientador ecológico	1	Spray 350 ml	2,50	2,50
Papel Higiénico	1	Paquete de papel higiénico 24 unidades	12,00	12,00
Franela	1	Pieza de tela de fibra sintética o algodón.	1,00	1,00
Jabón líquido	1	Dispensador de jabón líquido en acabado transparente de plástico.	13,00	13,00
Trapeador	1	Plástico giratorio y tacho	20,00	20,00
Tachos de basura	1	Ratan Vaiven 12	8,00	8,00
Limpia vidrio	1	Atomizador Tips 500 ml	4,00	4,00
<b>Total</b>				<b>68,50</b>

Fuente: Comercial TÍA S. A, 2022

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Materiales de servicios básicos

**Tabla 22-5:** Servicios básicos

Equipos	Modalidad	Costo Unit.	Costo Total	Frecuencia de compra	Annual
Energía eléctrica	Variable	15,00	15,00	Mensual	180,00
Agua	Variable	10,00	10,00	Mensual	120,00
Internet	Fijo	32,00	32,00	Mensual	384,00
<b>Total</b>					<b>684,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Útiles de oficina

Se tomó como referencia de precios las páginas principales del comercial TÍA S. A

**Tabla 23-5:** Útiles de oficina

Equipos	Cant.	Características	Costo Unit.	Costo Total
Carpetas	75	Carpetas de varios colores, de cartón colgantes. Capacidad de carpetas colgantes 88.	0,90	67,5
Folder	4	Carpeta folder con anillos color negro.	3,50	14,00
Resmas de papel	2	Paquete de hojas de papel bond A4	4,00	8,00
Esferos	1	Caja de esferos 20 unidades. Color Azul.	5,80	5,80
Caja de clips	1	Caja de CLIPS STANDAR 33 mm tiene las dimensiones: 4.2 x 6.3 cm. 100 unidades	1,50	1,50
Perforadora	1	Perforadora metálica mediana Jeff	4,00	4,00
Tarjeteros	2	Elaborados de madera, tamaño tarjeta. Abarca 15 tarjetas.	5,00	10,00
Sellos	1	Personalizados medianos, color negro. Material caucho.	12,00	12,00
Tinta de impresora	1	Kit de tinta para impresora Epson	26,00	26,00
<b>Total</b>				<b>148,80</b>

Fuente: Comercial TÍA S. A, 2022

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Constitución de la Empresa

La Superintendencia de Compañías, a través de su representante Suad Manssur, emite un comunicado a la ciudadanía emprendedora que el proceso de constitución de empresas se lo puede desarrollar de manera virtual, método que permite al usuario ahorrar ciertos gastos, por ejemplo, como honorarios de abogado, resultado un costo total de 414,94 todo el proceso.

**Tabla 24-5:** Gastos de constitución

Gastos de Constitución	Detalles	Costo Total
Constitución	Gasto global en línea	414,94
Patente Municipal	Solicitar patente municipal al GAD Riobamba	10,00
Registro de Marcas y Patentes	Registrar la marca de nuestra organización	208,00
<b>Total</b>		<b>632,94</b>

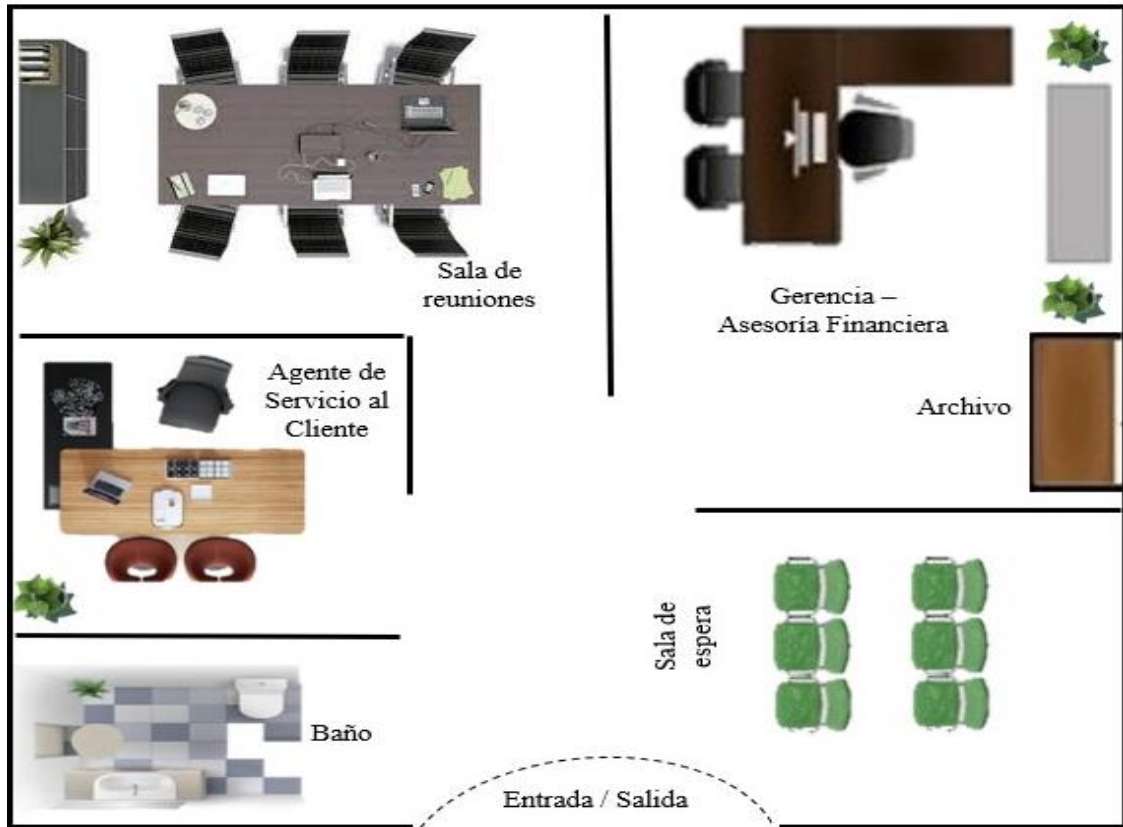
Fuente: Superintendencia de compañías, 2022.

Realizado por: Figueroa, C. 2022



### 5.3.2.5. Diseño del proyecto

#### Plano de distribución de Espacios Físicos



**Ilustración 4-5:** Distribución física del espacio

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.2.6. Arrendamiento

En cuanto a la infraestructura de nuestra Empresa, se planea arrendar un espacio transversal ya que se investigó que es más económico, en el centro de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo.

**Tabla 25-5:** Arriendo

Actividad	Detalle	Cant.	Costo Unit.	Costo Total
Arriendo	Arriendo de local	6 x 7 m2	450,00	450,00
<b>Total</b>				<b>450,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Instalación

**Tabla 26-5:** Instalaciones

Actividad	Detalle	Cant.	Costo Total
Instalación de internet	Instalación de internet Netlife, plan de 32,00.	1	50,00
Instalación de puerta principal de cristal	Elaboración y adecuación de la puerta principal en la oficina, con cristal templado.	1	215,00
Colocación de paneles de oficinas	Colocación y adecuación de paneles de oficina.	1	280,00
<b>Total</b>			<b>545,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.2.7. Marketing

#### Publicidad y promoción

Las hojas volantes se imprimirán a blanco y negro, y para los puntos de información se alquilará una carpa, mesa y silla.

**Tabla 27-5:** Gastos en Publicidad y promoción

Método	Detalle	Cant.	Costo Unit.	Costo Total
Volantes	Hojas volantes repartidas en la localidad	1.000	0,10	100,00
Marketing BtoC	Negocio a consumidor, a través de puntos de información.	1	120,00	120,00
Radio	Cuñas de 60 segundos	1	33,60	33,60
<b>Total</b>				<b>253,60</b>

Fuente: Medio públicos del Ecuador, 2022

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.3. *Estudio Legal*

#### 5.3.3.1. *Persona Jurídica*

Conforme lo estipula el libro 1 de las personas jurídicas del Código Civil Ecuatoriano vigente en el Art. 564.- “Se llama persona jurídica una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente” (Corporación de Estudios y Publicaciones, 2019, p. 135)

#### 5.3.3.2. *Régimen Económico*

Según la Constitución de la República del Ecuador, en la sección primera del Sistema Económico y Política Económica, Artículo 283. –

*El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios* (Constitución de la República del Ecuador, 2015, p. 125)

#### 5.3.3.3. *Ley de Compañías*

De acuerdo con la Ley de Compañías del Ecuador, sección VI de la Compañía Anónima, artículo 144. –

*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. Lo términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc., no serán de uso exclusiva e irán acompañadas de una expresión peculiar* (Ley de Compañías, 2022, p. 27)

Se decidió por este tipo de compañía porque se pretende buscar financiamiento en inversionistas ya sea inscribiendo el proyecto en concursos o simplemente solicitar apoyo. Por este motivo, en cualquier etapa el patrimonio estará constituido por varios socios, por lo que, nuestra organización se constituirá bajo el nombre de Empresa de servicios ASF S. A regida principalmente por la ley de promoción y formalización de micro y pequeña empresa (PYMES), sin embargo, para su respectiva constitución se efectuará un estudio que determine la factibilidad de la misma.

#### 5.3.3.4. *Constitución de la Empresa*

Para su respectiva constitución la Ley de Compañías detalla en el artículo 153. – “Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse” (Ley de Compañías, 2022, p. 29)

La escritura contendrá además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- h) El domicilio de la compañía (Ley de Compañías, 2022, p. 29)

#### 5.3.3.5. *Minuta de Constitución de sociedades*

La siguiente plantilla de minuta de Constitución de sociedades fue extraída de la Superintendencia de Compañías;

**SEÑOR NOTARIO.** – En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, sírvase incorporar una más de constitución simultánea de Compañía Anónima, contenida dentro de las siguientes cláusulas. –

**PRIMERA. - COMPARECIENTES.** - Comparecen al otorgamiento de este instrumento el señor(a) **Carlos Joel Figueroa Campaña** de estado civil **soltero**, de ocupación **Lic. en Finanzas**; El compareciente es mayor de edad, domiciliado en el Cantón Loreto, Provincia de Orellana, legalmente capaz para contratar y poder obligarse, de nacionalidad ecuatoriana.

**SEGUNDA. - DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.** – El compareciente declara que es su voluntad fundar, por vía simultánea, como en efecto lo hacen, la Compañía Anónima “ASF” que se constituye mediante el presente instrumento, por consiguiente, tienen la calidad de fundador de la Compañía el compareciente que otorga la presente Escritura Pública. –

**TERCERA. - RÉGIMEN NORMATIVO.** – El fundador expresa que la Compañía Anónima que constituye se regirá por la Ley de Compañías y por las demás Leyes de la República del Ecuador, en lo que fueren pertinentes, y por los estatutos que se insertaren a continuación.

**CUARTA: ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA.** –

## **TÍTULO I**

**DEL NOMBRE, PLAZO, OBJETO SOCIAL Y DOMICILIO.** –

**ARTÍCULO PRIMERO:**

**NOMBRE.** - El nombre de la compañía que se constituye es ASF S.A., sus operaciones comerciales se efectuarán bajo esta nominación, sus actos se realizarán al amparo de lo que establece: la Constitución de la República del Ecuador, sus Leyes, Reglamentos; y, el presente Estatuto.

**ARTÍCULO SEGUNDO:**

**PLAZO DE DURACIÓN.** - La compañía durará cincuenta años desde la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil, pero este plazo podrá reducirse o prorrogarse e incluso podrá disolverse anticipadamente, observándose en cada caso las disposiciones legales pertinentes y lo previsto en estos estatutos.

### **ARTÍCULO TERCERO:**

**OBJETO SOCIAL.** - La compañía tendrá por objeto: la emisión de servicios de asesoría financiera.

### **ARTÍCULO CUARTO:**

**NACIONALIDAD Y DOMICILIO.** - La compañía es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal será la Ciudad de Riobamba. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por su propietario o encargado, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

## **TÍTULO II**

### **DEL CAPITAL Y LAS ACCIONES. –**

#### **ARTÍCULO QUINTO: 4**

**CAPITAL SOCIAL.** - El capital social de la Compañía es de ocho mil novecientos noventa y siete con cero dos DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (\$ 8.997,02), el 100% para el único socio mayoritario, de ACCIONES ordinarias y nominativas, de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (\$1,00) de valor nominal cada una. El capital será suscrito, pagado y emitido hasta por el límite del capital autorizado en las oportunidades, proporciones y condiciones que decida la Junta General de accionistas y conforme a la ley. El capital autorizado, suscrito y pagado de esta compañía consta con el detalle correspondiente en el cuadro de integración de capital.

#### **ARTÍCULO SEXTO:**

**AUMENTO DE CAPITAL.** - El capital de la compañía podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de accionistas, por los medios y en la forma establecida en la Ley de Compañías.

#### **ARTÍCULO SÉPTIMO:**

**RESPONSABILIDAD.** - La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

#### **ARTÍCULO OCTAVO:**

**LIBRO DE ACCIONES.** - La compañía llevará un libro de acciones y accionistas en el que se registrarán las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales, y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones. La propiedad de las acciones se probará con la inscripción en el libro de acciones y accionistas. El derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

### **TÍTULO III**

#### **EJERCICIO ECONÓMICO. BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS. –**

#### **ARTÍCULO NOVENO:**

**EJERCICIO ECONÓMICO.** - El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año. Al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente, el Gerente someterá a consideración de la Junta General de Accionistas el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios. El comisario, igualmente, presentará su informe durante los quince días anteriores a la sesión de Junta; tales balances e informes podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la compañía.

#### **ARTÍCULO DÉCIMO:**

**UTILIDADES Y RESERVAS.** - La Junta General de accionistas resolverán la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades líquidas se segregará por lo menos, el diez por ciento (10%) anual para la formación e incremento del fondo de reserva legal de la compañía, hasta cuando este alcance, por lo menos, el cuarenta por ciento (40%) del capital suscrito. Además, la Junta General de accionistas podrá resolver la creación de reservas especiales o extraordinarias.

## **TÍTULO IV**

### **DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN. –**

#### **ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO:**

**GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.** - La compañía estará gobernada por la Junta General de Accionistas y su administración corresponde al Presidente Ejecutivo y al Gerente.

#### **ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO:**

**DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.** – La Junta General estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos y es el organismo supremo de la compañía. Los accionistas podrán hacerse representar en las Juntas Generales por otro accionista o por personas extrañas a la compañía mediante carta poder dirigida al Gerente de la compañía, con carácter especial para cada Junta, o mediante poder especial.

#### **ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO:**

**CONVOCATORIAS.** - La convocatoria a junta general la efectuará el Gerente de la compañía, la misma que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta, adicionalmente a esto y si la ley no expresa lo contrario, podrá enviar las convocatorias por cualquier medio electrónico.

#### **ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO:**

**CLASES DE JUNTAS.** - Las juntas generales serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2º, 3º y 4º del artículo 231 de la Ley de Compañías y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido.

(...)



### 5.3.3.6. *Requisitos para constituir una Empresa*

#### Registro Único de Contribuyentes (Persona jurídica)

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público (Gob.ec, 2022b, para. 3)

#### Registro en el IESS

- Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec)
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico)
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal (IESS, 2022, para. 1)

#### Registro de Marcas y Patentes

- Solicitud de Registro de Signos Distintivos
- Comprobante de pago de tasa
- Etiqueta en Digital (Gob.ec, 2021, para. 3)

#### Registro Mercantil

1. Acudir a las oficinas del Registro Mercantil, respetando las medidas de bio seguridad determinadas por el COE cantonal y nacional

2. Tres (3) ejemplares originales de la escritura pública de constitución de la compañía o sociedad, emitida por el notario, mediante el cual se da fe del acto de constitución y en la que consten las firmas de los socios
3. Presentar la Reserva de denominación (Reserva del nombre) emitida por la Superintendencia de Compañías
4. Pago realizado en las ventanillas del Registro Mercantil según el valor de la cuantía (Gob.ec, 2022a, para. 5)

#### **5.3.4. Estudio Organizacional**

##### *5.3.4.1. Descripción de la Empresa*

Tipo de Empresa: Empresa de servicios, se ubica en el sector terciario (Sector de Servicios). Tratándose de una sociedad anónima debido a que el capital que compone la empresa estará dividido en acciones.

Actividad a la que se dedica la empresa: Según el código CIU: K6619.03 que corresponde a las Actividades de asesores y corredores hipotecarios.

Misión:

Satisfacer los requerimientos de las persona naturales y jurídicas en el manejo y gestión de sus finanzas, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de la sociedad y satisfaciendo sus necesidades y expectativas, así como la de nuestros colaboradores, para lograr rentabilidad y liderazgo en el mercado.

Visión:

En 2026, seremos la principal Empresa emisora de servicios de asesorías financieras, en la localidad y a nivel nacional, basada y reconocida por el alto nivel de profesionalidad, confianza y responsabilidad, a través de la dedicación y compromiso de nuestros colaboradores e innovación constante de los servicios.

#### *5.3.4.2. Objetivos de la Empresa*

##### Objetivo General

Asesorar a las personas naturales y jurídicas mediante objetivos financieros, planes de acción, seguimiento y control, para una gestión eficiente del patrimonio.

##### Objetivos Específicos

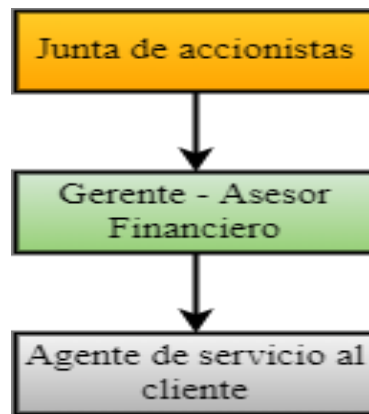
- Investigar las necesidades de los clientes referente al sector financiero, a través de herramientas de recolección de información, para establecer servicios de calidad y eficientes.
- Acoger el mayor número de clientes mediante planes y métodos de marketing para el aumento de la rentabilidad de la Empresa.
- Demostrar confianza por medio del cumplimiento, el buen trato y generación de varias alternativas para solucionar problemas.

#### *5.3.4.3. Valores Organizacionales*

- Honestidad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Profesionalidad
- Transparencia

#### *5.3.4.4. Estructura Organizacional*

La estructura organizacional de nuestra institución será del tipo lineal, ya que cada colaborador atenderá a las asignaciones de su superior y las obligaciones y toma de decisiones principales recaerán sobre el Gerente – Asesor Financiero.



**Ilustración 5-5:** Jerarquía Organizacional

Realizado por: Figueroa, C. 2022

5.3.4.5. *Manual de Funciones y Responsabilidades*

Código 1

**Tabla 28-5:** Manual de funciones Gerente

Manual de Funciones	
<b>Cargo</b>	Gerente – Asesor Financiero
<b>Autoridad inmediata</b>	Junta de accionistas
<b>Funciones o actividades</b>	1. Asesorar y gestionar proyectos de inversión
	2. Asesorar y gestionar las mejores líneas de crédito.
	3. Capacitar y educar en temas sobre mercado bursátil, bolsa y educación financiera.
	4. Técnicas y estrategias de marketing y promoción
	5. Consultas
	6. Apariencia adecuada del espacio de trabajo para los clientes.
<b>Destrezas o habilidades</b>	1. Liderazgo
	2. Negociación
	3. Planificación y organización
	4. Trabajo en equipo
Requisitos mínimos	
<b>Edad</b>	29
<b>Género</b>	Indistinto
<b>Nivel Académico</b>	Tercer nivel
<b>Título Académico</b>	Finanzas, Comercial, Economía, Administración
<b>Experiencia</b>	3 Años

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

**Tabla 29-5:** Manual de funciones atención al cliente

<b>Manual de Funciones</b>	
<b>Cargo</b>	Agente de servicio al cliente
<b>Autoridad inmediata</b>	Asesor Financiero
<b>Funciones o actividades</b>	1. Informar sobre los servicios a los clientes
	2. Llevar registro de clientes y obtención de documentación
	3. Recibir solicitudes, sugerencias, preguntas, etc.
	4. Asistir técnicamente
	5. Orientar al cliente
	6. Apariencia adecuada del espacio de trabajo para los clientes.
<b>Destrezas o habilidades</b>	1. Interactivo
	2. Proactivo
	3. Empatía
	4. Lenguaje positivo
<b>Requisitos mínimos</b>	
<b>Edad</b>	27
<b>Género</b>	Indistinto
<b>Nivel Académico</b>	Tercer nivel
<b>Título Académico</b>	Comunicación, Mercadotecnia, Marketing.
<b>Experiencia</b>	2 Años

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.5. Estudio Financiero

#### 5.3.5.1. Calendario de Inversiones

**Tabla 30-5:** Calendario de inversiones

CALENDARIO DE INVERSIONES DEL PROYECTO							
RUBROS DE INVER.	Años						TOTAL
	0	1	2	3	4	5	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>							
Mobiliario		\$1.830,00					\$1.830,00
Equipo de cómputo		\$1.487,00					\$1.487,00
<b>TOTAL FIJOS</b>							<b>\$3.317,00</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>							
Gastos de constitución	\$424,94						\$424,94
Patentes y Marcas	\$208,00						\$208,00
Gastos de instalación	\$545,00						\$545,00
<b>TOTAL DIFERIDOS</b>							<b>\$1.177,94</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>							
Inversión inicial		\$30.889,60					\$30.889,60
Inversión incremental en 0,01%			\$3,09	\$3,09	\$3,09	\$3,09	\$12,36
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>							<b>\$30.901,96</b>
<b>TOTAL INVER.</b>							<b>\$35.396,90</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

El calendario de inversiones adjunta los rubros especificados en el Estudio Técnico. Sin embargo, para la identificación del porcentaje de inversión incremental, está fundamentado en el crecimiento de participación en el mercado el cual es del 0,01%, mediante un escenario pesimista, lo que significa que anualmente la inversión crecerá 3,09 dólares.

#### 5.3.5.2. Capital de trabajo

**Tabla 31-5:** Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
CONCEPTO	V/MES	V/ANUAL
Sueldos Administrativos	\$1.222,83	\$14.674,00
Útiles de oficinas	\$148,80	\$1.785,60
Materiales de limpieza	\$68,50	\$822,00
Servicios básicos	\$684,00	\$8.208,00
Arriendo	\$450,00	\$5.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.574,13</b>	<b>\$30.889,60</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.5.3. Inversión y Financiamiento

**Tabla 32-5:** Inversión

<b>RUBROS DE INVERSIÓN</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Mobiliario	\$1.830,00	5,17%
Equipo de cómputo	\$1.487,00	4,20%
<b>TOTAL FIJOS</b>	<b>\$3.317,00</b>	<b>9,37%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
Gastos de constitución	\$424,94	1,20%
Patentes y Marcas	\$208,00	0,59%
Gastos de instalación	\$545,00	1,54%
<b>TOTAL DIFERIDOS</b>	<b>\$1.177,94</b>	<b>3,33%</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
Inversión inicial	\$30.889,60	87,27%
Inversión incremental en 0,01%	\$12,36	0,03%
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$30.901,96</b>	<b>87,30%</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$35.396,90</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

**Tabla 33-5:** Financiamiento

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
<b>PASIVOS</b>		
Préstamo L/P “BanEcuador”	\$5.000,00	14,13%
Préstamo L/P “Pichincha”	\$23.317,52	65,87%
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital Propio	\$7.079,38	20,00%
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$35.396,90</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

El presente Proyecto se financiará el 20% de capital propio y 80% mediante préstamos a L/P.

### 5.3.5.4. Capital Social

**Tabla 34-5:** Resumen de la Inversión

<b>CAPITAL SOCIAL</b>	
<b>RESUMEN DE LAS INVERSIONES</b>	
Capital Propio	\$7.079,38
Capital Financiado	\$28.317,52
<b>Total</b>	<b>\$35.396,90</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

El total a invertirse en el presente Proyecto asciende a un monto de 35.396,90 dólares.

### 5.3.5.5. Uso y Fuentes de Financiamiento

**Tabla 35-5:** Fuentes de financiamiento

USOS Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO				
RUBROS DE INVERSIÓN	INVERSIONES DE USOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		CAP. PROPIO	BANECUADOR	B. PICHINCHA
<b>ACTIVOS FIJOS</b>				
Mobiliario	\$1.830,00			\$1.830,00
Equipo de cómputo	\$1.487,00			\$1.487,00
<b>TOTAL FIJOS</b>	<b>\$3.317,00</b>			<b>\$3.317,00</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>				
Gastos de constitución	\$424,94			\$ 424,94
Patentes y Marcas	\$208,00			\$208,00
Gastos Instalación	\$545,00			\$ 545,00
<b>TOTAL DIFERIDOS</b>	<b>\$1.177,94</b>			<b>\$1.177,94</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>				
Inversión inicial	\$30.901,96	\$7.079,38	\$5.000,00	\$18.822,58
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$30.901,96</b>	<b>\$7.079,38</b>	<b>\$5.000,00</b>	<b>\$18.822,58</b>
<b>TOTA INVERSIONES</b>	<b>\$35.396,90</b>			
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$35.396,90</b>	<b>\$7.079,38</b>	<b>\$5.000,00</b>	<b>\$23.317,52</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Para financiar el 80% de la inversión, se optó por dos préstamos bancarios a Largo Plazo. Teniendo en cuenta todos los tipos de financiación, se aprovechará una ayuda pública. El actual gobierno brindó la oportunidad a emprendedores ecuatorianos la posibilidad de obtener financiamiento a través de un “Microcrédito de interés social con tasa de interés del 1% máximo, hasta 30 años plazo”, en la institución bancaria “BanEcuador” por lo tanto, se gestionará el monto límite ofertado de 5.000,00 dólares. Entonces, el 14% del capital de trabajo se cubrirá de esta manera.

El 66% restante se obtuvo mediante un préstamos bancario común, previo análisis y comparación de tasas de interés, tiempo, beneficios, entidad, etc., entre diversas instituciones prestamistas. Se seleccionó el Banco Pichincha, ya que brinda la posibilidad de pagar la totalidad o parcial de la deuda sin recargos, además, emiten el dinero solicitado en el menor tiempo.



### 5.3.5.6. Tablas de Amortización

**Tabla 36-5:** Amortización del financiamiento “BanEcuador”

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA</b>						
<b>PRÉSTAMO A LARGO PLAZO</b>						
Entidad Financiera: BanEcuador						
Monto: \$5.000,00						
Interés: 1,0%						
Método de Cálculo: Sobre Saldos						
<b>AÑOS</b>	<b>DEUDA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>CUOTA ANUAL</b>	<b>SALDO</b>	<b>C. MENS APROX.</b>
1	\$5.000,00	\$50,00	\$1.666,67	\$1.716,67	\$3.333,33	143,06
2	\$3.333,33	\$33,33	\$1.666,67	\$1.700,00	\$1.666,67	141,67
3	\$1.666,67	\$16,67	\$1.666,67	\$1.683,33	\$ -	140,28
<b>TOTAL</b>		<b>\$100,00</b>	<b>\$5.000,00</b>			

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

La amortización de la deuda con BanEcuador demuestra que se pagará un interés de 100,00 dólares en 3 años, además, las cuotas mensuales aproximadamente serán de 143,06 durante el primer año e irán reduciendo conforme avanza el tiempo. Demostrando que beneficiará la puesta en marcha al proyecto.

**Tabla 37-5:** Amortización del Financiamiento "Pichincha"

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA</b>						
<b>PRÉSTAMO A LARGO PLAZO</b>						
Entidad Financiera: Pichincha						
Monto: \$23.317,52						
Interés: 15,6%						
Método de Cálculo: Sobre Saldos						
<b>AÑOS</b>	<b>DEUDA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>CUOTA ANUAL.</b>	<b>SALDO</b>	<b>C. MENS APROX.</b>
1	\$23.317,52	\$3.637,53	\$4.663,50	\$8.301,04	\$18.654,01	\$691,75
2	\$18.654,01	\$2.910,03	\$4.663,50	\$7.573,53	\$13.990,51	\$631,13
3	\$13.990,51	\$2.182,52	\$4.663,50	\$6.846,02	\$9.327,01	\$570,50
4	\$9.327,01	\$1.455,01	\$4.663,50	\$6.118,52	\$4.663,50	\$509,88
5	\$4.663,50	\$727,51	\$4.663,50	\$5.391,01	\$ -	\$449,25
<b>TOTAL</b>		<b>\$10.912,60</b>	<b>\$23.317,52</b>			

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

5.3.5.7. Depreciaciones y Amortizaciones

**Tabla 38-5:** Depreciaciones y Amortizaciones

CÁLCULO DE DEPRECIACIONES									
RUBROS DE INVER.	VIDA ÚTIL	V. ADQUIS.	AÑOS					TOTAL	VALOR
			1	2	3	4	5		SALVAM.
<b>A. FIJOS</b>									
Mobiliario	10	\$1.830,00	\$183,00	\$183,00	\$183,00	\$183,00	\$183,00	\$915,00	\$915,00
E. cómputo	3	\$1.487,00	\$495,67	\$495,67	\$495,67	\$ -	\$ -	\$1.487,00	\$ -
<b>T. DEP.</b>			<b>\$678,67</b>	<b>\$678,67</b>	<b>\$678,67</b>	<b>\$183,00</b>	<b>\$183,00</b>		<b>\$915,00</b>
AMORTIZACIONES									
<b>ACTIVOS DIFER.</b>									
Gastos de Constit.		\$424,94	\$84,99	\$84,99	\$84,99	\$84,99	\$84,99	\$424,94	\$ -
Patentes y Marcas		\$208,00	\$41,60	\$41,60	\$41,60	\$41,60	\$41,60	\$208,00	\$ -
Gastos instalación		\$545,00	\$109,00	\$109,00	\$109,00	\$109,00	\$109,00	\$545,00	\$ -
<b>T. AMORT.</b>			<b>\$126,59</b>	<b>\$126,59</b>	<b>\$126,59</b>	<b>\$126,59</b>	<b>\$126,59</b>		<b>\$ -</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

5.3.5.8. Presupuesto de Gastos de Operación

**Tabla 39-5:** Presupuesto de gastos operativos

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>GASTOS ADM.</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Sueldos	\$10.866,00	\$10.867,09	\$10.868,17	\$10.869,26	\$10.870,35
Prestaciones sociales	\$3.808,00	\$4.808,00	\$4.808,48	\$4.808,96	\$4.809,44
Servicios Básicos	\$8.208,00	\$8.495,28	\$8.792,61	\$9.100,36	\$9.418,87
Amortizaciones a Diferidos	\$126,59	\$126,59	\$126,59	\$126,59	\$126,59
Materiales de limpieza	\$822,00	\$822,00	\$822,00	\$822,00	\$822,00
Arriendo	\$5.400,00	\$5.400,00	\$5.400,00	\$5.400,00	\$5.400,00
Útiles de Oficina	\$1.785,60	\$1.785,60	\$1.785,60	\$1.785,60	\$1.785,60
<b>TOTAL GASTOS ADM.</b>	<b>\$31.016,19</b>	<b>\$32.304,55</b>	<b>\$32.603,46</b>	<b>\$32.912,77</b>	<b>\$ 33.232,85</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>					
Publicidad y Promoción	\$253,60	\$262,48	\$271,66	\$281,17	\$291,01
<b>TOTAL G. DE VENTA</b>	<b>\$253,60</b>	<b>\$262,48</b>	<b>\$271,66</b>	<b>\$281,17</b>	<b>\$291,01</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses	\$3.687,53	\$2.943,36	\$2.199,19	\$1.455,01	\$727,51
<b>TOTAL GASTOS FINAN.</b>	<b>\$3.687,53</b>	<b>\$2.943,36</b>	<b>\$2.199,19</b>	<b>\$1.455,01</b>	<b>\$727,51</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$34.957,32</b>	<b>\$35.510,39</b>	<b>\$35.074,31</b>	<b>\$34.648,95</b>	<b>\$34.251,36</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

En la estructuración del presupuesto de gastos de operación se consideró el porcentaje de participación en el mercado para calcular el crecimiento periódico de los sueldos administrativos y las prestaciones sociales, el cual es del 0,01%. Por otro lado, la inflación influye directamente con la publicidad y servicios básicos, misma que en la actualidad está en 3,50% y afectará durante los cinco periodos entrantes.

5.3.5.9. Rol de Pagos

**Tabla 40-5:** Rol de Pagos

ROL DE PAGOS							
CARGO	INGRESOS			TOTAL INGRE.	DESC.	TOTAL DESC.	LIQ. A PAGAR
	SUELDO	H. EXT.	OTROS		APORTE INDV.		
Gerente - Asesor Financiero	\$550,00			\$550,00	\$51,98	\$51,98	\$ 498,03
Agente de atención al cliente	\$450,00			\$450,00	\$42,53	\$42,53	\$407,48
Sub Total	\$1.000,00	\$ -	\$ -	\$1.000,00	\$94,50	\$94,50	\$905,50
Mensual	\$1.000,00	\$ -	\$ -	\$1.000,00	\$94,50	\$94,50	\$905,50
Anual	\$12.000,00	\$ -	\$ -	\$12.000,00	\$1.134,00	\$1.134,00	\$10.866,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

5.3.5.10. Rol de Provisiones

**Tabla 41-5:** Rol de provisiones

ROL DE PROVISIONES							
CARGO	BASE IMP.	BENEFICIO SOCIALES ADICIONALES					TOTAL PROV.
		Aporte patronal al IESS	Sueldo XIII	Sueldo XIV	Vacaciones	Fondos de Reserva	
Gerente - Asesor Financiero	\$550,00	\$66,83	\$45,83	\$35,42	\$22,92	\$45,83	\$216,83
Agente de servicio al cliente	\$450,00	\$54,68	\$37,50	\$35,42	\$18,75	\$37,50	\$183,84
Sub Total	\$1.000,00	\$121,50	\$83,33	\$70,83	\$41,67	\$83,33	\$400,67
Anual	\$12.000,00	\$1.458,00	\$1.000,00	\$850,00	\$500,00	\$1.000,00	\$4.808,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.5.11. Presupuesto de Ventas

**Tabla 42-5:** Identificación de servicios

Servicios		Variable	Precio
A	Asesoría en la selección y gestión de líneas de crédito.	500,00 a 20.000,00	1,5%
		20.000,01 en adelante	3,0%
B	Gestión de proyectos de inversión	Hasta 25.000,00	4,0%
		Hasta 50.000,00	5,0%
		50.000,01 en adelante	6,0%
C	Consulta	Consulta	12,00
D	Capacitación sobre temas financieros	Por hora	40,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Se empleó un sistema de precios para los servicios A y B, similar al que usan las entidades financieras, adquirir un porcentaje por honorarios del servicio prestado, el cual estará relacionado directamente con el monto de dinero involucrado.

**Tabla 43-5:** Presupuesto de ventas

INGRESOS DEL PROYECTO					
	AÑOS				
VENTAS (Q)	1	2	3	4	5
Servicio A	30	31	32	33	35
Servicio B	24	24	25	26	27
Servicio C	88	91	95	98	102
Servicio D	16	16	17	18	18
<b>TOTAL</b>	<b>157</b>	<b>163</b>	<b>169</b>	<b>176</b>	<b>182</b>
<b>PRECIO</b>					
Servicio A	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
Servicio B	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00
Servicio C	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00
Servicio D	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00
<b>T. INGRESOS</b>					
Servicio A	\$7.149,72	\$39.097,58	\$40.613,47	\$42.175,73	\$43.788,29
Servicio B	\$21.166,92	\$21.992,39	\$22.845,08	\$23.723,85	\$24.630,91
Servicio C	\$1.053,64	\$1.094,73	\$1.137,18	\$1.180,92	\$1.226,07
Servicio D	\$627,17	\$651,63	\$676,89	\$702,93	\$729,80
<b>T. VENTAS</b>	<b>\$29.997,45</b>	<b>\$62.836,33</b>	<b>\$65.272,62</b>	<b>\$67.783,42</b>	<b>\$70.375,08</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Análisis de sensibilidad

Primer Escenario: Optimista

**Tabla 44-5:** Escenario Optimista

Años	Part. mercado 2,00%	N. de clientes
1	2,00%	523
2	4,00%	1.068
3	6,00%	1.638
4	8,00%	2.232
5	10,00%	2.851

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Servicio	% Atención	Cant. Clientes	Precio Servicio	Total
SA	25%	131	\$600,00	\$78.396,00
SB	20%	105	\$1.200,00	\$125.433,60
SC	40%	209	\$15,00	\$3.135,84
SD	15%	78	\$60,00	\$4.703,76
<b>T.T</b>	<b>100%</b>	<b>523</b>		<b>\$211.669,20</b>

Segundo Escenario: Moderado

**Tabla 45-5:** Escenario Normal

Años	Part. mercado 1,00%	N. de clientes
1	1,00%	261
2	2,00%	534
3	3,00%	819
4	4,00%	1.116
5	5,00%	1.425

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Servicio	% Atención	Cant. Clientes	Precio Servicio	Total
SA	22%	57	\$400,00	\$22.996,16
SB	18%	47	\$1.000,00	\$47.037,60
SC	48%	125	\$13,00	\$1.630,64
SD	12%	31	\$50,00	\$1.567,92
<b>T.T</b>	<b>100%</b>	<b>261</b>		<b>\$73.232,32</b>

Tercer Escenario: Pesimista

**Tabla 46-5:** Escenario Pesimista

Años	Part. mercado 0,01%	N. de clientes
1	0,60%	157
2	0,61%	163
3	0,62%	169
4	0,63%	176
5	0,64%	182

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Servicio	% Atención	Cant. Clientes	Precio Servicio	Total
SA	17%	27	\$240,00	\$6.397,11
SB	14%	22	\$900,00	\$19.755,79
SC	60%	94	\$11,00	\$1.034,83
SD	9%	14	\$40,00	\$564,45
<b>T.T</b>	<b>100%</b>	<b>157</b>		<b>\$27.752,18</b>

El desarrollo del proyecto se basó en un escenario negativo o pesimista debido a la dura situación que atraviesa el país.

5.3.5.12. Punto de Equilibrio

Presupuesto de Gastos de Operación

**Tabla 47-5:** Presupuesto de gastos de operación

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN</b>							
<b>GASTOS ADM.</b>	<b>1</b>	<b>GF</b>	<b>GV</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Sueldos	\$10.866,00	\$10.866,00		\$10.867,09	\$10.868,17	\$10.869,26	\$10.870,35
Prestaciones sociales	\$3.808,00	\$3.808,00		\$4.808,00	\$4.808,48	\$4.808,96	\$4.809,44
Servicios Básicos	\$8.208,00	\$8.208,00		\$8.495,28	\$8.792,61	\$9.100,36	\$9.418,87
Amort. a Diferidos	\$126,59	\$126,59		\$126,59	\$126,59	\$126,59	\$126,59
Materiales de limpieza	\$822,00	\$822,00		\$822,00	\$822,00	\$822,00	\$822,00
Arriendo	\$5.400,00	\$5.400,00		\$5.400,00	\$5.400,00	\$5.400,00	\$5.400,00
Útiles de Oficina	\$1.785,60	\$1.785,60		\$1.785,60	\$1.785,60	\$1.785,60	\$1.785,60
<b>TOTAL G. ADM.</b>	<b>\$31.016,19</b>	<b>\$31.016,19</b>		<b>\$32.304,55</b>	<b>\$32.603,46</b>	<b>\$32.912,77</b>	<b>\$33.232,85</b>
<b>G. VENTAS</b>							
Publicidad y Promoción	\$253,60		\$253,60	\$262,48	\$271,66	\$281,17	\$291,01
<b>TOTAL G. VENTA</b>	<b>\$253,60</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$253,60</b>	<b>\$262,48</b>	<b>\$271,66</b>	<b>\$281,17</b>	<b>\$291,01</b>
<b>GASTOS FINAN.</b>							
Intereses	\$3.687,53		\$3.687,53	\$2.943,36	\$2.199,19	\$1.455,01	\$727,51
<b>TOTAL G. FINAN.</b>	<b>\$3.687,53</b>		<b>\$3.687,53</b>	<b>\$2.943,36</b>	<b>\$2.199,19</b>	<b>\$1.455,01</b>	<b>\$727,51</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$34.957,32</b>			<b>\$35.510,39</b>	<b>\$35.074,31</b>	<b>\$34.648,95</b>	<b>\$34.251,36</b>
<b>TOTAL FIJOS Y VARIABLES</b>		<b>\$31.016,19</b>	<b>\$3.941,13</b>				

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Punto de Equilibrio en Unidades y Dólares

**Tabla 48-5:** Equilibrio en Unidades y Dólares

<b>GASTOS FIJOS</b>	\$31.016,19
<b>COSTO UNITARIO VARIABLE</b>	\$25,14
<b>PRECIO</b>	\$297,75
<b>P. E. PERSONAS ATENDIDAS.</b>	114
<b>P. E. EQUILIBRIO EN DÓLARES</b>	\$33.876,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

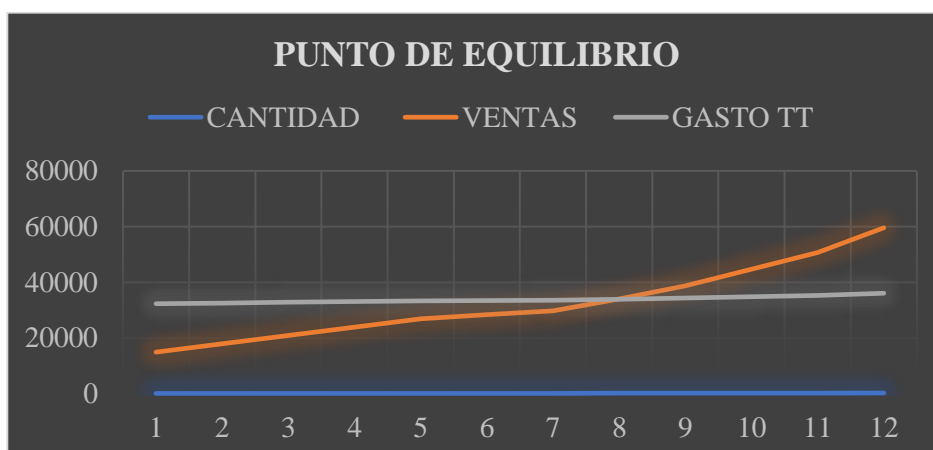
**Tabla 49-5: Punto de Equilibrio**

PUNTO DE EQUILIBRIO			
CANTIDAD	VENTAS	GASTO TT	UTILIDAD
50	\$14.887,50	\$32.272,99	\$-17.385,49
60	\$17.865,00	\$32.524,35	\$-14.659,35
70	\$20.842,50	\$32.775,71	\$-11.933,21
80	\$23.820,00	\$33.027,07	\$-9.207,07
90	\$26.797,50	\$33.278,43	\$-6.480,93
95	\$28.286,25	\$33.404,11	\$-5.117,86
100	\$29.775,00	\$33.529,79	\$-3.754,79
114	\$33.943,50	\$33.881,70	\$ 61,80
130	\$38.707,50	\$34.283,88	\$4.423,62
150	\$44.662,50	\$34.786,60	\$9.875,90
170	\$50.617,50	\$35.289,32	\$15.328,18
200	\$59.550,00	\$36.043,40	\$23.506,60

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

## Gráfico del punto de Equilibrio



**Ilustración 6-5:** Punto de Equilibrio

Realizado por: Figueroa, C. 2022



EL Punto de Equilibrio en cantidad de personas atendidas al año es de 114 y en dólares de 33.786,00 dólares. Sin embargo, en el presente proyecto el PE en dólares durante el primer periodo no se logra cumplir, debido a que se usó datos cercanos a la realidad, mediante un escenario pesimista.

### 5.3.5.13. Estado de resultados Proyectado

**Tabla 50-5:** Estado de resultados proyectado

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
	<b>AÑOS</b>				
<b>RUBROS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>VENTAS</b>	\$27.752,18	\$61.285,46	\$63.661,62	\$66.110,45	\$68.638,14
<b>Útil. Bruta en ventas</b>	<b>\$27.752,18</b>	<b>\$61.285,46</b>	<b>\$63.661,62</b>	<b>\$66.110,45</b>	<b>\$68.638,14</b>
<b>GASTOS OPER.</b>					
(-) Gastos de administración	\$31.016,19	\$32.304,55	\$32.603,46	\$32.912,77	\$33.232,85
(-) Gastos de ventas	\$253,60	\$262,48	\$271,66	\$281,17	\$291,01
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$-3.517,60</b>	<b>\$28.718,43</b>	<b>\$30.786,50</b>	<b>\$32.916,52</b>	<b>\$35.114,28</b>
(-) Gastos Financieros	\$3.687,53	\$2.943,36	\$2.199,19	\$1.455,01	\$727,51
<b>Util. Antes de Imp. a la R.</b>	<b>\$-7.205,14</b>	<b>\$25.775,07</b>	<b>\$28.587,31</b>	<b>\$31.461,50</b>	<b>\$34.386,78</b>
(-) 15% Utilidades a trab.	\$-1.080,77	\$3.866,26	\$4.288,10	\$4.719,23	\$5.158,02
<b>Útil. antes del imp. a la R.</b>	<b>\$-6.124,37</b>	<b>\$21.908,81</b>	<b>\$24.299,21</b>	<b>\$26.742,28</b>	<b>\$29.228,76</b>
(-) Impuesto a la Renta	\$-1.531,09	\$5.477,20	\$6.074,80	\$6.685,57	\$7.307,19
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$-4.593,27</b>	<b>\$16.431,61</b>	<b>\$18.224,41</b>	<b>\$20.056,71</b>	<b>\$21.921,57</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Según el Estado de Resultados notamos que se obtiene un pérdida de 4.593,27 dólares durante el primer periodo, notándose que se usó un escenario apegado a la realidad, ya que, debido a diversos factores en el país, las empresas no pueden generar utilidad luego del año de inicio. Se aprecia que a partir del año dos, la institución empieza a recuperar lo invertido.

### 5.3.6. Estudio Económico

#### 5.3.6.1. Flujos Netos de caja

**Tabla 51-5:** Flujos netos de caja

FLUJOS NETOS DE CAJA						
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>ÚTIL. NETA</b>		<b>\$-4.593,27</b>	<b>\$16.431,61</b>	<b>\$18.224,41</b>	<b>\$20.056,71</b>	<b>\$21.921,57</b>
(+) Depreciación Activos Fijos		\$678,67	\$678,67	\$678,67	\$183,00	\$183,00
(+) Amortización Activos Diferidos		\$126,59	\$126,59	\$126,59	\$126,59	\$126,59
(+) Valor Residual Activos Fijos						\$915,00
(+) Recuperación del Capital de Trabajo.		\$30.889,60	\$3,09	\$3,09	\$3,09	\$3,09
Inversión Inicial	\$-35.396,90					
(-) Amortización Capital de la Deuda		\$6.330,17	\$6.330,17	\$6.330,17	\$4.663,50	\$4.663,50
<b>FLUJOS DE CAJA NETO</b>	<b>\$-35.396,90</b>	<b>\$20.771,41</b>	<b>\$10.909,78</b>	<b>\$12.702,58</b>	<b>\$15.705,88</b>	<b>\$18.485,74</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

#### 5.3.6.2. Tasa de Descuentos

**Tabla 52-5:** Tasa de descuento

CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO				
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO	PARTICIPACIÓN	T. INTERÉS	T. POND.
CAPITAL SOCIAL	\$7.079,38	20,00%	6,10%	1,22%
BanEcuador	\$5.000,00	14,13%	1,00%	0,14%
Banco Pichincha	\$23.317,52	65,87%	15,60%	10,28%
<b>Total</b>	<b>\$35.396,90</b>	<b>100,00%</b>		<b>11,64%</b>

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.6.3. Valor Actual Neto (VAN)

**Tabla 53-5:** Valor Actual Neto (VAN)

VAN			
AÑOS	FNC	ACTUAL.	FNC ACTUAL
1	\$20.771,41	0,896	\$18.606,09
2	\$10.909,78	0,802	\$8.753,76
3	\$12.702,58	0,719	\$9.129,77
4	\$15.705,88	0,644	\$10.111,59
5	\$18.485,74	0,577	\$10.660,63
<b>Sumatoria FNC (VAN)</b>			\$57.261,84
<b>Inversión</b>			\$-35.396,90
<b>VAN</b>			\$21.864,94

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Tras medir los flujos de los ingresos y egresos futuros y a la vez descontar la inversión inicial, se obtiene una ganancia de 21.865,00 dólares, demostrando que el proyecto es viable.

### 5.3.6.4. Relación beneficio costo

**Tabla 54-5:** Relación beneficio - costo

CÁLCULO DE RELACIÓN BENEFICIO COSTO	
VAN	\$21.864,94
Inversión	\$-35.396,90
Relación Beneficios costo	\$0,62

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Al relacionar el beneficio con el costo se obtiene que por cada dólar de inversión recuperado, se obtiene 0,62 ctvs. de ganancia.

### 5.3.6.5. Tasa Interna de Retorno

**Tabla 55-5:** Tasa Interna de Retorno (TIR)

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)						
FLUJOS NETOS DE CAJA						
<b>Inv. Inicial.</b>	\$-35.396,90	\$20.771,41	\$10.909,78	\$12.702,58	\$15.705,88	\$18.485,74
<b>TIR</b>	<b>34,98%</b>					

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Al comparar la TIR con el costo de oportunidad, al final termina siendo mayor, lo que significa que será atractiva para los inversionistas y a la vez demostrando que el proyecto es factible.

### 5.3.6.6. Costo de oportunidad

**Tabla 56-5:** Costo de oportunidad

<b>COSTO DE OPORTUNIDAD</b>	
Tasa pasiva sistema financiero	6,10%
Tasa de descuento	11,64%
<b>TMAR (Tasa mínima de rentabilidad por los accionistas)</b>	
Tasa de Inflación	3,50%
Riesgo País	19,45%
Tasa pasiva de Interés	6,10%
<b>Total TMAR (Tasa mínima de rentabilidad por los accionistas)</b>	<b>29,05%</b>
Inversiones Bolsa de Valores	25,00%

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

### 5.3.6.7. Periodo de Recuperación o Payback

**Tabla 57-5:** Payback

<b>CÁLCULO PERIODO DE RECUPERACIÓN</b>				
<b>FNC ACTUAL</b>	<b>FNC ACUM.</b>	<b>AÑOS</b>	<b>MESES</b>	<b>DÍAS</b>
\$18.606,09	\$18.606,09	2	11	11
\$8.753,76	\$27.359,85			
\$9.129,77	\$36.489,62			
\$10.111,59	\$46.601,21			
\$10.660,63	\$57.261,84			

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

Según el Payback la empresa luego de iniciar a operar en el mercado, recuperará la inversión después de dos años, once meses y once días.

## 5.4. Factibilidad

**Tabla 58-5: Resumen de resultados de factibilidad**

<b>Cuadro de Resumen de Factibilidad</b>	
<b>Herramienta de Vialidad</b>	<b>Resultados</b>
Valor Actual Neto (VAN)	\$21.865,00
Tasa Interna de Retorno (TIR)	35%

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Figueroa, C. 2022

En base al Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno que es atractiva para el inversionista, se determina que el presente proyecto es factible implementarlo en la sociedad.

## CONCLUSIONES

La estructuración del marco teórico proporcionó la guía adecuada para el desarrollo de la presente investigación, emitiendo los conceptos de los principales temas y subtemas tratados en cada uno de los capítulos, principalmente en la propuesta; permitiendo manejar de forma efectiva la terminología abordada, así como conocer las diversas alternativas que se podrían aplicar.

La ejecución del diagnóstico estratégico al sector agropecuario y artesanal permitió identificar que la totalidad del público objetivo apoya la idea de implementar una empresa que brinde asesorías financieras en la ciudad de Riobamba, mientras que un promedio del 91% de la población estudiada demandará nuestros servicios, aceptando que es necesario el apoyo de profesionales en la gestión y desarrollo de proyectos de inversión, selección y gestión de líneas de crédito, capacitaciones en temas sobre la bolsa de valores, mercado bursátil y educación financiera, notándose que durante cada periodo la Población Económicamente Activa (PEA) crece un 2,2%. De igual forma, se identificó que el sector centro del cantón Riobamba, es el punto estratégico de ubicación de nuestra oficina, misma que estará conformada por dos colaboradores; Gerente – Asesor Financiero y Agente de Atención al Cliente, a un costo anual de 10.866,00 dólares, en el primer año y crecerá periódicamente según la participación en el mercado de “ASF” S. A.

En la propuesta desarrollada se empleó un Estudio de Mercado, Técnico, Jurídico, Organizacional, Financiero y Económico: como punto de partida el estudio de mercado proporcionó información relevante sobre nuestro segmento objetivo y la competencia, notándose que nuestra empresa no cuenta con competencia directa dentro de la localidad donde se está llevando a cabo el presente estudio, y como consecuencia la demanda insatisfecha será de 26.132 ciudadanos durante el primer periodo. Fue necesario estructurar un detallado presupuesto de los gastos y costos que generará al implementarse en la sociedad nuestra agencia asesora mediante un estudio técnico, además, de un legal donde se determinó que se registrará como; Empresa de Servicios “ASF” S. A (Agencia de Servicios Financieros Sociedad Anónima), para el efecto se presenta una Estructura Organizacional lineal, donde el Gerente es responsable de las principales decisiones que guían a la Empresa.

Finalmente, la propuesta está compuesta por un estudio financiero y económico el cual, se alimenta de los estudio previos y a través de cálculos aritmético y contables determina la factibilidad o viabilidad del proyecto, proceso que arrojó una inversión inicial de 35.396,90 financiándose el 20% por capital propio, el 14% apalancándose de la institución prestamista

“BanEcuador” la cantidad de 5.000,00 al 1% de tasa de interés (L/P), aprovechando una oportunidad que brindó el Estado, y el 66% restante a través de un préstamo común con el Banco “Pichincha”, un total de 23.317,52 a largo plazo y una tasa de interés del 15,6%, con la posibilidad de cancelar la totalidad de la deuda antes del periodo final. Durante el primero año no se logrará generar utilidad, teniendo una pérdida de -4.593,27 mientras que para el periodo dos, se logrará una recuperación del capital de 16.431,61 en utilidades, entonces, según el Payback la totalidad de la inversión retornará al cabo de 2 años 11 meses y 11 días, luego de haber iniciado a operar la Empresa.

Los Indicadores Financieros orientan a la consecución del proyecto ya que este genera un VAN de 21.864,94 por ende la inversión se recupera y se obtiene más de 21 mil dólares de ganancia, es decir, por cada dólar de inversión recuperamos 0,62 centavos, por otro lado, la tasa de retorno de 35%, es atractiva para el inversionista lo que determina que el presente proyecto es factible de implementarse en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

## **RECOMENDACIONES**

Concluida la investigación se establece las siguientes recomendaciones;

Es pertinente que la gerencia permanezca pendiente de la demanda para ajustar los precios de los servicios y poder generar mayor rentabilidad, ya que para el desarrollo del presente proyecto se trabajó con un escenario sumamente negativo, debido a diversos factores por los que atraviesa últimamente la sociedad.

Es recomendable que transcurrido los 5 años proyectados se genere estrategias que permitan una ampliación del mercado en un contexto nacional, perfeccionando los servicios y el número de trabajadores en la oficina matriz y sus posibles sucursales.

Finalmente, se recomienda una constante actualización sobre la gestión tributaria del país para evitar complicaciones o sanciones a futuro y aprovechar los beneficios que brinda el sistema de rentas internas a entidades empresariales que cumplen sus responsabilidades con el Estado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Australian Institute of Project Management. (2021, June 22). *What is a project schedule? An essential guide to scheduling*. Recuperado de: <https://www.aipm.com.au/blog/what-is-a-project-schedule>
- Bastián, P., Villablanca, P., & Gallardo, M. (2015). *Tratamiento de la Inversión en Capital de Trabajo en los Flujos de Caja de un Proyecto de Inversión*. Artículo.
- Bouchrika, I. (2021, March 4). *131 Great Examples of Community Service Projects*. Recuperado de: <https://research.com/education/examples-of-community-service-projects>
- Bucci, C. (2020, May 25). *Imprescindible para tu Proyecto. ¡Una buena Localización!* Recuperado de: <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/imprescindible-para-tu-proyecto-una-buena-localizaci%C3%B3n>
- Carballo, F. (2014). *Plan de Negocio de una Empresa de Asesoría Financiera*.
- Cardona, J. (2011). *Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Consultoría Financiera en la Ciudad de Pereira*. 1, 40.
- Chen, J. (2020, September 5). *¿Qué es una oferta abierta?* Recuperado de: <https://www.investopedia.com/terms/o/openoffer.asp>
- Chen, J. (2022, March 27). *Definición de oferta condicional*. Recuperado de: <https://www.investopedia.com/terms/c/conditional-offer.asp>
- CIDEU. (2020). *Riobamba*. <https://www.cideu.org/miembro/riobamba/>
- Cint. (2022, June 2). *Por qué es importante la investigación de mercado*. Recuperado de: <https://www.cint.com/blog/why-market-research-is-important>
- Congreso Nacional: La comisión del Legislación y Codificación. (2015). *Código Civil*.
- Constitución de la República del Ecuador. (2015). *Constitución de la República del Ecuador*. In Registro Oficial (Vol. 449, Issue 20). [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec)
- Cornelio, M. (2020, March 2). *ROI o retorno de inversión: conoce qué es y cómo aplicarlo*. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-el-roi/>
- Corporación de Estudios y Publicaciones. (2019). *Código Civil Ecuatoriano Vigente*. Recuperado de: [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec)
- Czerny, A. (2021, November 23). *Presupuesto de gastos operativos*. Recuperado de: <https://blog.nubox.com/empresas/presupuesto-de-gastos-operativos>
- de León, A. (2018). Interacciones entre diferentes tipos de capital social: una aproximación teórica. *Universidad Autónoma Metropolitana, México*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/676/67658492005/movil/>
- Diario La Hora. (2022, January 28). *Conozca cuál es su nivel de educación financiera*. La Hora. Recuperado de: <https://www.lahora.com.ec/pais/que-nivel-educacion-financiera-tiene/>



- Durán, A. (2019, February 1). *Formas de financiar un proyecto o negocio por iniciativa propia*. BBVA. Recuperado de: <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/11-formas-de-financiar-un-proyecto/>
- Editorial Etecé. (2021, August 5). *Estructura Organizacional*. <https://concepto.de/estructura-organizacional/>
- Equipo CFI. (2022, February 16). *What is a Project Budget?* Recuperado de: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/project-budget-overview/>
- Equipo de Investopedia. (2022, June 18). *Definición del mercado objetivo*. Recuperado de: <https://www.investopedia.com/terms/t/target-market.asp>
- Equipo editorial de Indeed. (2021, June 15). *Competencia Empresarial: Definición y Tipos*. Recuperado de: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/business-competition>
- Esparza, J. (n.d.). *Análisis y evaluación de proyectos*.
- Fernández, J. (2022, April 1). *Flujo de caja operativo*. Recuperado de: <https://www.sage.com/es-es/blog/que-es-un-flujo-de-caja-operativo-y-como-se-calcula/>
- Fernando, J. (2021, November 7). *Ley de la Oferta y la Demanda*. Recuperado de: <https://www.investopedia.com/terms/l/law-of-supply-demand.asp>
- Fischer, Laura, & Espejo Jorge. (2006). *Mercadotecnia* (Tercera).
- Franco, Y. (2014). *Tesis de Investigación: Población y Muestra*. Recuperado de: <https://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- GAD LICÁN. (2022). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia De Licán*.
- García, P. (2018, March 20). *6 métodos de análisis para plantear un modelo de negocio viable*. Recuperado de: <https://blog.spainbs.com/2018/03/34/6-metodos-de-analisis-para-plantear-un-modelo-de-negocio-viable>
- Gemela, A., & Drury, A. (2021, September 10). *Definición de investigación de mercado*. Recuperado de: <https://www.investopedia.com/terms/m/market-research.asp>
- Giles, W., & Tupper, C. (2018). *Estructura del proyecto: descripción general*. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/topics/computer-science/project-structure>
- Giner, G. (2020, October 13). *El presupuesto de ventas como herramienta de gestión*. Recuperado de: <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/marketing-ventas/presupuesto-de-ventas-en-gestion-empresas/>
- Gob.ec. (2021, August 17). *Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras*. Recuperado de:

- <https://www.gob.ec/senadi/tramites/registro-marcas-productos-servicios-unico-personas-naturales-juridicas-sean-nacionales-extranjeras>
- Gob.ec. (2022a, March 2). *Inscripción de Constitución de Compañías o Sociedades*. Recuperado de: <https://www.gob.ec/dinarp/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- Gob.ec. (2022b, June 9). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona jurídica privada (civiles y comerciales)*. Recuperado de: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-civiles-comerciales>
- Gómez, I., Soriano, S., & Rodríguez, V. (2018). *Creación de una Empresa de Asesorías Financieras Personales*. Universidad Católica De Colombia, 25–26.
- Hargrave, M. (2021, November 30). *Definición de oferta de derechos*. Recuperado de: <https://www.investopedia.com/terms/e/entitlement-offer.asp>
- Hayes, A. (2022a, March 30). *Asunto Definición de oferta*. Recuperado de: <https://www.investopedia.com/terms/s/subject-offer.asp>
- Hayes, A. (2022b, April 15). *Tender Offer Definition*. Recuperado de: <https://www.investopedia.com/terms/t/tenderoffer.asp>
- Hernández, M. (2020, September 6). *¿Qué es un flujo de inversión?* Recuperado de: <https://quickbooks.intuit.com/mx/recursos/controla-tu-negocio/que-es-un-flujo-de-inversion/>
- IESS. (2022). *Empleador - IESS*. <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador#>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022, March). *Población y Demografía*. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Itriago, D. (2020, June 29). *Tipos de muestreo probabilístico*. Recuperado de: <https://eragroup.eu/tipos-de-muestreo-probabilistico-elige-el-mejor-para-tu-investigacion/>
- Juneja, P. (2015). What is a Project? *Guía de Estudio de Gestión, 1*. Recuperado de: <https://www.managementstudyguide.com/what-is-project.htm>
- Lauzier, J. (2021, May 13). *Cómo aumentar la capacidad de producción de fabricación*. Recuperado de: <https://www.machinmetrics.com/blog/increase-production-capacity>
- Law Insider. (2020). *Proyecto público Definición*. Recuperado de: <https://www.lawinsider.com/dictionary/public-project>
- Leguizamo, L. (2018, December 9). *Life project: definition, importance and steps to create one*. Recuperado de: <https://tintohub.com/what-is-life-project/>
- Ley de Compañías. (2022). *Ley de Compañías del Ecuador*. 312, 27.
- Mendel. (2021, July 28). *Presupuesto de gasto administrativo*. Recuperado de: <https://mendel.com/digitalizar-presupuesto-de-gasto-administrativo/>

- Mesquita, R. (2027, August 4). *¿Qué es payback y cómo calcular el de tu empresa?* Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/payback/>
- Meza, A. (2020). *Revista Cuestiones Económicas. Especial*, 35–37. Recuperado de: <https://doi.org/10.47550/RCE/MEM/31.22>
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (2019, November 6). *Gobierno ratifica su compromiso con el artesano ecuatoriano*. Recuperado de: <https://www.produccion.gob.ec/gobierno-ratifica-su-compromiso-con-el-artesano-ecuatoriano/>
- Noriega, D. (2020, December 12). *¿Qué son los objetivos empresariales?* Recuperado de: <https://diegonoriega.co/objetivos/>
- Pástor, J. (2020). *Ley de modernización a la Ley de Compañías*. Recuperado de: <https://www.sempertegui.com/alertas/ley-de-modernizacion-a-la-ley-de-companias/>
- Pedrosa, S. (2015, September 24). *Coste de oportunidad*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/coste-de-oportunidad.html>
- Pérez, A. (2015, July 20). *Elementos clave en la ingeniería de proyectos / OBS Business School*. OBS BUSINESS SCHOOL. Recuperado de: <https://www.obsbusiness.school/blog/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>
- Pesantes, R. (2019). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que preste servicios de asesoramiento contable, tributario y financiero en el cantón San Miguel de los Bancos provincia de Pichincha*. 45.
- Plaza, B. (2018). *“Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Asesoría Contable Tributaria Y Financiera en la Ciudadela La Alborada ubicada en la zona Norte de la Ciudad De Guayaquil”*
- QuestionPro. (2020). *¿Qué es un estudio de mercado?* <https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>
- Quiroga, M. (2019, December 10). *Proceso productivo*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html>
- Ramírez, P. (2022, March 29). *Van y TIR*. Recuperado de: <https://economia3.com/van-tir-concepto-diferencias-como-calcularlos/>
- Ramos, W. (2018). *La importancia del manual de funciones y procedimientos en la estructura de las empresas* [Universidad Mayor de San Andrés]. Recuperado de: <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/26559>
- Rodríguez, D. (2019, March 12). *Valores organizacionales: características, importancia, ejemplos*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/valores-organizacionales/>
- Rus, E. (2020, May 6). *Punto de equilibrio*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>

- Sánchez, J. (2020, November 2). *¿Por qué es importante la educación financiera?* Dinero en Imagen. Recuperado de: <https://www.dineroenimagen.com/tu-dinero/por-que-es-importante-la-educacion-financiera/128058>
- Spacey, J. (2018, March 10). *21 Examples of Project Objectives*. Recuperado de: <https://simplicable.com/new/project-objectives>
- Statistics Division. (n.d.). *DENU — CIU*. Retrieved July 21, 2022. Recuperado de: <https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/isic>
- Sumar, O. (2019, October 8). *Modelo Económico y Constitución*. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/blog/menulegal/2019/10/modelo-economico-y-constitucion.html/>
- Supply Chain. (2021, June 29). *Tipos de demanda*. Recuperado de: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/2-tipos-de-demanda-y-la-tecnologia-que-apoya-cada-estrategia/>
- Team Asana. (2021, October 7). *¿Qué es un diagrama de flujo*. Recuperado de: <https://asana.com/es/resources/what-is-a-flowchart>
- Unknown. (2018, March 11). *Método de Brow y Gibson*. Recuperado de: <https://formevalproyectos.blogspot.com/2018/03/metodo-de-brow-y-gibson.html>
- Urtecho, A. (2019, April 14). *Tamaño del Proyecto*. Recuperado de: <https://proyectoslean.wixsite.com/emprendimientolean/post/tama%C3%B1o-del-proyecto>
- Urzúa, F. (2022, March 30). *Estado de resultados*. Recuperado de: <https://www.chipax.com/blog/que-es-y-para-que-sirve-un-estado-de-resultados/>
- Váquiro, J. (2010, February 23). *Relación Beneficio Costo*. Gerencia - Finanzas - Proyectos. Recuperado de: <https://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Vázquez, R. (2015, November 13). *Flujo de caja financiero*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja-financiero.html>
- Velázquez, R. (2020). *Las 4 P de la mercadotecnia*.
- Writer, S. (2020, March 25). *¿Cuál es el significado de un proyecto de investigación?* Recuperado de: <https://www.reference.com/science/meaning-investigatory-project-7e9555e2d70bee75>
- Zhang, A. (2022, May 25). *Definición de oferta*. Recuperado de: <https://www.investopedia.com/terms/o/offer.asp>
- Zugarranuri, A., & Parín, M. (1998). *Índice*. Recuperado de: <https://www.fao.org/3/v8490s/v8490s00.htm#Contents>



## ANEXOS

### ANEXO A: MODELO DE ENCUESTA

Objetivo: La presente encuesta pretende recabar información de los sectores agropecuario y artesanal si existe respaldo para la creación de una empresa de asesoría financiera, con el fin de orientar y dinamizar la economía local en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

La presente investigación está dirigida específicamente al segmento compuesto por los sectores agropecuario y artesanal de la provincia de Chimborazo, ciudad Riobamba.

Cultivemos una cultura financiera, a través de unos minutos de su tiempo respondiendo las siguientes preguntas, su aporte será confidencial y anónimo.

Marque con una equis o un visto;

Masculino .....

Femenino .....

1. ¿Le gustaría un servicio que analice y evalúe sus proyectos de inversión y determine si es viable?  
No ..... Si .....
2. ¿Le gustaría que le ayuden a comparar (tasas, costos) y elegir la mejor institución financiera (Banco, cooperativas) para solicitar su préstamo?  
No ..... Si .....
3. ¿Le gustaría un servicio que le guíe adecuadamente para invertir el dinero prestado por la entidad prestamista, cubrir la deuda y obtener ganancias?  
No ..... Si .....
4. ¿Le gustaría recibir capacitaciones sobre como invertir sus ahorros en bienes raíces, cupones, fondos del Estado, bolsa de valores nacionales y extranjeras, acciones de empresas, entre otras?  
No ..... Si .....
5. ¿Está de acuerdo que se cree una Empresa que le brinde este tipo y otros servicios financieros, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

No ..... Si .....

6. ¿Estaría dispuesto a pagar un pequeño costo por la prestación de estos servicios?

No ..... Si .....

7. ¿En qué parte de la ciudad de Riobamba le gustaría que esté ubicada la Empresa?

a. Al norte .....

b. En el centro .....

c. Al sur .....

8. ¿Por qué medios de comunicación estaría dispuesto a recibir información referente a los servicios que oferta la Empresa?

a. Radio .....

b. Televisión .....

c. Redes sociales .....

d. Todas las anteriores .....

Gracias por su valioso tiempo, esperamos y aspiramos volver a contar con su apoyo.



epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 09 / 11 / 2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> CARLOS JOEL FIGUEROA CAMPAÑA
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> FINANZAS
<b>Título a optar:</b> LICENCIADO EN FINANZAS
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



2113-DBRA-UTP-2022