



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN FINANZAS Y PROYECTOS
CORPORATIVOS**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA COMPAÑÍA DE CONSULTORÍA AMBIENTAL
(CONSULTEK) EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL 2014”**

AUTOR:

ECON. NANCY LEONOR ESPINOZA CEDILLO

TUTOR:

ECON. TERRY CHRISTIANSEN ZEVALLOS, MAE

GUAYAQUIL – OCTUBRE 2015



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO Estudio de Factibilidad para la Creación de una Compañía de Consultoría Ambiental (CONSULTEK) en la ciudad de Guayaquil 2014.		
AUTOR/ES: Econ. Nancy Leonor Espinoza Cedillo	TUTOR: Econ. Terry Christiansen Zevallos, MAE	
	REVISORES:	
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: : Ciencias Económicas	
CARRERA: Maestría en Finanzas y Proyectos Corporativos		
FECHA DE PUBLICACIÓN: Agosto 2015	No. DE PÁGS: 130	
TÍTULO OBTENIDO: Maestría en Finanzas y Proyectos Corporativos		
ÁREAS TEMÁTICAS: Sectores Industriales de la Ciudad de Guayaquil		
PALABRAS CLAVE: Estudio de factibilidad, Creación de Compañía, Consultorías Ambientales, Rotación de Activos, Vulnerabilidad, Responsabilidad Integral y profesional, Previsiones.		
RESUMEN: El estudio de factibilidad de la creación de la compañía de Consultoría Ambiental Consultek, ofrece servicios profesionales y especializados en consultorías ambientales, a través de servicios de consultoría, asesoría, capacitación en procesos ambientales, ecológicos y de certificación en normativa ambiental y procesos verdes. Siendo nuestro valor agregado la utilización de sistemas normalizados de consultoría, utilizando la tecnología de gestión que permitan a la empresa obtener las mejores prácticas y procesos a nivel internacional, creando con esto un mayor nivel de eficiencia y productividad. El análisis FODA del estudio, nos dará la pauta para evaluar la interacción entre las características particulares de un negocio y el entorno en el cual se competirá. Una vez concluido el estudio al sector de la pequeña, media y gran industria permitirá un mejor proceso de producción, comercialización y distribución de los diferentes servicios o productos que se oferten en el mercado. Dando paso a una ciudad menos contaminada y conservación del medio ambiente en la ciudad de Guayaquil.		
No. DE REGISTRO (en base de datos):	No. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> x SI (x)	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES	Teléfono: 0999890996-3853956	E-mail: necespi@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre Econ. Natalia Andrade Moreira, MSc	
	Teléfono: 2293083 – 2293052	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, Edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de Octubre 642 y Carrión Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

CARTA DEL TUTOR

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por todas las bendiciones recibidas, por permitirme disfrutar de la compañía de mi Esposo, mis hijos Johanna y Ricardo que me han sabido comprender y apoyarme además de darme cariño y amor, durante todas las tapas de mi vida,

Agradezco también a mi Padre, por sus consejos y el sembrar en mí ese deseo de superación y aunque hoy ya no está junto a mí para poder celebrar cada logro que tengo, sé que esta junto a mí. A mi querida Madrecita por ser ese ejemplo de fortaleza y de enfrentar a la vida siempre con una sonrisa, a mis hermanas que de una u otra forma han sabido apoyarme a cada momento de mi vida, a mis sobrinitos, familiares presentes y ausentes, y a todos mis amigos quienes han contribuido con consejos para que pueda seguir adelante.

Infinitas gracias a todas las personas que Dios ha permitido conocer en el transcurso de mi vida.

DEDICATORIA

La culminación de esta tesis va dirigida con todo mi amor a mi querido esposo Alfredo y a mis dos hijos que amo con mi vida Johanna y Ricardo, quienes han sabido de forma incondicional entregarme todo su apoyo, amor y confianza, también dedico este trabajo a mis padres quienes han hecho de mí una persona de bien, honesta, responsable y luchadora. Así mismo a esos maestros y compañeros de aulas quienes y fueron en parte protagonistas de haber llegado a la culminación de otro logro alcanzado en mi vida profesional.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
REPOSITORIO.....	ii
CARTA DEL TUTOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLA	viii
RESUMEN.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
GENERALIDADES	3
1.1 ANTECEDENTES.....	3
1.2 DIAGNÓSTICO ANÁLISIS FODA.....	6
1.3 MISIÓN	8
1.4 VISIÓN.....	8
1.5 OBJETIVOS Y FILOSOFÍA EMPRESARIAL	8
1.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	10
CAPÍTULO II.....	18
ASPECTO LEGAL PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA CONSULTORA ..	18
2.1. ASPECTOS JURÍDICOS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA ..	18
2.3. LEY DE CONSULTORÍA	21
2.4. ASPECTOS LEGALES	23
2.5. REQUISITOS DE LA COMISIÓN DE GESTIÓN AMBIENTAL	25
CAPÍTULO III.....	38

INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	38
3.1 ANÁLISIS DEL MERCADO ACTUAL EN GUAYAQUIL.....	38
3.2 ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DEL MERCADO.....	52
3.3. CÁLCULO DE LA DEMANDA.....	61
3.4. ASPECTOS DE SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.....	62
3.5. PLAN DE MARKETING.....	68
3.6. ASPECTO TÉCNICO.....	85
CAPÍTULO IV.....	89
ESTUDIO FINANCIERO ECONÓMICO DE LA COMPAÑÍA CONSULTORA AMBIENTAL.....	89
4.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....	89
4.2. CÁLCULO DE RIESGO.....	93
PÉRDIDAS Y GANANCIAS PREVISTAS PARA 5 AÑOS.....	100
4.3. FLUJO DE CAJA Y ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.....	102
4.4. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	104
4.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	106
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	109
CONCLUSIONES.....	109
RECOMENDACIONES.....	111
BIBLIOGRAFÍA.....	112
ANEXOS.....	115

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Análisis Foda	7
Tabla 2 Sueldos y Salarios	12
Tabla 3 Métodos de Investigación	41
Tabla 4 Pregunta 1: Consultoría ambiental – ecológica.....	45
Tabla 5 Pregunta 2 Contratar este servicio actividades empresariales ...	46
Tabla 6 Pregunta 3 Tipo de consultoría empresarial	47
Tabla 7 Pregunta 4 Servicios de consultoría ambientales	48
Tabla 8 Pregunta 5 Importante contratar consultoría.....	49
Tabla 9 Pregunta 6 Consultoría ambiental requerimientos	51
Tabla 10 Plan de servicios.....	68
Tabla 11 Asesoramiento de costo.....	75
Tabla 12 Sistema de ingreso	78
Tabla 13 Publicidad y la Promoción.....	84
Tabla 14 Gastos pre-operativo.....	89
Tabla 15 Presupuesto de inversión.....	90
Tabla 16 Gastos de Instalación.....	91
Tabla 17 Tipo de inversión.....	91
Tabla 18 Apalancamiento	92
Tabla 19 Gastos Fijos.....	92
Tabla 20 Cálculo KE	95
Tabla 21 Financiamiento.....	95
Tabla 22 Balance inicial	96
Tabla 23 Balance de ventas y producción a largo plazo	96
Tabla 24 Amortización corto plazo.....	97
Tabla 25 Pérdidas y ganancias	99
Tabla 26 Pérdidas y ganancias.....	100
Tabla 27 Tasa de Crecimiento	101
Tabla 28 Flujo de caja.....	102
Tabla 29 Análisis de Rentabilidad.....	103
Tabla 30 Valor de Recuperación.....	104
Tabla 31 Punto de Equilibrio	104
Tabla 32 Punto de equilibrio con deuda.....	105
Tabla 33 Análisis De Sensibilidad.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Organigrama de la Empresa	11
Gráfico 2 Pregunta 1 ambiental – ecológica	45
Gráfico 3 Pregunta 2 Contratar este servicio empresariales.....	46
Gráfico 4 Pregunta 3 contratar tipo de consultoría.....	47
Gráfico 5 Pregunta 4 Servicios orientados para las consultorías ambientales	48
Gráfico 6 Pregunta 5 Factores importantes	49
Gráfico 7 Pregunta 6 Servicios de requerimientos.....	51
Gráfico 8 Proceso del servicio	72
Gráfico 9 Ventas Punto de Equilibrio	105
Gráfico 10 Ventas con distintos escenarios	106
Gráfico 11 Variación de Ventas	107
Gráfico 12 Variación de Gastos	108

RESUMEN

El avance tecnológico, los procesos ambientales modernos y el desarrollo de las metodologías empresariales modernas que incluyen la responsabilidad social empresarial en conjunto con los cambios legales en el país traen consigo ventajas y oportunidades para las empresas sin embargo también traen requerimientos y amenazas; una empresa puede crecer y prosperar con la utilización de los avances tecnológicos y el cumplimiento de las normativas si es que éstos se encuentran a su alcance. Una de las estrategias de la empresa de consultorías es la de establecer un equipo adecuado y suficiente, de tal forma que el crecimiento de la compañía permita incorporar al personal adecuado. Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, privadas o públicas están consideradas como consultores ambientales, además de que refieran de un domicilio en el territorio de la nación y que tengan como finalidad u objeto el desarrollo de estudios ambientales, evaluación de riesgo ambiental, planes de manejo ambientales, auditorías ambientales y más herramientas legalmente reconocidas en la normativa ambiental existente. El postulante será notificado a través de la Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, analizará los TdR, de su aprobación o con las debidas observaciones si las hubiere, éstas tendrán que ser tomadas en cuenta por el Postulante hasta lograr su respectiva aprobación. Considerando en los diferentes antecedentes del proyecto para poder instaurar la factibilidad del proyecto, se tiene que haber determinado un sin número de objetivos, los que en conjunto podrán identificar condiciones verdaderas del negocio y del sector, frente a los objetivos establecidos o planteados.

ABSTRACT

Technological progress, modern environmental processes and the development of modern business methods that include corporate social responsibility in conjunction with the legal changes in the country bring benefits and opportunities for companies but also bring requirements and threats; a business can grow and prosper with the use of technological advances and regulatory compliance if they are within reach. One strategy consulting company is to establish an adequate and sufficient equipment, so that the growth of the company allows to incorporate the right staff. The environmental consultants are individuals or corporations, domestic or foreign, public or private, who have registered in the national territory and which have as their object or activity conducting environmental studies, environmental management plans, environmental risk assessment, environmental audits and other environmental instruments recognized by the applicable environmental regulations. The Undersecretariat of Environmental Quality, Ministry of Environment, discussed the TOR and notify the Proponent with approval or remarks if any, which must be addressed by the Proponent to get it passed. Based on the different background of the project must be considered to determine the feasibility of this project, it has been established that a number of objectives, which together will identify the true conditions of the business sector and, to this the objectives.

INTRODUCCIÓN

El principal concepto de este proyecto es el de aportar al desarrollo de las empresas, ofreciendo al mercado, servicios profesionales y especializados en consultoría ambiental, que sean de gran ayuda a las organizaciones, a partir de servicios de consultoría, asesoría y capacitación en procesos ambientales, ecológicos y de certificación en normativa ambiental y procesos verdes, siendo nuestro valor agregado la utilización sistemas normalizados de consultoría utilizando la tecnología de gestión que permitan a la empresa obtener las mejores prácticas y procesos a nivel internacional, ya que se automatiza procesos creando con esto un mayor nivel de eficiencia y productividad en las PYMES, permitiendo con esto realizar actividades que generen un significativo valor agregado, para que de esta manera puedan cumplir con las expectativas propuestas de la empresa y a la vez con las expectativas de sus clientes.

Es así que a partir de esto se pretende la creación de una empresa consultora dedicada a la consultoría y de la gestión del medio ambiente, la que está creada para brindar asesoría y capacitación a los diferentes sectores industriales de la ciudad de Guayaquil. Este proyecto como se detalla en el sumario o capítulos los que indican la viabilidad del proyecto y la consolidación del mismo.

En el capítulo 1 detallo las generalidades de la creación de la consultora, en este capítulo se analizará el FODA, estudio que nos dará la pauta para evaluar la interacción entre las características particulares de un negocio y el entorno en el cual se competirá, aquí también se detallará o indicará la visión, misión objetivos, políticas y su estructura interna y el manual de funciones.

En el segundo capítulo está referido al aspecto legal para la constitución de la consultora, donde constarán todos los requisitos legales

necesarios para la acreditación y aprobación de la Consultora, como son la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS), Servicios de Rentas Internas (SRI), La Comisión de Gestión Ambiental (CGA).

En el tercer capítulo se realizará un estudio de mercado, el que nos dará a conocer la situación actual del mercado en el cual la Consultora entrará a competir y nos hará conocer nuestro mercado total, potencial que nos dará una pauta de nuestros futuros clientes, al igual que a conocer a nuestra competencia. Además a conocer el tamaño del mercado mediante encuestas a diferentes empresas del sector industrial de Guayaquil.

El cuarto capítulo trataremos del estudio económico, financiero del proyecto, en el cual se elaborará un plan de inversión, el cual servirá para determinar los ingresos, costos y gastos, indicadores de rentabilidad, análisis de sensibilidad del proyecto para con esto tener una visión aproximada sobre las futuras consecuencias que traería algún escenario planteado.

Finalmente terminando con las conclusiones y recomendaciones que hemos obtenido luego de la realización de la investigación.

Hipótesis del problema

Desde que el mundo empezó con la industrialización, no se tomaron las medidas necesarias para evitar la contaminación y minimizar de alguna forma esta. Sin embargo actualmente se está tomando conciencia del daño que se generó tiempo atrás y por tal motivo y con la firme convicción de que esta empresa consultora creara una conciencia no solo para el presente sino para el futuro.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

El avance tecnológico, los procesos ambientales modernos y el desarrollo de las metodologías empresariales modernas que incluyen la responsabilidad social empresarial en conjunto con los cambios legales en el país, tienen inmerso ventajas y oportunidades para las empresas, por otra parte también existen requerimientos y amenazas; las empresas puede desarrollarse y prosperar a través de la utilización de los avances tecnológicos conjuntamente con el cumplimiento de las normativas si es que éstos se encuentran al alcance de ellas, desde otro punto de vista puede empequeñecerse o restar sus actividades si éstas no son cumplidas o alcanzadas plenamente, teniendo así que de considerarse la desaparición de las fronteras debido a la nueva era global que se vive en la actualidad, permitiendo que un competidor lejano sea próximo por la viabilidad de información de proveen los medios.

En este entorno cabe identificar a esta empresa como una PYMES, considerando que las Pymes tienen ventajas entre ellas, su capacidad de adaptabilidad debido a su pequeña estructura, la posibilidad de especializarse en cada espacio del mercado, a través de la oferta de una atención directa, acompañada de su capacidad comunicativa. Entre las mayores ventajas de una Pyme está la rápida capacidad de cambiar su estructura productiva al variar las necesidades de mercado, lo cual tiene mayor dificultad en una empresa de mayor tamaño, con un significativo número de empleados y una mayor inversión de capital. El

acceso a mercados tan específicos, como a una cartera reducida de clientes extiende el riesgo de quiebra de estas empresas, siendo de gran importancia que estas empresas expandan su mercado o sus clientes, además de considerar las diferentes características y condiciones del mercado, a continuación especificadas:

- a) La Financiación. Las empresas pequeñas por su tamaño tienen más dificultad de encontrar financiación a un plazo y coste adecuados debido a su alto riesgo. Una de las soluciones a esto es recurrir a préstamos de altas tasas y capital riesgo.
- b) El Empleo. Son empresas con mucha severidad laboral, además de tener dificultad para encontrar mano de obra especializada. La formación intelectual y académica previa del empleado es fundamental para éstas.
- c) La Tecnología. Por el pequeño volumen de beneficios que muestran estas empresas no es posible dedicar fondos a la investigación, teniendo así que asociarse con institutos académicos o con otras empresas.
- d) El Acceso a mercados internacionales. El tener un menor tamaño complica la inmersión a otros mercados. Las instituciones públicas hacen un gran esfuerzo para formar a las empresas en las culturas de otros países.

Tomando en cuenta lo anterior, el proyecto básicamente trata del estudio de factibilidad para crear una empresa consultora que de gestión ambiental, para satisfacer la necesidad de mejorar esa área en las Pymes y los procesos de las industrias, considerando además que la mayoría de empresas consultoras que trabajan en este sector de la economía se

enfocan a las actividades contables, financieras y legales descuidando al área ambiental que es parte de los nuevos modelos de desarrollo.

El sector de las empresas consultoras medioambientales se caracteriza por su atomización de forma que, salvo pocas excepciones, las actividades realizadas son muy diversas: estudios de impacto ambiental, implantación de sistemas de gestión medioambiental, evaluación de riesgos ambientales, análisis de las aguas residuales, planificación del territorio.

El perfil de la empresa, será el de una empresa dedicada a la consultoría medioambiental en general, aunque especializada en planificación territorial y diagnósticos medioambientales, de entre 2 y 5 personas en plantilla, dirigida fundamentalmente al segmento de clientes particulares y Administraciones Públicas, no contarán con estructura comercial interna.

Por lo tanto, la cartera de servicios de esta empresa es la siguiente, coincidiendo en gran medida con los servicios del sector:

- Estudios de impacto ambiental
- Auditorías
- ISO 12001
- Asesoramiento
- Cursos y capacitaciones

La prestación de los servicios de consultoría debe considerar los siguientes factores:

- Adecuada definición de los servicios prestados y aclaración de las dudas de los clientes sobre los resultados de los mismos.
- Aclaración de la importancia del cumplimiento de los plazos de realización de los servicios para la consecución de los objetivos.

- Explicación de los costes del servicio prestado y la relación que tienen con los resultados de dicho servicio.

Los principales grupos de clientes serían:

- Empresas privadas
- Industrias
- Administraciones Públicas
- Constructoras
- Consultoras en general

Es a partir de esto que en función de esta información, la apertura industrial y comercial del país, se debe de entender que se mantiene un dinamismo enfocado a la producción y generación de servicios, que cada vez genera mercados más competitivos con agresividad comercial y de mercadeo, a la par del aumento de la calidad y mejoramiento de productos y servicios, de donde la clave será la constante actualización de sus sistemas de gestión, procesos administrativos, procesos financieros y en especial de sus operaciones, debido a las regulaciones y normativas, para lo cual es necesario estar en constante implementación de nuevos procedimientos, de donde la importancia de este proyecto es el identificar a las empresas que puedan ser clientes potenciales y consolidar un servicio hacia éstas, de tal forma que se pueda mejorar sus operaciones y transferir tecnología para la optimización de los procesos ambientales, permitiendo con esto que las empresas locales puedan ser altamente competitivas, cumplir reglamentaciones e inclusive mantener una presencia global.

1.2 DIAGNÓSTICO ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación que nos permite determinar las ventajas competitivas con que cuenta una organización. Su función principal es la de determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el

logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa. (Borello, 1994).

Tabla 1 Análisis Foda

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trato personalizado. - Proximidad al cliente. - Nuestros servicios ofrecerán precios competitivos con relación al mercado. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dependencia de subcontratación de consultoras de mayor tamaño, lo que limita el contacto directo con el cliente. - Escasa valoración de ciertos trabajos. - La empresa no dispone de referencias comerciales.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento del mercado en torno a este servicio. - Acercamiento a las Pymes. - Obligatoriedad de las obras de hacer diagnósticos medioambientales. - Tendencia a la especialización. - Ayudas de las Administraciones Públicas en mejoras medioambientales. - Existencia de normativa y políticas de carácter medioambiental. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consideración del servicio como prescindible por parte de las empresas. - Desaceleración económica. - Normativa ambiental muy cambiante. - Existencia de grupos ecologistas y grupos de investigación que ejercen de consultores.

Elaborado por la autora de la tesis

1.3 MISIÓN

Ofrecer servicios de consultoría, capacitación y asistencia permanente en procesos y certificación de licencias ambientales, con niveles de excelencia y costos accesibles, para las empresas, industrias y comercios de la provincia del Guayas.

1.4 VISIÓN

Convertirnos en líderes en asesoría empresarial, así como protagonistas del crecimiento económico y productivo mediante servicios que fomenten siempre una mayor rentabilidad, productividad, soluciones efectivas y la búsqueda de la eficiencia.

1.5 OBJETIVOS Y FILOSOFÍA EMPRESARIAL

Objetivo general de la empresa consultora

Ser una compañía consultora con altos estándares a nivel local y nacional a través de la prestación de servicios en consultoría, capacitación y asistencia permanente en procesos y certificación de licencias ambientales a empresas pequeñas y medianas (PYMES) de la provincia del Guayas.

Objetivos Específicos de la Empresa Consultora

Los objetivos de la empresa son los siguientes:

1. Determinar un estudio que refiera sobre los diferentes aspectos en que se constituyen y actúan las diferentes variables que existen en el mercado, conocer los tipos de comportamiento que adoptan los potenciales clientes de la empresa en el mercado;

para identificar sus necesidades, que desde la empresa pueden ser satisfechos; y, finalmente, recopilar una amplia y objetiva información referida a los niveles de competencia que aplica el ente económico en el mercado de su especialidad, para producir insumos o servicios de calidad a sus clientes fijos o eventuales.

2. Desarrollar y aplicar un plan estratégico en materia de marketing destinado a que los productos que produce la empresa entren al mercado sin recibir rechazo, y luego lograr que los mismos alcancen en poco tiempo un importante posicionamiento, en base a su calidad, innovación y diferenciación con respecto a los demás productos que produce y comercializa la competencia.
3. Establecer un volumen de clientes atendidos de 12 clientes nuevos trimestrales para el tercer trimestre del 2016 y cerrar el año con 17 contratos de servicios a clientes, manteniendo un crecimiento sostenido del 10% anual para los próximos 5 años

Toda empresa, para que funcione de manera exitosa en cada una de su instancia, por Ejemplo: el área de producción, mantenimiento, transportación, venta, cobranzas, recursos humanos, marketing, supervisión, gerencia, etc., requieren ante todo disponer de un instrumento que sea orientador de todo el sistema empresarial, como es la política de trabajo, el mismo que contiene la filosofía organizacional, encargada de establecer las pautas de cómo se deben encaminar los trabajadores, administradores y ejecutivos del ente en cada una de las múltiples actividades y tareas que realiza diariamente en el ámbito de su naturaleza y características propias del producto que lanza y vende en el mercado de consumo, en un concepto que esté correlacionado a los grandes objetivos empresariales.

De lo expresado se desprende como sería esta filosofía empresarial y los correspondientes valores organizacionales.

- a) Trabajar para que el ente empresarial mantenga la mayor rentabilidad posible.
- b) Sostener y mejorar todos los índices de productividad en cada una de las áreas que constituyen las empresas.
- c) Desarrollar la actitud hacia el logro de la mayor eficacia en todo momento.
- d) Mantener en lo posible que no se cambien o sean eliminados los procesos que han dado excelentes resultados; como también mantener los altos niveles de aceptación de la imagen y las políticas que fueron implementados de manera aceptada.
- e) Implementar protocolos de cómo manejar la información de manera correcta, sistemática y productiva.
- f) Motivar constantemente a los empleados de la empresa para atender de manera satisfactoria a todos los clientes, sin dejar de lado cualquier estrategia, técnica o procedimiento para conseguir tales objetivos, ya que esto es parte de los compromisos y responsabilidades que la empresa asume ante quienes demandan servicios.

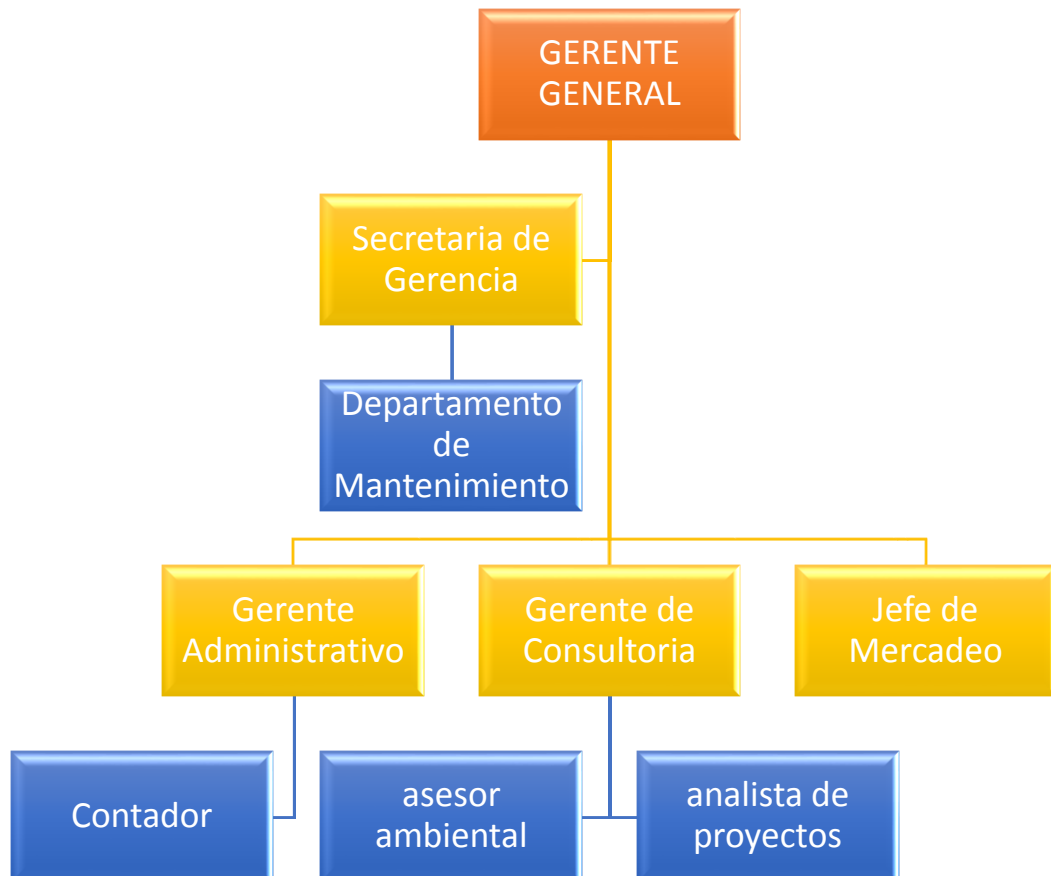
1.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Organigrama de la Empresa Consultora

Una de las estrategias de la empresa de consultorías es la de establecer un equipo adecuado y suficiente, de tal forma que el crecimiento

de la compañía permita incorporar al personal adecuado para su funcionamiento, dado esto el organigrama que se presenta a continuación será el organigrama inicial de la empresa:

Gráfico 1 Organigrama de la Empresa



Elaborado por la autora de la tesis

En base al organigrama propuesto se puede diseñar la nómina del personal de la empresa, donde tenemos los siguientes cargos y sueldos:

Tabla 2 Sueldos y Salarios

SUELDOS Y SALARIOS					
Puesto	NIVEL	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL	TOTAL ANUAL
Gerente General	Directivo	1	2500	2500	30000
Gerente Administrativo	Jefatura	1	900	900	10800
Gerente de Consultoría	Jefatura	1	1500	1500	18000
Jefe de Mercadeo	Jefatura	1	1000	1000	12000
Contador	Empleado	1	550	550	6600
Asesor Ambiental	Empleado	2	850	1700	20400
Analista de Proyectos	Empleado	2	850	1700	20400
Secretaria de Gerencia	Empleado	1	450	450	5400
Conserje	Empleado	1	400	400	4800
TOTAL		11	9000	10700	128400

Elaborado por la autora de la tesis

Manual de las Funciones de la Empresa Consultora

Gerente Dirección General

1. El Gerente será el encargado de realizar las funciones directivas de la empresa, las cuales son: planificar, organizar, formar equipos de trabajo, dirigir y controlar la empresa.
2. Tendrá que establecer los objetivos y criterios, el desarrollo de reglas y procedimientos, el desarrollo de planes y pronósticos e incluso la proyección de eventos futuros que pueden afectar a la Consultora.
3. Será el encargado de asignar tareas específicas, delegar autoridad y coordinar las actividades de cada subordinado.

4. Establecerá criterios de control como cuotas de ventas, normas de calidad, niveles de producción, verificará el desempeño real de la empresa y lo comparará con los criterios previamente establecidos y finalmente tomará acciones correctivas cuando sea necesario.

Gerente de Consultoría

1. Será la encargada de investigar toda la información necesaria para la realización de los diversos proyectos, así como de realizar estudios de los requerimientos y servicios que requieren para los distintos clientes de la empresa.
2. Supervisará al personal que se contrate de forma eventual para las investigaciones y proyectos.
3. Además será el encargado de manejar y atender a los distintos clientes, según sus diversas necesidades y requerimientos, asesoran y direcciona los requerimientos de estos hacia las diversas soluciones que se deben tomar.
4. Está a cargo de los consultores a los cuales asigna diversas tareas a realizar en las diferentes consultorías que realiza la empresa según la especialidad de cada consultor.

Consultor (Ambiental y de Proyectos)

1. El consultor, se encargará de: la parte operativa de la asesoría, analizará datos los cuales reportará al jefe de consultoría y coordinadores.
2. Levantará información dentro de las empresas, llevará y ejecutará las diferentes estrategias, labores y políticas que se le encomienden y sean necesarias.
3. Controla que las estrategias y labores se estén cumpliendo a cabalidad en la empresa.

Marketing y Ventas

1. Tendrá a su cargo la labor de ampliar la base de datos de los clientes de la empresa.
2. Ejecutar labores de ventas y preparar estrategias de publicidad, promoción y contacto con estos para que la empresa pueda ofrecerles sus servicios.

OTROS CARGOS

Departamento Administrativo Funciones y Responsabilidad del Jefe Financiero.

- En coordinación con la Gerencia, elaborar el plan de inversiones de la empresa, y garantizar su cumplimiento.
- Elaborar presupuesto de ingresos y gastos.
- Realizar la gestión de Cobranzas.
- Responsable de proveer dinero para el transporte del conserje-mensajero, la compra de suministros y pagos a proveedores, previa autorización del Gerente General.
- Responder por la adecuada presentación y entrega oportuna de los estados financieros, anexos e informes exigidos al Gerente General de la empresa.
- Verificar el cumplimiento de las personas a su cargo en lo correspondiente a normas administrativas, legales y fiscales y otras.
- Asesorar y participar en la formulación de la política del personal.
- Dar a conocer las políticas del personal y asegurar que se cumpla por completo.
- Afiliar al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social a los colaboradores.
- Llenar los formularios de Décimo Tercero, Décimo Cuarto, utilidades y subirlos en la fecha correspondiente.

- Elaborar el presupuesto de gastos del personal.
- Proponer escalas salariales al gerente general.
- Elaborar las planillas de remuneraciones del personal.
- Encargado de procesar pago de salarios a empleados.
- Calcular remuneraciones y demás beneficios económicos.
- Controlar el cumplimiento del rol vacacional.
- Aprobar los horarios del personal del establecimiento en coordinación con los jefes departamentales.
- Recibir quejas, sugerencias y resolver los problemas de los colaboradores.
- Incentivar la integración y buenas relaciones humanas entre el personal.
- Establecer el perfil, diseño de puestos a reclutar y seleccionar al personal.
- Determinar los términos y condiciones de empleo.
- Se encarga de coordinar con la asesoría legal externa la redacción del contrato, su firma y legalización.
- Hacer la evaluación del desempeño de los colaboradores.
- Investigar los antecedentes de los candidatos a empleados con ocasión de la Evaluación y Selección de personal.
- Planear los programas de entrenamiento y motivación para el personal.
- Programar la capacitación: con cursos a nuevos y demás colaboradores.
- Organizar reuniones de integración.

Funciones y Responsabilidades del Contador

- Realizar la de facturación en el Sistema Contable.
- Entregar la facturación adjunto los reportes del práctico al mensajero.
- Presentar mensualmente reporte de ventas a Gerencia General.

- Encargado de manejar las cuentas por cobrar y cuentas por pagar.
- Presentar mensualmente reporte de compras a Gerencia General.
- Elaborar los Estados Financieros periódicamente con sus respectivos respaldos e informes financieros con el fin de evaluar la razonabilidad de las cifras, la rentabilidad del negocio y los resultados económicos de la empresa.
- Realizar y subir las declaraciones de impuestos mensual y anual a la página del Servicio de Rentas Internas y verificar el respectivo débito.
- Velar por la adecuada conservación y archivo de los soportes de la información contable que se encuentra en el Software de la empresa.
- Registrar la información relacionada con activos fijos y el funcionamiento de la interface de ajustes integrales por depreciaciones.
- Revisar mensual de la nómina con respecto al pago de aporte patronal al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y verificar débito.
- Registrar todas las operaciones causadas en la empresa y efectuar conciliaciones.

Recepcionista

Para un excelente desarrollo organizacional se contará con una recepcionista para que atienda, reciba y comunique los pedidos de los clientes, proveedores y a la gerencia general o jefes inmediatos.

Funciones y Responsabilidades de Recepción

- Contestar y transferir llamadas.
- Manejar la correspondencia interna y externa, llevar registro de los mismos.

- Atender a clientes y proveedores.
- Comunicar y programar las citas para la gerencia.
- Realizar los oficios que se requiere para los diferentes clientes y/o autoridades.
- Otras responsabilidades oportunas y necesarias para la empresa.

Una vez determinadas las funciones y responsabilidades de cada departamento de la compañía, se lograra el buen funcionamiento deseado del proyecto.

CAPÍTULO II

ASPECTO LEGAL PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA CONSULTORA

2.1. ASPECTOS JURÍDICOS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

De conformidad con lo que dispone la Ley de Compañías y la correspondiente Ley de Consultoría, que rigen en todo el Ecuador, la constitución de la Empresa Consultek, debe crearse como una compañía de responsabilidad limitada¹. Siguiendo este criterio, la empresa Consultek nacerá como una Compañía dedicada a la consultoría, que funcionará de acuerdo a los estatutos que corresponden a las compañías de responsabilidad limitada. A medida que se desarrolle el presente capítulo se dará a conocer los aspectos jurídicos que se van a regir a la compañía cuando ya esté operativa y en funcionamiento.

2.2. LOS TRÁMITES LEGALES QUE SE DEBEN CUMPLIR PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA

Es importante conocer que los trámites de constitución se deben elevar a escritura pública. Ahora bien, si se diera el caso de que existan casos de aportes de dinero en efectivo, estos valores se deberán depositar en efectivo en una cuenta conocida como de integración de

¹ Responsabilidad limitada es de la Ley de Compañías y Ley de Consultoría, Codificación del Ecuador. Art. 5 Capítulo II

capital y que esté a nombre de la compañía que se está creando, la misma que debe ser abierta en cualquier institución bancaria del país, y una vez que se cumple este paso se lo protocolizará acompañada de la correspondiente escritura junto con los correspondientes documentos o certificados de depósito. Cuando los aportes de los socios no es en dinero efectivo, sino en especies, debe constar en la escritura al igual que el primer cero (dinero), lo mismo debe hacerse para aspectos de la singularización, el concepto de transferencia de dominio que sea a favor de la compañía, el registro de las distintas personas que constarán como socios de la compañía; y por último el detalle del valor de aportación de cada uno de ellos.

Cumplidos los pasos señalados en el párrafo anterior, el siguiente es obtener 3 copias notariadas de la escritura, los mismos que serán entregados a la Superintendencia de Compañías, previo la firma de un abogado que patrocine a la empresa, la autorización correspondiente para que un empleado o funcionario pueda realizar los trámites de ley, y la Certificación que la naciente empresa está tramitando o incorporando su afiliación a la cámara correspondiente. Si la escritura está en regla de lo señalado anteriormente, la Superintendencia de Compañías procede a expedir la resolución aprobatoria. En un medio de comunicación que esté entre las primeras de circulación a nivel nacional se publicará por única vez un extracto de la escritura que fue entregada a la Superintendencia de Compañías. Este extracto deberá estar acompañado del domicilio de la compañía. Mediante la resolución otorgada por la superintendencia se escribirá en el Registro Mercantil, de igual manera el domicilio principal de la escritura constitutiva.

A la Superintendencia de Compañías se le devolverá una copia de la escritura constitutiva, adjunto las razones que deben por el Notario ante quien se otorgó y el Registrador Mercantil junto con el certificado del RUC de la compañía, además de copia de los nombramientos del representante

legal y del administrador que le reemplace. Es así que de esta manera se procede a inscribir en el libro de registro de sociedad, para que de existir aportes de numerario le corresponde a la Superintendencia de Compañías comunicar al banco depositario, que la compañía ha terminado satisfactoriamente todo lo referente al proceso de constitución para que procede a la devolución de aportes.

De la Constitución de la compañía

Para nuestro caso de la Responsabilidad Limitada

Características:

- Es un compañía personalizada
- Mínimo de socios es de tres y máximo de quince
- Por las obligaciones salariales el capital estará íntegramente suscrito y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada aportación.
- El Capital no podrá estar representado por títulos negociables.
- La constitución del Capital o su aumento no podrá llevarse a cabo mediante Suscripción pública.
- La transferencia de las participaciones requiere el consentimiento unánime del Capital Social y que la cesión se haga por escritura pública.
- Cada participación dará al socio derecho al voto.
- La escritura pública de formación será aprobada por la Superintendencia de Compañías.

2.3. LEY DE CONSULTORÍA

¿Qué se entiende por consultoría?

De conformidad con lo presente el Capítulo I de la Ley de Consultoría nos dice:

Art. 1 de la Ley de Consultoría: Para los fines de la Vigente Ley, se entiende por consultoría, la asistencia de servicios profesionales especializados que entre sus objetivos sea identificar, planificar, elaborar o evaluar proyectos de perfeccionamiento en sus niveles de pre-factibilidad, factibilidad, diseño u operación. Entiende además la supervisión, fiscalización y evaluación de proyectos, así también los servicios de organización, administración, investigación y auditoría.

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

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

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

Consultores individuales requisitos:

Los nacionales o extranjeros para que puedan ejercer actividades de Consultoría deben reunir los requisitos que se detallan a continuación:

- Poseer título profesional otorgado por un Instituto de Educación Superior del Ecuador o del extranjero, el que deberá en cuyo caso estar revalidado en el país conforme a la Ley.
- Cumplir con el Art, 6 de la Ley de Consultoría, el que indica las respectivas leyes que regulan el ejercicio profesional.

Compañías Consultoras Nacionales:

Las Compañías consultoras nacionales solo pueden constituirse:

- Como compañía en nombre Colectivo.
- De personalidad Limitada.

Otros Requisitos para operar:

Para que las Compañías Consultoras Nacionales puedan realizar algún tipo de actividad de Consultoría en el Ecuador deberán:

- Inscribirse a la Asociación de Compañías de Consultores del Ecuador.
- Registrarse en el registro de Consultoría a cargo de la Secretaría Técnica del Comité de Consultoría.

2.4. ASPECTOS LEGALES

Referente de la Asociación de compañías consultoras:

a) Normalidad:

Pueden asociarse las Compañías Consultoras Nacionales o Extranjeras para interaccionar en cualquier concurso de Consultoría. Debiendo observarse las siguientes normas:

- El contrato de Asociación se constituirá por Escritura pública
- El contrato contendrá las estipulaciones siguientes:
 - 1) Deberá constar el nombre, clase, nacionalidad y domicilio de las Compañías que se asocien, cuya existencia será demostrada con el Certificado otorgado por el Registro Mercantil y en el caso de los Consultores Extranjeros con los Certificados de Existencias y de haber alcanzado el domicilio legal en el país otorgado por los organismos competentes.
 - 2) El Objeto social de la Asociación, será necesariamente la elaboración del correspondiente estudio de consultoría o las actividades de Consultoría que se difiere.
 - 3) La duración de la Asociación no podrá ser inferior al plazo de ejecución de los contratos estipulados en su objeto social.
 - 4) El domicilio de las Asociaciones, que será el mismo de la sede principal de la dependencia, entidad y organismo contratante.
 - 5) La modalidad o forma de participación de cada una de las compañías consultoras integrantes de la Asociación.
 - 6) El nombramiento del Procurador común de la Asociación determinación de sus atribuciones y deberes y procedimientos para su remoción.

- 7) La Determinación de las obligaciones, derechos y responsabilidades de las compañías asociadas particularmente en lo relativo a la dirección Técnica y Administrativa para la ejecución de la Consultoría.
- 8) El nombre de la asociación que será necesariamente el que resulte de la unión de las razones o denominaciones sociales de las Compañías que la constituya. Se señalará en el contrato de Asociación las siglas que utilizará, a las cuales siempre se antepondrá "ASOCIACIÓN".
- 9) Las demás de interés de los asociados reposarán en el Art. 10 de la Ley de Consultoría.

Contrato de Asociación de Compañías Consultoras

Contendrá las siguientes Cláusulas:

- Primera: Comparecientes
- Segunda: Antecedentes
- Tercera: Objeto y Domicilio
- Cuarta: Modalidad y forma de Participación
- Quinta: Responsabilidades
- Sexta: Organización
- Séptima: Gastos Comunes

Disolución de la asociación de Compañías Consultoras

La Asociación de Compañías Consultoras se disolverá por voluntad de sus miembros. Para ello se observarán las siguientes normas:

- a. La Disolución se elevará a Escritura pública
- b. En la Escritura de Disolución se incorporará certificado otorgado por el representante legal de la Dependencia, entidad y organización

contratante de la consultoría, de que la Asociación ha cumplido favorablemente con el pertinente Contrato de Consultoría o de que el Contrato ha culminado de mutuo acuerdo y no existe reclamos alguno contra la Asociación y que no existen obligaciones pendientes entre las partes.

- c. De tal manera, a la escritura debe incorporarse los Certificados concedidos por el Ministerio de Economía y Finanzas y por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, en donde conste que los Asociados han cumplido con sus obligaciones tributarias y sociales.
- d. La terminación de la Asociación previo del vencimiento del plazo para el cual fue constituida se obtendrá mediante sentencia de un Juez de lo Civil, del domicilio de la Asociación, por causa justificada y previa aprobación de la dependencia, entidad u organismo contratante de la Consultoría.

2.5. REQUISITOS DE LA COMISIÓN DE GESTIÓN AMBIENTAL

Para lograr implementar este tipo de empresas, será necesario que la compañía se certifique tanto a nivel legal como académico y de experiencia, adecuadamente ante las autoridades competentes y clientes. Así tenemos que para este negocio, las certificaciones correspondientes son las siguientes:

Legalización de Certificados

- a) Registro: 107872-CIN COMITÉ DE CONSULTORÍA
- b) Registro: 104 MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINAS
- c) Registro: 0072 - DMA - CI

La Formación Académica

- a. Estudios en gestión y control ambiental
- b. Legislación ambiental
- c. Implementación de sistemas basados en el estándar iso-14001
- d. Auditorías ambientales y evaluaciones ambientales específicas
- e. Planes de manejo de sustancias, materiales y desechos peligrosos.

De la experiencia laboral

- a. Implementación de sistemas de gestión ambiental basados en el estándar iso-14001
- b. Actualización legal de las empresas en materia ambiental
- c. Capacitación en proyectos de manejo de desechos
- d. Caracterizaciones de efluentes industriales
- e. Métodos de minimización en materia ambiental facilitador para formación en materia ambiental
- f. Sistemas de Gestión ambiental y Auditorías regulatorias
- g. Proyectos de diseño para almacenamiento de materiales peligrosos.

REGISTRO, CERTIFICACIÓN Y REQUISITOS PARA CONSULTORES AMBIENTALES

Consultores Ambientales son todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, privadas o públicas, que posean domicilio en el territorio nacional y que tomen por objeto o actividad el desarrollo de estudios ambientales, planes de manejo ambiental, auditorías ambientales, evaluación de riesgo ambiental y demás instrumentos ambientales que la normativa ambiental aplicable reconozca.

El registro de Consultores Ambientales, deberá ser público y estará a cargo de la Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del

Ambiente, se registrará en una base de datos electrónica y físicamente, la que será publicada en la página web con la que cuenta el Ministerio de Ambiente, donde constará el registro cronológicamente ordenados de la inscripción de todos los consultores calificados.

CONSULTORES AMBIENTALES REQUISITOS:

Requerimientos previstos de calificación para consultores ambientales individuales

Todas aquellas personas naturales que tenga interés en registrarse como consultores ambientales, tienen que cumplir con ciertos requisitos y por consiguiente mostrar la documentación tanto originales o en copia debidamente certificadas por notaria, que se indicará a continuación:

- a) Se enviará petición de forma escrita dirigida al Subsecretario/a de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente.
- b) Se presentará copias de cédula y papeleta de votación o también para el caso de extranjeros el censo.
- c) Certificado de inscripción del título profesional en la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología e Innovación, en copia.
- d) Registro Único de Contribuyentes (RUC), en copia.
- e) El Servicio de Rentas Internas, deberá emitir un certificado del cumplimiento de obligaciones tributarias.
- f) El Ministerio de Relaciones Laborales emitirá un certificado al consultor ambiental de que no goza de relación de dependencia laboral con Institución Pública alguna.
- g) El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social emitirá una certificación de cumplimiento de las obligaciones o a su vez de no tener registro alguno como empleador.
- h) Curriculum del consultor.

- i) Los Consultores Ambientales, deberán detallar los estudios ambientales, evaluación de riesgo ambiental, auditorías ambientales, planes de manejo ambiental, fichas ambientales sujetas a aprobación, y de más instrumentos ambientales legalmente reconocidos por la normativa ambiental aplicable, efectuados, en los que se haya participado, o hubieren sido revisados y/o aprobados por la competente Autoridad Ambiental.
- j) Nómina de los equipos de trabajo y de la logística aplicable con la que cuenta para desarrollar sus actividades profesionales con la debida firma de responsabilidad.
- k) De acuerdo a lo contemplado den el Acuerdo Ministerial No. 068 del 26 de abril del 2010, se deberá presentar el recibo del pago de la tasa por calificación y registro anual de Consultores Ambientales Individuales.

Requisitos de las compañías consultoras ambientales para su calificación

Para el registro como consultores ambientales, las personas jurídicas interesadas, deberán cumplir con los siguientes requisitos además de reunir y presentar la documentación que deberá ser en originales o en copia legalmente notariada:

- a) Se deberá realizar una petición de forma escrita dirigida al Subsecretario/a de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, donde se indicara el lugar en el cual se recibirán las notificaciones, y demás.
- b) La compañía consultora deberá presentar debidamente en el Registro Mercantil las copias de inscripción de la escritura pública de constitución la que indicara la acreditación de la existencia legal y que además deberá constar como objeto social, el nombramiento del

representante que está legalmente registrado y la actividad de la misma.

- c) Los consultores ambientales también deberán presentar Certificados del Servicio de Rentas Internas, del puntual cumplimiento de Obligaciones Tributarias.
- d) El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, emitirá a las compañías de consultoría ambiental un certificado del cumplimiento de obligaciones.
- e) Los consultores ambientales deberán también presentar copia del Registro Único de Contribuyentes.
- f) De las compañías extranjeras, estas deben de cumplir con ciertos requisitos que están establecidos en la Ley de compañías como son documentación que acrediten su domicilio en el Ecuador, su existencia legal y el nombramiento de su representante legal en el país.
- g) La Superintendencia de Compañías extenderá un certificado del cumplimiento de obligaciones de estas compañías consultoras.
- h) Las compañías consultoras deberán presentar a la Autoridad Ambiental Competente los estudios ambientales, auditorías ambientales, manejo de planes ambientales, evaluaciones de riesgo ambiental, fichas ambientales que estarán sujetas a aprobación, y demás de los instrumentos ambientales reconocidos por la normativa ambiental aplicable.
- i) Deberán presentar copias de la cédula y papeleta de votación o del censo si fuese el caso de extranjeros del equipo técnico de apoyo.

- j) Se debe presentar curriculum y experiencia (elaboración de estudios ambientales) que haya realizado el personal técnico de apoyo con el que se tiene o están relacionados con la compañía consultora, cumpliendo con un mínimo de 10 técnicos requeridos.
- k) Según el Acuerdo Ministerial N° 068 emitido el 28 de abril del 2010, toda compañía consultora debe presentar el recibo de pago de la tasa de registro y calificación anual contemplados en el acuerdo.
- l) Las Compañías Consultoras deben presentar el registro de los grupos de trabajo y logística, que se cuenta para el desarrollar sus actividades profesionales, con la debida firma de responsabilidad.
- m) Las Compañías Consultoras deben presentar copias certificadas de los títulos profesionales del equipo técnico de apoyo a la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología e Innovación.

Consultores ambientales y su Calificación

En cuanto a la calificación y registro de Consultores Individuales y Compañías Consultoras Ambientales a nivel nacional, se deberá contar con una detallada base de datos de los Consultores Individuales y Compañías Consultoras Ambientales calificados. Estableciéndose así el siguiente procedimiento:

1. La revisión formal de las solicitudes presentadas y comprobación de la documentación requerida.
2. En caso del cumplimiento del puntaje de 80 a 100 según como refleja en la matriz de calificación para los Consultores Individuales y Compañías Consultoras Ambientales, serán inscritos en el Registro con categoría A.

3. La calificación, recalificación o revocatoria de calificación, de ser el caso; inscripción en el respectivo Registro por la Secretaría de la Comisión de Calificación y, comunicación al consultor a través de la Subsecretaría de Calidad Ambiental.
4. En caso de cumplir con el puntaje de 60 a 79.9, que consta en la matriz de evaluación respectiva, para los Consultores Individuales y compañías Consultoras Ambientales serán registrados en el Registro de categoría B.
5. El análisis y evaluación de las solicitudes estará a cargo de la Comisión de Calificación en función de la matriz de calificación por puntaje.
6. La calificación tendrá una vigencia de un período de dos años, posterior a los cuales se procederá a la recalificación, previa solicitud de los interesados.

Tipo	Puntaje
A	80 – 100
B	60 – 79.9

Fuente: Ministerio del Ambiente – Art. 13 del

Elaborado por la autora de la tesis

EMISIÓN DE LICENCIAS AMBIENTALES Y EL PROCEDIMIENTO:

1.-LA LICENCIA AMBIENTAL

Es permiso o autorización que emite la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para que desarrolle o realice un proyecto, obra o actividad que pueda producir u ocasionar impacto ambiental. En ella se constituyen los requisitos, obligaciones y condiciones donde el postulante de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos

no deseados en la realización del proyecto autorizado que éste pueda ocasionar a nivel ambiental.

a. El Procedimiento

El Postulante deberá realizar una solicitud o petición al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado. Esta solicitud debe indicar lo siguiente:

- a) La Razón Social del Proponente.
- b) La fecha de solicitud del Certificado de Intersección.
- c) Los Apellidos y Nombres completos del Representante Legal.
- d) La Dirección, estará compuesta de:

- La Ciudad
- El N° de Calle
- El N° de Teléfono
- El E-mail

- a) El Nombre del Proyecto.
- b) La Ubicación del Proyecto con detalle de coordenadas UTM.
- c) La Actividad y breve descripción del proyecto.
- d) El representante legal, debe suscribir esta solicitud.
- e) La papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente de US/ 50.00, de conformidad con lo dispuesto en el Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, como un ente regulador será quien emita el un Certificado de Intersección

del proyecto con Bosques Protectores (BP), el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), y Patrimonio Forestal del Estado (PFE) adhiriendo el mapa correspondiente y la referencia del número de expediente asignado, el cual deberá ser nombrado en futuras comunicaciones por el postulante.

El Postulante debe hacer una petición o solicitud al Ministro del Ambiente, la aprobación de los Términos de Referencia (TDR) para el desarrollo o elaboración del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental para los proyectos nuevos, para actividades en funcionamiento deben presentar los Términos de Referencia para la Elaboración de la Auditoría Ambiental de Situación y el Plan de Manejo Ambiental. La solicitud debe contener lo siguiente:

- a. La Razón Social del Proponente.
- b. La fecha de la solicitud de los Términos de Referencia.
- c. El Nombre del Proyecto.
- d. La referencia No. de Expediente establecido al trámite al conseguir el Certificado de Intersección.
- e. Los Términos de Referencia (TDR) (deben ser un documento escrito y en magnético (WORD); 1 copia si NO INTERSECTA con el SNAP, además tres copias SI INTERSECTA con el SNAP).
- f. Deberá estar documentada correctamente la constancia de que los Términos de Referencia, fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, de acuerdo a lo establecido en el Libro VI del TULAS de los elementos de Participación Ciudadana.

La Subsecretaría de calidad ambiental del Ministerio del Ambiente, será la que se encargue de analizar los términos de referencia y de indicar al postulante con su aprobación o con las debidas observaciones si estas existieren, las que deberán ser atendidas por el postulante hasta lograr su conformidad.

El Postulante puede solicitar al Ministerio del Ambiente, la respectiva aprobación del Estudio del Impacto Ambiental, y el Plan de Manejo Ambiental del proyecto a tratarse, de los proyectos nuevos, la situación es diferente para el caso de actividades que estén en funcionamiento, la Auditoria Ambiental y el Plan de Manejo Ambiental, la solicitud a presentarse deberá contener los requisitos siguientes:

- a. La razón Social del Proyecto.
- b. La fecha de la solicitud del Estudio de Impacto Ambiental.
- c. Debe constar el Nombre del Proyecto.
- d. La Referencia No. de Expediente establecido al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- e. El Estudio de Impacto Ambiental y Plan de manejo Ambiental debe ser en escrito y magnético (textos en WORD, mapas en formato JPG); además de una copia si NO INTERSECTA con el SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el SNAP).
- f. La Constancia adecuadamente documentada de que el EIA y PMA fueron puestos a conocimiento de la ciudadanía en general, según los mecanismos de participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del TULAS.
- g. La papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente al 10% del costo del EIA y PMA, de consentimiento con lo dispuesto en el Libro IX del Texto.
- h. La copia de la factura que legalice el costo del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental.
- i. Consolidado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, es el ente que tiene la potestad de evaluar los estudios y a su vez notificará al postulante con la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de

Manejo Ambiental o con las observaciones si éstas tuvieran, que deberán ser atendidas por el postulante hasta que logre su aprobación.

La solicitud para la emisión de la Licencia Ambiental y la ejecución del proyecto, debe ser solicitada por el postulante al Ministerio del Ambiente, la que deberán contener:

- a) La Razón Social del Postulante.
- b) La fecha de solicitud de la Licencia Ambiental.
- c) El Nombre del Proyecto.
- d) La referencia No. de Expediente determinado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- e) Una certificación del costo total del Proyecto.
- f) El Cronograma debidamente valorado de realización del Plan de Manejo Ambiental anual, (en caso de proyectos a ejecutarse en un término menor a 1 año, cronograma por los meses de permanencia).

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente notificará al postulante el valor de la tasa por emisión de la Licencia Ambiental, que corresponde al 1 por mil del costo total del proyecto y la tasa por el primer año de Seguimiento y Monitoreo al Plan de Manejo Ambiental de acuerdo a lo dispuesto en el Libro IX del TULAS.

Deberá el postulante remitir a la Subsecretaria de calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente lo que se indica a continuación;

1. El Nombre del Proyecto.
2. La Razón social del Postulante.

3. La Referencia número de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
4. La garantía de fiel cumplimiento del Plan Anual de manejo Ambiental, equivalente al 100% el cronograma Anual Valorado, a nombre del Ministerio del Ambiente.
5. La Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de las tasas correspondientes a la emisión de la Licencia Ambiental y Seguimiento y Monitoreo.
6. Una Póliza de Seguros por perjuicios ambientales o daños a terceros a nombre del Ministerio del Ambiente.

Se inscribirá a través de la Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, la Licencia Ambiental en el Registro de Licencias Ambientales, notificará y entregará al Proponente el original de la Licencia Ambiental emitida por el Ministro del Ambiente, esta registrará desde la fecha de la resolución Ministerial, la cual contiene todas las obligaciones y responsabilidades que el postulante asumirá en materia ambiental por el tiempo que este en vigencia la Licencia.

El Postulante tendrá que considerar lo dispuesto en el Libro IX del TULAS, lo referente a Servicios Forestales y de Áreas Naturales Protegidas y Biodiversidad Silvestre (Licencias Forestales, Permisos de Investigación, etc.

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 ANÁLISIS DEL MERCADO ACTUAL EN GUAYAQUIL

3.1.1. METODOLOGÍA DE ESTUDIO DE MERCADO

Teniendo como referencia los diferentes antecedentes del proyecto se debe considerar la Factibilidad de este Proyecto, se debe establecer una serie de objetivos, los que en su conjunto podrán identificar las verdaderas condiciones que posee el sector y el negocio, frente a los objetivos planteados y que son:

1. Hacer un estudio claro, preciso y objetivo del mercado que se va a incursionar con el propósito de conocer a la competencia, el nivel de posicionamiento, cuando influye en el mercado, aspectos y características del servicio que ofrecen.
2. Se debe establecer la actual situación del sector.
3. Lograr que el estudio de mercado permita determinar el potencial, el perfil y la conducta del mercado en relación a este servicio ofrecido.
4. Determinar la tendencia en base a las investigaciones sobre las diferentes necesidades y requerimientos de las empresas, rangos de precios de los servicios que el mercado objetivo estaría dispuesto a

pagar, forma de comercializar los servicios y entre otros requerimientos con respecto a este tipo de servicios.

5. Conocer si los productos que van a ser colocados en el mercado gozarán o no de la aceptación por parte de los potenciales clientes.
6. Escoger o seleccionar los medios publicitarios más idóneos para mejorar la imagen de la empresa.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Los objetivos a corto o largo plazo que me proponga implementar cualquier empresa, en el orden que sea, por ejemplo, mejorar las ventas, implementar tecnologías de punta, desarrollo de imagen a través de una agresiva campaña, mejorar el producto de ventas, la actitud laboral, etc., deben empezar con la implementación de un Plan de trabajo destinado a estudiar el mercado al cual se pertenece, para conocer sus necesidades, y cuáles son los productos o insumos que se pueden producir para satisfacerlos. Esto se puede hacer siempre y cuando se ejecuta ese plan de trabajo o estudio, pues, de ella se va a recoger toda la información pormenorizada de dicho mercado, y que servirá de importante provecho para que la empresa sepa que productos debe crear o mejorar, como también que aspectos del negocio debe mejorar y que está evidenciando limitaciones para que el ente económico, no sea más competitivo.

Por lo expresado el presente estudio buscará enfocar el estudio dentro del análisis de un grupo de variables y el impacto en las perspectivas del proyecto, determinada a que urgen a partir del interés por llevar a efecto una investigación de mercado, el mismo, una vez obtenidos los resultados se podrán implementar las estrategias de cómo actuar en dichos espacios con un pronóstico de que los productos o servicios que ofrecen serán bien recibidos, cotizados y consumidos. Adicional a esto, el estudio ayudará a

conocer los costos financieros del proyecto, su implementación y las proyecciones de ganancias. Es así que de lo anterior expuesto, las variables inmersas y parte del análisis son:

- a) Un análisis de la competencia: identificación de competidores, participación, posicionamiento y servicios.
- b) Los fundamentales aspectos sobre el sector.
- c) Comportamiento y el perfil de los clientes potenciales.
 - 1. Identificación de los clientes potenciales.
 - 2. Tipo de empresa.
 - 3. Aspectos sobre la utilización de servicios de consultores.
- d) Requerimientos y necesidades de los potenciales clientes.
- e) El cobro de servicios estará dado por un óptimo rango de precios.
- f) De los Medios de promoción.
- g) Grado y expectativas de aceptación de la oferta de los servicios de la consultora.

Partiendo del análisis y la investigación de las variables es que obtiene la información que se necesita para ser utilizada para diseñar y aplicar los planes estratégicos que tienen como propósito de que la empresa inicie un crecimiento sostenido que augure una mejor influencia en el mercado, el presentar productos de consumo de muy buena calidad, costos y entrega inmediata.

Tabla 3 Métodos de Investigación

Métodos de Investigación	Cuantitativo	Cualitativo
	Exploratoria	Descriptiva
Técnicas	Encuestas	Documental
Instrumentos de Observación	Cuestionario	Variables del Mercado
	Respuestas	Estudios previos
	Informes	Informes

Elaborado por la autora de la tesis

Como fuentes secundarias que contendrá este estudio constará de información procedente de internet, revistas, consulta de proyectos anteriores Cámara de la Producción, ministerio de Medio Ambiente, periódicos, Banco Central y sus estadísticas, textos, Servicio de Rentas Internas y otras fuentes que provean más información.

Las encuestas estarán dirigidas a las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) industrias y constructoras, de donde las bases de datos serán los socios de la Cámara de la Pequeña Industria del Guayas, de donde a partir de un cuestionario de preguntas fáciles de contestar y de tabular, puede establecer una herramienta útil para nuestro proyecto, que nos permitirá analizar el campo al que nos dirigimos, y si ésta es la manera correcta de hacerlo.

La encuesta será tomada a una pequeña muestra de nuestro mercado, se llevará un tiempo máximo de 10 a 15 minutos y nos dirigiremos a varios sectores de la ciudad, lo que permitirá observar mejor el ambiente económico del sector.

Realizaremos la entrevista a gerentes o personas encargadas de Pymes, también entrevistaremos.

- **Duración de la entrevista:** 10 a 15 minutos.
- **Lugar donde se realizará la entrevista:** vía telefónica.
- **Temas a tratar:** aspectos relacionados del proyecto, consultoría ambiental y potencial de negocios.

Para este fin se consideró como población base a la totalidad con los que cuenta la Cámara de Pequeña Industria, que asciende a 3.500 empresas aproximadamente, acotado anteriormente aquí se encuentran registradas las PYMES del Guayas en donde operaremos como nuestro mercado objetivo, teniendo así que la muestra, que fue calculada a partir de una formula estándar para nuestro muestreo de poblaciones finitas, la que se indica a continuación.

Fórmula para determinar la muestra

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) \times Z^2 \times p \times q}$$

N =	2200	n=	Z²*N*p*q
Z =	1.96		e²*(N-1)+Z²*p*q
p =	50%		
q =	50%	n =	3361.4
e =	5%		9.7079
		n =	346

Donde se dice que:

N: la población objetivo.

Z: corresponde al parámetro que hace referencia a la distribución de las probabilidades de las poblaciones normales con un nivel del 95% de confianza, de acuerdo a lo que indica la tabla "Z".

p: la probabilidad de ocurrencia de un evento.

q: este factor indica la probabilidad de que un evento no ocurra (1 – p).

e: Nivel de error de los datos estimados.

n: el número de encuestas que se utilizara para la recolección de los datos.

Para este proyecto el cuestionario a utilizar será el siguiente:

EMPRESA:

SECTOR O INDUSTRIA:

1.- ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de consultoría en el área ambiental – ecológica?

SI _____

NO _____

2.- ¿Qué tan importante considera usted contratar este servicio para sus actividades empresariales? 1 2 3 4 5

Siendo 5 el más importante y 1 el menos importante

3.- ¿Les gustaría contratar este tipo de consultoría sabiendo que le ayudará a tener mayor rentabilidad y crecimiento empresarial?

SI _____

NO _____

4.- ¿Qué tipo de servicios le gustaría que se brindara en las consultorías ambientales?

_____ Asesoría en regulación ambiental.

_____ Elaboración de estudios ambientales.

_____ Asesoría para el seguimiento del plan de manejo ambiental.

_____ Auditorías ambientales.

- _____ Charlas de capacitación.
- _____ Simulacros contra incendio planes de emergencia y contingencia.
- _____ Elaboración de procesos y señaléticas.
- _____ Asesoramiento y construcción de sistema de tratamiento de agua.

5.- ¿Qué factores consideraría usted al momento de contratar una consultoría ambiental? Siendo 5 el más importante y 1 el menos importante

* Precios.	1	2	3	4	5
* Personal capacitado.	1	2	3	4	5
* Duración del servicio.	1	2	3	4	5
* Facilidades de pago.	1	2	3	4	5

6.- ¿Contrataría nuestros servicios de consultoría ambiental si éstos cumplen sus requerimientos?

SI_____

NO_____

A continuación de esto, la información obtenida será observada y calculada, a través de programas computarizados entre los que se puede indicar como Excel y SPSS, con la única finalidad de lograr armar una tendencia sobre los aspectos de cómo se comportan las variables; y, adicionalmente valorar los resultados obtenidos en la aplicación de las técnicas de recolección de la información (Encuesta). Con estos datos, el investigador puede elaborar planes estratégicos que detectan las necesidades, requerimientos, sugerencias y otros factores que se manifiestan y actúan en el mercado.

3.1.2 Análisis del Mercado Potencial

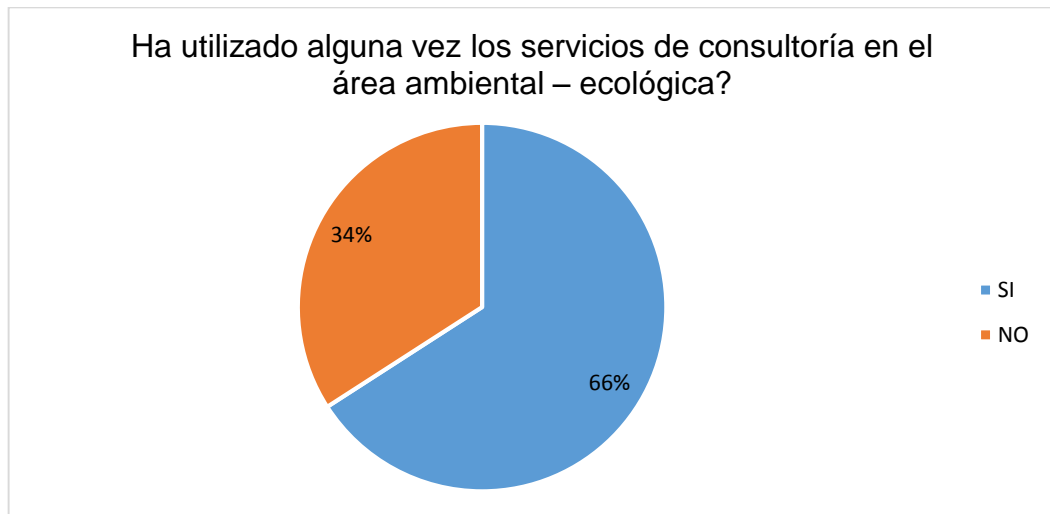
Analizando el estudio de mercado realizado se tiene que los principales resultados obtenidos de este análisis es lo siguiente:

Tabla 4 Pregunta 1: Consultoría ambiental – ecológica
¿Ha utilizado alguna vez los servicios de consultoría en el área ambiental – ecológica?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	228	66%
No	118	34%
TOTAL	346	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

Gráfico 2 Pregunta 1 ambiental – ecológica



Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

El 66% de los Gerentes Generales de las empresas opinaron que si han utilizado alguna vez los servicios de consultoría en el área ambiental – ecológica y el 34% opinaron que no habían utilizado alguna vez los servicios de consultoría en el área ambiental – ecológica, esto debido a que muchas veces es necesario este tipo de servicios debido a que es

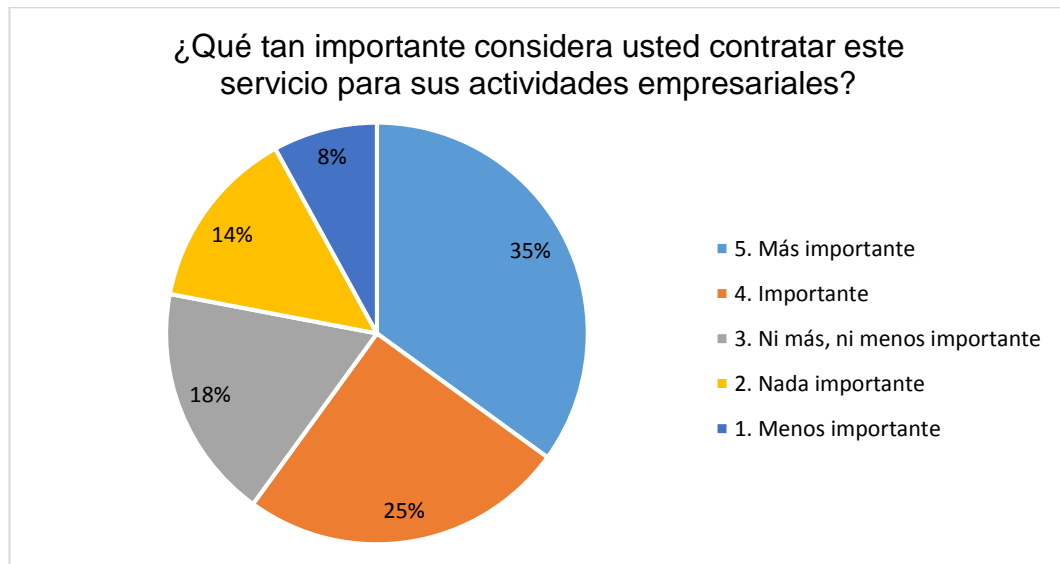
necesario incurrir en regulaciones municipales, estatales o requerimientos de clientes o para poder establecer contratos.

Tabla 5 Pregunta 2 Contratar este servicio actividades empresariales ¿Qué tan importante considera usted contratar este servicio para sus actividades empresariales?

N°	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
5	Más importante	35	35%
4	Importante	25	25%
3	Ni más, ni menos importante	18	18%
2	Nada importante	14	14%
1	Menos importante	8	8%
TOTAL		346	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

Gráfico 3 Pregunta 2 Contratar este servicio empresariales



Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

El 8% de los Gerentes generales de las empresas consideran que no es importante contratar servicios empresariales para sus actividades, 14% consideran que es poco importante contratar este servicio para sus

actividades empresariales, el 18% consideraron que es medianamente importante contratar servicio para sus actividades empresariales, el 25% consideraron importante contratar este servicio para sus actividades empresariales y el 35% consideraron muy importante contratar este servicio para sus actividades empresariales.

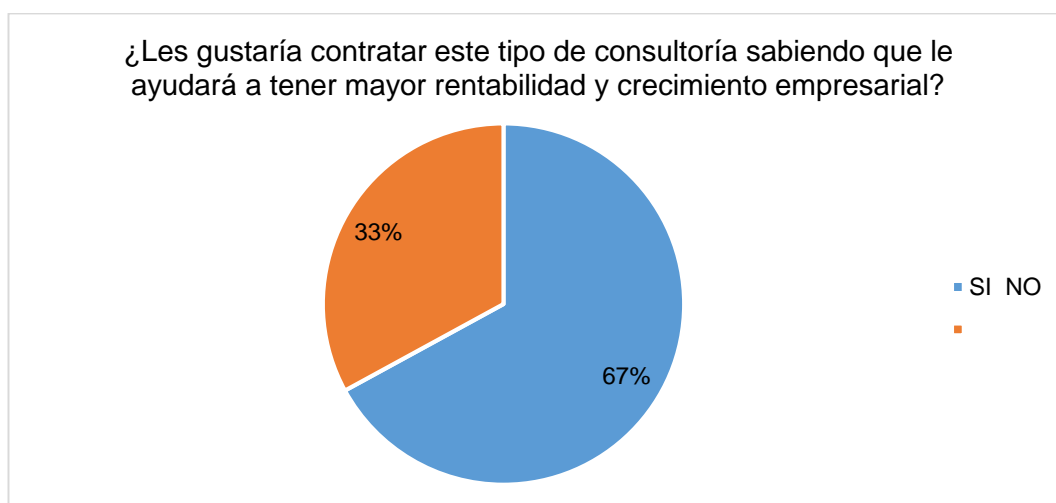
Tabla 6 Pregunta 3 Tipo de consultoría empresarial

¿Les gustaría contratar este tipo de consultoría sabiendo que le ayudará a tener mayor rentabilidad y crecimiento empresarial?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	232	67%
No	114	33%
TOTAL	346	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

Gráfico 4 Pregunta 3 contratar tipo de consultoría



Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

El 67% de los Gerentes generales que si les gustaría contratar este tipo de consultoría sabiendo que les ayudará a tener mayor rentabilidad y crecimiento empresarial y el 33% de los Gerentes generales no les gustaría contratar este tipo de consultoría aun sabiendo que les ayudaría a tener mayor rentabilidad y crecimiento empresarial.

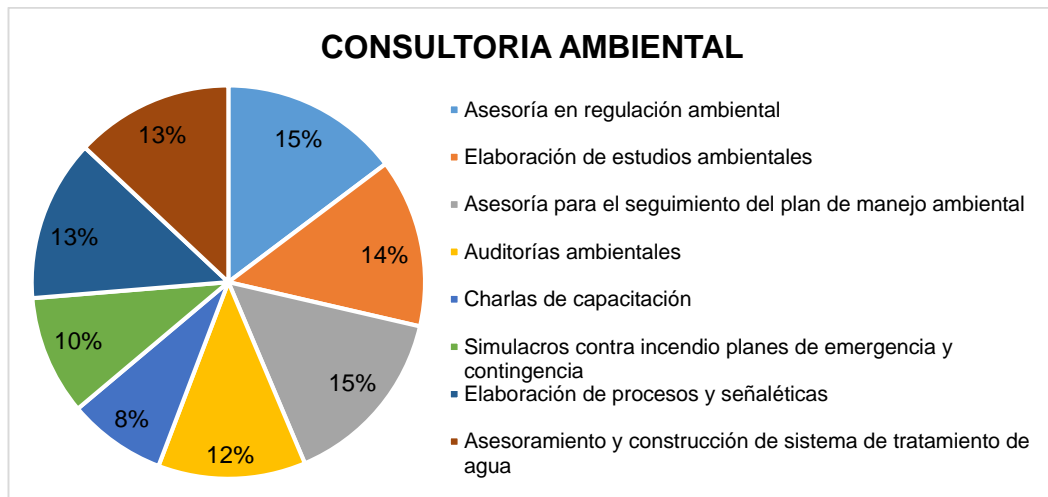
Tabla 7 Pregunta 4 Servicios de consultoría ambientales

¿Qué tipo de servicios le gustaría que se brindara en las consultorías ambientales?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Asesoría en regulación ambiental	51	15%
Elaboración de estudios ambientales	48	14%
Asesoría para el seguimiento del plan de manejo ambiental	52	15%
Auditorías ambientales	42	12%
Asesoramiento y construcción de sistema de tratamiento de agua	28	8%
Simulacros contra incendio planes de emergencia y contingencia	34	10%
Elaboración de procesos y señaléticas	46	13%
Charlas de capacitación	45	13%
TOTAL	346	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

Gráfico 5 Pregunta 4 Servicios orientados para las consultorías ambientales



Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

El 15% de los Gerentes generales les gustaría recibir una Asesoría en regulación, el 14% de los Gerentes generales les parece importante recibir servicios acerca una Elaboración de estudios ambientales, el 15% de los Gerentes generales opinan que su principal requerimiento es recibir servicios de Asesoría para el seguimiento del plan de manejo ambiental, el 12% de los Gerentes generales les parece importante recibir servicios de Auditorías ambientales, 8% de los Gerentes generales consideran necesario recibir servicios de Asesoramiento y construcción de sistema de tratamiento de agua, 10% de los Gerentes general les gustaría recibir servicios acerca Simulacros contra incendio planes de emergencia y contingencia, el 13% de los Gerentes generales le gustara recibir servicios para la Elaboración de procesos y señaléticas y el 13% de los Gerentes general les gustaría recibir acerca un Charlas de capacitación.

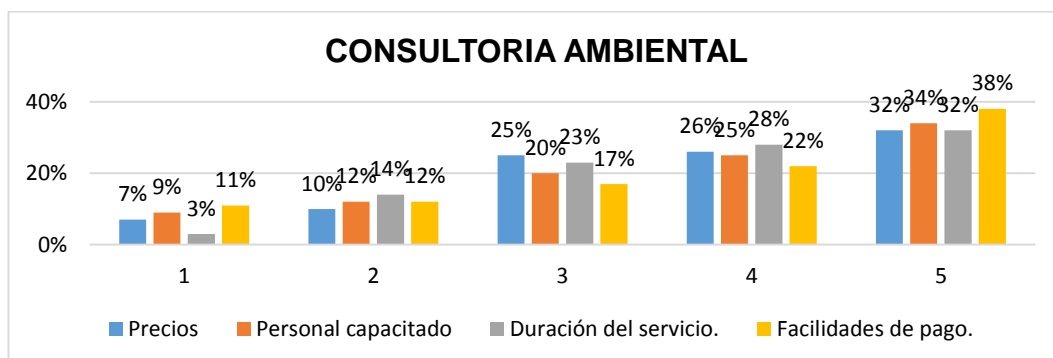
Tabla 8 Pregunta 5 Importante contratar consultoría

¿Qué factores consideraría usted al momento de contratar una consultoría ambiental? Siendo 5 el más importante y 1 el menos importante

PREGUNTA 5	1	2	3	4	5	Total
Precios	7%	10%	25%	26%	32%	100%
Personal capacitado	9%	12%	20%	25%	34%	100%
Duración del servicio.	3%	14%	23%	28%	32%	100%
Facilidades de pago.	11%	12%	17%	22%	38%	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

Gráfico 6 Pregunta 5 Factores importantes



Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

Variable precios: El 7% de los Gerentes generales no consideran importante los precios al contratar una consultoría ambiental, el 10% de los Gerentes generales consideran poco importante los precios de contratar una consultoría ambiental, el 25% de los Gerentes Generales consideraron de regular importancia los precios al momento de contratar una consultoría ambiental, el 26% de los Gerentes Generales han considerado de importante los precios contratar una consultoría ambiental y el 32% de los Gerentes Generales consideran muy importante los precios contratar una consultoría ambiental para la empresa.

Variable personal capacitado: El 9% de los Gerentes Generales opinaron que al momento de contratar una consultoría ambiental es nada importante tener un personal capacitado, el 12% de los Gerentes Generales consideran que es poco importante tener personal capacitado para contratar una consultoría ambiental, el 20% de los Gerentes generales consideran de regular importancia tener personal capacitado para contrata una consultoría ambiental, el 25% de los Gerentes generales consideran importante tener personal capacitado para contratar una consultoría ambiental y el 34% de los Gerentes generales consideraron muy importante contratar personal capacitado para una consultoría ambiental.

Variable duración del servicio: El 3% de los Gerentes generales consideran nada importante en su decisión de contratación la Duración del servicio para contratar una consultoría ambiental, el 14% de los Gerentes general consideran poco importante la duración de servicios para contratar una consultoría ambiental, el 23% de los Gerentes generales consideran de regular importancia la duración de tener una consultoría ambiental, el 28% de los Gerentes general consideran importante la duración del servicio para contratar consultoría ambiental, y el 32% de los Gerentes general consideran muy importante la duración de servicios para contratar una consultoría ambiental.

Variable facilidades de pago: El 11% de los Gerentes generales consideran nada importante las facilidades de pago para contratar una consultoría ambiental, el 12% de los Gerentes generales consideran poco importante las facilidades de pago para contratar una consultoría ambiental, el 17% de los Gerente generales consideran de regular importancia las facilidades de pago para contratar una consultoría ambiental, el 22% de los Gerentes generales consideran importante las facilidades de pago para contratar una consultoría ambiental y el 38% de los Gerentes generales consideraron muy importante las facilidades de pago para contratar una consultoría ambiental.

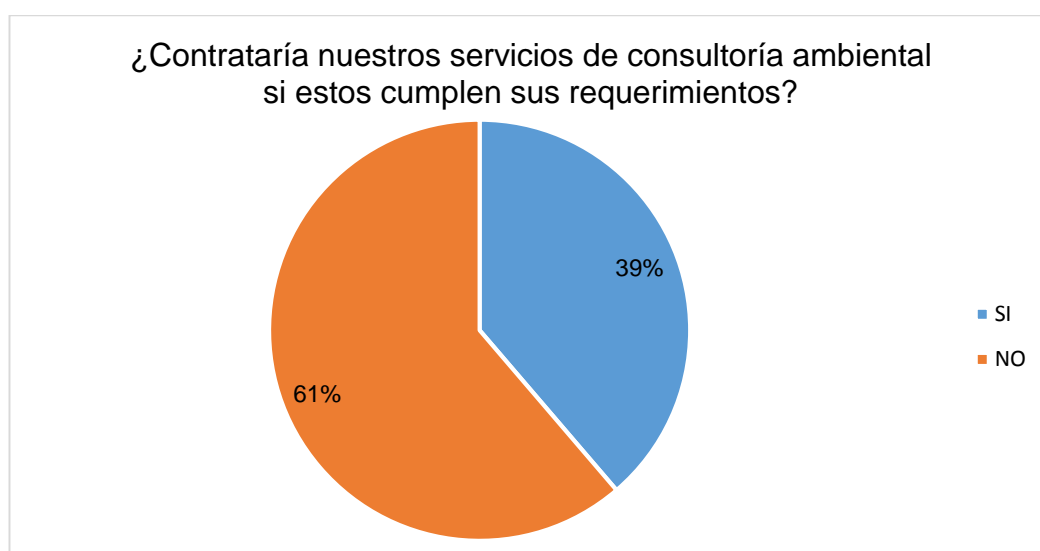
Tabla 9 Pregunta 6 Consultoría ambiental requerimientos

¿Contrataría nuestros servicios de consultoría ambiental si éstos cumplen sus requerimientos?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	134	39%
No	212	61%
TOTAL	346	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

Gráfico 7 Pregunta 6 Servicios de requerimientos



Fuente: Investigación propia
Elaborado por la autora de la tesis

El 39% de los Gerentes general si contratarían nuestros servicios de consultoría ambiental si estos cumplen sus requerimientos y el 61% de los Gerentes general no contrataría nuestros servicios de consultoría ambiental aunque estos sí cumplan sus requerimientos, porque para ellos servicios ofrecidos no cumplen con sus expectativas.

3.2 ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DEL MERCADO

3.2.1. Análisis de la demanda

El sector de las pequeñas y medianas empresas en Ecuador, al igual que en muchos países latinoamericanos, es el motor de la economía del país. En términos de PIB producen alrededor del 80%, en tanto que emplea al 70% de la fuerza laboral (fuente yahoo.com)

En términos generales, no existe una definición exacta ni exclusiva de lo que es una Pyme; sin embargo, se cuenta con varios parámetros que permiten determinarla. Así, se consideran tres atributos cuantificables: personal que labora en la empresa (PO = personal ocupado), las ventas netas al año e impuestos internos (VA = ventas anuales sin IVA ni impuestos) y el valor de activos productivos netos de amortizaciones (AP). También se emplea un coeficiente de categorización para ubicarla como Pequeña o Mediana Empresa.

La siguiente fórmula permite comprender de mejor manera lo expresado:

$$P = \left(10 \frac{PO_e}{PO_m} \times 10 \frac{VA_e}{VA_m} \times 10 \frac{AP_e}{AP_m} \right)^{1/3}$$

Dónde:

P = "Puntaje Pymes" asignado a la empresa.

PO= Personal ocupado.

VA= Ventas anuales sin IVA ni impuestos indirectos.

AP= Son los activos productivos o patrimonio netos según corresponda.

e= Indica el dato real de la empresa.

m= Indica un tope máximo para cada atributo a considerar.

De acuerdo a esto, se ha podido demostrar que en la mayoría de las naciones sudamericanas, los Pymes son pequeños negocios que en realidad si han aportado al desarrollo socio-económico de los pueblos, debido a que su accionar es un factor que dinamiza y fomenta potencialmente la utilización de más mano de obra, es decir ofrece fuentes de trabajo, por lo tanto genera producción y capital. En otras palabras ayuda a que el mercado crezca y sea más interactivo en el intercambio de bienes y servicios. De esta manera la industria nacional se ve favorecida con el apareamiento de los Pymes, al hacer más dinámica la oferta y la demanda al desarrollar competencia, más negocios que intervienen y más recursos humanos para actuar en todos los procesos de venta y consumo. Con el desarrollo de los Pymes, se disminuye el desempleo, que es un problema de todos los gobiernos que no logran resolverlo de manera integral.

Así, por ejemplo, en Argentina el 57% del empleo y el 41% del PBI se concentra en estas unidades productivas; en Colombia, el 35% del empleo y el 30% del PBI. En Chile, las Pymes aportan el 37% del total del empleo y el 19% del PBI. En el caso del Ecuador, el 70% del empleo y el 80% del PIB. (Vega, 2006, págs. 11-12)

De esta manera para calificar a una empresa dentro de dicho esquema (Pymes), se deben tomar muy en cuenta los parámetros antes mencionados (PO, VA, IVA, AP).

Características

Las características de las Pequeñas y Medianas Empresas están determinadas por ciertas variables y conceptos (toma de decisiones y procesos productivos cuidadosamente aplicados) que las definen, las mismas que nos permitirán conocer las Pymes más a fondo, al tiempo que nos darán las pautas para solucionar problemas comunes que suelen presentarse.

A continuación, algunas de sus características:

- La definición de Pymes responde tanto a variables cuantitativas como cualitativas. Entre las cuantitativas está la calidad del personal o facturación. A su vez, entre las cualitativas tenemos el C.D.E. (Committee for Economic Development), el cual responde a puntos clave como: la administración independiente, el capital suministrado por los propietarios, tamaño relativamente pequeño dentro del sector en el que se desenvuelven y el área local de operaciones.
- Otra característica relevante es el número de obreros que laboran en dichas empresas; así, en las Pequeñas Empresas se encuentran entre 40 y 100 empleados y en las Medianas Empresas, de acuerdo a su actividad, su número varía entre 300 en el sector industrial, 100 en el comercial de servicios, 300 en el sector minero, 300 en el de transporte, 100 en el de servicios entre los más representativos.

En cuanto a ciertas características que en ocasiones resultan ser molestas en las Pequeñas y Medianas Empresas, se pueden señalar las siguientes:

- **Componente familiar.**- un factor común en las pymes, es que casi en su totalidad, éstas son empresas familiares; es decir, que la toma

de decisiones va a depender de ellos, pudiéndose producir en ocasiones desacuerdo en la aplicación de las mismas.

- **Falta de liquidez.-** desafortunadamente este es un problema que suele presentarse, por lo que dichas empresas recurren a solicitar préstamos o financiamiento por parte de organismos que apoyan su gestión.
- **Poco productivas.-** generalmente las pymes son consideradas poco productivas, dada su falta de liquidez como se señaló en líneas anteriores.
- **Relación tamaño-productividad.-** de acuerdo a estudios realizados con respecto a los niveles de oferta de las pymes, se ha podido determinar que mientras más pequeño sea el tamaño de la estructura de producción en una empresa, menor será la concentración y representatividad en sus resultados.
- **Falta de solvencia.-** como se había indicado en líneas anteriores, la falta de liquidez, es no disponer de efectivo; en cambio, la falta de solvencia es simplemente carecer de recursos; factor común en las pequeñas y medianas empresas.

Tipos De Pymes

- Las PYMES se pueden clasificar según el sector productivo o de servicios al que pertenezcan. Ej.: agrícola, comercial, turístico, financiero, etc.
- PYMES establecidas con fines públicos o privados. Ej.: Empresas de servicios municipales o provinciales: agua, luz; las privadas como: zapaterías, mueblerías, etc.;
- PYMES según el monto de capital o patrimonio.

- PYMES según la cantidad de empleados.
- PYMES para la producción del mercado nacional o internacional o los dos a la vez.

Para nuestro caso particular nuestro mercado objetivo serán las pymes públicas o privadas, del sector industrial y la construcción y ese será nuestro mercado objetivo.

3.2.2. Análisis de la competencia

Entre las empresas consultoras que están inscritas en el Ministerio de Ambiente, que están certificadas y que son consideradas como las empresas que serían la competencia directa de nuestra empresa están las siguientes:

- Empresa: MAE-139-CC
 - BIÓTICA CONSULTORÍA AMBIENTAL BIÓTICA CONSULTORÍA AMBIENTAL
 - Guayaquil – Cdla. Las Tejas Mz. 8 Villa 4
 - 04-3850004 / 099737624
 - melbatorres@biotica-ec.com
- Empresa: MAE-187-CC
 - CONSULTORA, INGENIERÍA Y SERVICIOS CINSER C. LTDA.
 - Guayas - Cdla. Urdenor 1, Solar, 15, mz. 108. Tarqui
 - 04-6023636
 - cinsercablemodem.com.ec
- Empresa: MAE-203-CC
 - IPSOMARY S.A
 - Cdla. 29 de Junio – Atarazana Junto a Solca, Mz. E-Solar 4

- 04-6013531 / 6013532
- sergio32576@msn.com

- Empresa: MAE-089-CC
 - ASAMBLA
 - Av. 9 de Octubre 2009 y los Ríos, Edificio el Marques, piso 10 of. 3
 - 04-2450815 / 2454817 / 2454700
 - ejmlex@gye.sat.net

- Empresa: MAE-137-CC
 - ECODAITHER CIA. LTDA.
 - Guayaquil – Calle Av. José de las Cuadras y Carlos Garcés. Bloque H5 Dpto. 303
 - Fax. 04-3854296
 - ecodaither@yahoo.es

- Empresa: MAE-196-CC
 - MOSQUERA EL PRAIL CIA. LTDA.
 - Av. Francisco de Orellana Km. 3.5 Urbanización Goleta Alcance Mz. 2097 Solar 3
 - 04- 2280464
 - notificaciones@prail.com.ec

- Empresa: MAE-129-CC
 - CONSULTORA SINERGIA CONSULSINERGIA C. LTDA.
 - Cdla. Bellavista Mz. 23 V 21-21 Dept. 4 – GUAYAQUIL
 - 04-6040338
 - josewonglee@yahoo.com

- Empresa: MAE-182-CC

- OCEANIDELTA
- Guayaquil - Cdla. Valdivia Bloque 14, Dep. 25 2do. piso
Alto - Sector Sur
- 042-496440 / 04-6022649
- oceanideltalconsultora_ec@yahoo.es,
jcampos.ocenidelta_ec@yahoo.es
- Empresa: MAE-103-CC
 - G&S CONSULTORES CIA. LTDA.
 - Ciudadela La Garzota I, Mz. 20, Villa 15, Edificio La
Florida, Planta Baja, Oficina S-1 – GUAYAQUIL
 - 04-5122736 / 0984841960
 - gysconsultores@yahoo.es
- Empresa: MAE-079-CC
 - ELITE CONSULTOR C. LTDA. ELICONSUL
 - Esmeraldas y los ríos Av. 9 de octubre No.1911 Edif.
Finansur piso No. 19 Of. No. 1 Guayaquil
 - 04-2193713 / 2371815
 - gpinargote@equilibratum.com.ec,
info@equilibratum.com.ec
- Empresa: MAE-096-CC
 - CONSULAT CIA. LTDA.
 - Jiguas Norte No. 101 y Víctor Emilio Estrada, Tercer
Piso, Oficina 301 – GUAYAQUIL
 - 04-6040920 / 09- 7203926 / 09-5519939
 - mapiabosch@gmail.com
- Empresa:MAE-023-CC
 - ESPOL – ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL
LITORAL

- Campus Gustavo Galindo Velasco, Km. 30.5 Vía Perimetral – GUAYAQUIL
 - 042-269420 / 042-269439 / 042-269437
 - ldomingu@espol.edu.ec, fpregalado@gmail.com
- Empresa: MAE-042-CC
 - CONSULAMBIENTE CIA. LTDA.
 - Francisco de Orellana y Av. Borges, Edif. Centrum, piso 8 – GUAYAQUIL
 - 042-693235 / 04-2693236 / 7 / 9
 - feliciano@consulambiente.com
- Empresa: MAE-074-CC
 - ORO AZUL CIA. LTDA.
 - Urbanización Samanes 2 Mz. 211 No. 27 – GUAYAQUIL
 - 04-2214305 / 09-3232666 / 09-30998645
 - oroazulconsultora@yahoo.com;
- Empresa: MAE-185-CC
 - COMPAÑÍA GLOBAL TECHNOLOGY ENTERPRISES S.A.
 - Ciudadela Nueva Kennedy - Calle Sexta No. 100 y E.
 - 042396229 - 099989989
 - luistinoco@globaltec.ec
- Empresa: MAE-130-CC
 - TECNOAMBIENTE, TECNOLOGÍA AMBIENTAL S.A.
 - Kennedy norte, Mz. 411 Solar 10- 11 Oficina 7 – GUAYAQUIL
 - 04-6004964
 - tecnoambientes@hotmail.com

- Empresa: MAE-105-CC
 - CARBONO NEUTRAL CIA. LTDA. NEUCARB
 - Parque Empresarial colón Edificio Empresarial 3, Piso 2, Oficina 214 – GUAYAQUIL
 - 2136412
 - info.carbononatural@gamil.com

- Empresa: MAE-024-CC
 - PSI PRODUCTOS Y SERVICIOS INDUSTRIALES C. LTDA.
 - Kennedy Norte, calle Emma Ortiz N° 2004 y Ángel Barrera edificio Jennifer Lucia planta baja-Quito.
 - 042-394800 / 042-394803 / 042-6004964, ext110-113
 - veronicatorres@psiecuador.com

- Empresa: MAE-152-CC
 - PROSIGMA PROMOTORA DE CALIDAD Y EXCELENCIA ORGANIZACIONAL (04-2647056 / 0998287106)
 - Guayaquil- La garzota II, mz 134, sl 1, PB.
 - palvarez@prosigma.com.ec

- Empresa : MAE 038-CC
 - EKOPRAXIS CIA LTDA.
 - Ciudadela Los Álamos norte, mz 24, v 14-Guayaquil
 - 04-2231327 / 09-9763467 / 08-7454702 Fax 04-2231327
 - gyanezq@ekopraxis.com.ec

- Empresa: MAE-031-CC
 - ECOEFICIENCIA, COMPAÑÍA DE CONSULTORÍA AMBIENTAL C. LTDA.

- Guayaquil-Cdla, Kennedy Norte calle Hugo Escala y José Castillo mz 804 sl 3-4 edificio Sai baba piso 3 of 304
- 04-5025313
- info@ecoeficiencia.com.ec

3.3. CÁLCULO DE LA DEMANDA

La demanda potencial será determinada mediante la utilización de datos proporcionados por el INEC y por los resultados obtenidos en las encuestas realizadas:

CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA			
Segmento		%	Población
Zonas de Cobertura	Número de Empresas Guayaquil	100.00%	58.754.00
Segmentación Demográfica			
Tipo de Empresas	Industrias, Constructoras	34.00%	19.976.00
Tamaño Empresas	Pymes	10.00%	1.978.00
Segmentación por conducta de compra			
Utilización de servicios de consultoría ambiental		66.00%	1.305.00
Importancia de uso de servicio		55.00%	718.00
Orientación a la compra		67.00%	481.00
Probabilidad de compra		39.00%	188.00

Fuente: INEC-INVESTIGACIÓN PROPIA
Elaborado por la autora de la tesis

De acuerdo con los datos obtenidos del INEC el número total de empresas es 58.754, a partir de esto se tendrá que tan solo se dará servicio a empresas industriales y constructoras (34%) lo que indica el mercado a

cubrir es de 19976 empresas. De este total nuestro segmento meta son las PYMES que corresponden al 9.9% de la población total de empresas que corresponde a 1978. Considerando los resultados del estudio y las principales variables de comportamiento de nuestro mercado objetivo, se puede identificar que nuestro mercado objetivo corresponde a 188 empresas claramente identificadas

3.4. ASPECTOS DE SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Toda empresa debe preocuparse de crecer en el mercado de su especialización, y una manera de lograrlo es a través de un conjunto de acciones y prácticas que apunten a lograr:

- a) Un buen posicionamiento de su marca.
- b) La calidad de los productos que oferta.
- c) Un buen equipo de profesionales en cada una de las áreas de su desenvolvimiento, y.
- d) Un buen equipo evaluador de la gestión empresarial para medir el impacto en la comunidad de consumo y en el caso del presente estudio, generar un servicio óptimo de consultoría ambiental que convierta su accionar diaria en una verdadera alternativa de innovación constante de los Pymes que se encuentran en la ciudad de Guayaquil.

En qué consisten las Estrategias de Diferenciación

Las estrategias de diferenciación son pasos que a continuación se señalan y que se deben seguir:

- a) Ofrecer en todo instante un trato siempre profesional en materia de servicio al cliente, que incluya no solo los aspectos de la venta, sino una adecuada relación comercial sobre la base de que se está

trabajando para que el potencial comprador se acerca lo más pronto posible al negocio para hacer una compra efectiva.

- b) Ofrecer siempre un servicio de carácter personalizado que considere fundamentalmente las necesidades que tienen cada una de los Pymes.
- c) Entregar servicios que sean altamente confiables, es decir, que están referenciados a los más altos indicadores de calidad internacional, garantizando que los servicios en el área de consultoría proporcionen un diagnóstico de que cómo está la empresa evaluada en el mercado, y cuáles serán los correctivos u orientaciones que se deben seguir para el crecimiento empresarial de la entidad estudiada.

Diferenciación Puntual

- Servicio: Además de brindar diversos servicios en cuanto a mejorar el área los procedimientos ambientales de los clientes, nuestro objetivo es consolidar una filosofía verde en las compañías de la ciudad mediante iniciativas que consolide la participación de las empresas en la comunidad.
- Características:
 - Proporcionar al cliente servicios de última generación, personalizados y adaptables a las necesidades del cliente.
 - Utilización de sistemas, programas informáticos y software utilitario como parte de nuestros servicios, para la planeación, organización, administración y control de las operaciones de trabajo así como los resultados obtenidos.

- Promover la entrega de un servicio que reúna las características de agilidad, oportunidad y eficiencia; a fin de que el cliente se sienta satisfecho porque sus requerimientos, son atendidos como él se lo merece o están de acuerdo a sus expectativas.
- Entregar los distintos servicios al cliente dentro de un criterio que se ajuste a precio que sea competitivo.

Diferenciación de Servicio

El servicio a ofrecer contará con un personal altamente capacitado, profesional y totalmente comprometido, para así poder cumplir a cabalidad con cada uno de los diversos servicios que promocionamos, tratando que el empleado o funcionario en general se esfuerce en satisfacer a sus clientes en cuanto a sus requerimientos y sus necesidades.

Aspectos de la Diferenciación del Personal

El personal que trabaja en la empresa, en sus distintas áreas debe ser calificado, y con ello, debe ostentar conocimientos académicos, aptitudes – actitudes, y experiencia comprobada para su desempeño. Cuando dichas competencias no están acorde con las demandas de los clientes, es indispensable que el Jefe de Recursos de Talentos Humanos se deben preocupar que dicho personal se capacite periódicamente, y con esta medida, la empresa está en capacidad de ofrecer lo que pide el mercado en cuanto al curriculum del trabajador.

Formación Intelectual

En lo que concierne a los niveles profesionales que debe tener el departamento de Recursos Humanos, todo su personal debe poseer

suficiente preparación académica para cumplir su tarea dentro de la empresa, como es saber evaluar el desempeño de todo el personal que trabaja en la entidad y presentar los informes a la autoridad competente para que él tome decisiones sobre capacitación en las cosas que se detecten limitaciones o deficiencias laborales.

Conductas de Cortesía

La atención hacia el cliente, en todo el proceso de una venta debe estar envuelta en un ambiente de amabilidad, cordialidad, respeto y consideraciones. Pero, no solo para el comprador, esta actitud también proyectarlos también con sus jefes y compañeros de trabajo. Estas acciones ayudan a la empresa en el contexto del mercado.

Aspectos de la Confiabilidad, la ética y la moral

Todos los empleados están en el deber de dar un servicio que contenga calidad consistencia a tiempo, veracidad en todo lo que dice y entrega, con toda responsabilidad demostrando con esto que su trabajo y actitudes están cobijados en conceptos claros de lo que es el servicio profesional, un excelente comportamiento, alto nivel intelectual, formación y prácticas culturales y éticos.

Habilidades y capacidades de atención al público

Los empleados al mínimo requerimiento de atención y solicitud de servicio, deben responder inmediatamente y con muy buena predisposición deben saber que cuando un cliente pide atención es porque tiene necesidad imperiosa de resolver un problema, y el empleado es la persona indicada.

Calidad de la Comunicación

Es importante que los empleados a más de tener predisposición a entablar una adecuada, comunicación con el cliente, para escucharlo en sus necesidades, orientarlos en cuanto a dudas sobre cómo elegir un producto u otro, ya sea por calidad, costo, duración y eficiencia, también debe poseer el conocimiento técnica sobre lo que vende y una cultura general, para que la relación vendedor – cliente sea muy placentera y armónica.

Aspectos de la Atmósfera Laboral

La infraestructura física de la empresa, la disposición de las áreas y departamentos que constituyen la entidad económica, los recursos tecnológicos de punta, el clima laboral, el ambiente ecológico, la adecuada disposición de los insumo o productos comerciales, etc., deben estar orientados en un ambiente que brinde comodidad, armonía mental y psicológico y sobre todo que se distinga por ser muy acogedora tanto al personal de planta, venta, etc., y el conjunto variado de clientes que visitan el local para cotizar mercadería o directamente comprar.

3.3.2. Nombre de la Empresa y Logo

“CONSULTEK”



Breve Reseña del Logo

Este logo fue creado con la finalidad de que al ser observado, refleje libertad de expresión y el claro concepto de un medio ambiente limpio además parte de dos ideas, en primer lugar hace alusión a la libertad que debe tener el creador o diseñador para expresar sus ideas.

En segundo lugar: que esa libertad de expresión esté conectada al significado de la parte ecológica, enmarcada en el concepto que todas las personas debemos tener conciencia de que no podemos ser ajeno a la naturaleza o al contexto donde se desarrolla el ser humano, animales y naturaleza y que es la obligación de las personas inteligentes de

preservarlo de cuidarlo y atenderlos de tal manera que Consultek prioriza dentro de sus actividades de trabajo estos conceptos de defensa del medio ambiente para favorecer su actividad profesional en las empresas que soliciten nuestros servicios.

3.5. PLAN DE MARKETING

3.5.1. PLAN DE SERVICIOS

El paquete de servicios específicos que proporcionará la Consultora a las empresas que requieran son los siguientes: asesoría ambiental, auditorías y capacitación para entidades públicas, industrias, pymes y organismos. Vale considerar que como empresa técnico Consultor Ambiental, se tiene que los principales servicios son el de brindar asesorías en Seguridad Industrial, Salud e Higiene, también damos servicios de Capacitación, elaboramos Planes de contingencia, Simulacros contra incendio, charlas de Inducción sobre Riesgos laborales, brindando servicios profesionales con un Equipo Técnico Humano capacitado y acreditado ante los organismos reguladores ambientales y en la Dirección de Relaciones Laborales entre otros servicios solicitados por clientes con resultados que una vez expuestos son aprobados por los mismos y los entes reguladores, el mismo que elaboramos una tabla de cotización para los servicios brindados. Así se tiene que los principales servicios son:

Tabla 10 Plan de servicios

ACTIVIDAD	PROGRAMA A DESARROLLAR
Proceso de regulación ambiental.	Categorización, certificado de intersección.
Elaboración de ficha ambiental.	Realizar la ficha ambiental, plan de manejo ambiental, proceso de audiencia pública, hasta obtener el registro ambiental.

Elaboración de declaratoria ambiental.	Elaboración de la declaratoria ambiental para la obtención de la licencia ambiental, proceso de participación social.
Elaboración de estudio ambiental categoría IV.	Elaboración de estudios ambientales, realización de proceso de participación social.
Asesoría técnica para el seguimiento del plan de manejo ambiental.	Elaboración del cronograma de trabajo para el seguimiento y cumplimiento del plan de manejo ambiental.
Elaboración de auditorías ambientales.	Cumplimiento del plan de manejo ambiental y elaboración de los términos de referencia y elaboración de la auditoría ambiental de seguimiento y cumplimiento.
Obtención de factibilidad de servicios básicos de interanual.	Obtener la factibilidad de servicios básicos de interagua documento que se anexa en las fichas, declaratoria y estudios ambientales.
Charlas de capacitación.	Dictar charlas en seguridad industrial, salud ocupacional, gestión de desechos peligrosos, riesgos laborales entre otros.
Simulacros contra incendio.	Realizar simulacro contra incendio a las empresas
Elaboración de planes de emergencia y contingencia.	Elaboración de planes de emergencia para poder actuar ante un evento de accidentes laborales y naturales.

Elaboración de señaléticas.	Se elaboran señaléticas para poder cumplir con el programa de seguridad dentro de la empresa.
Asesoramiento y construcción de sistema de tratamiento de agua.	Presentar informe de tratabilidad de sistemas de tratamientos de aguas residuales.
Elaboración de reglamento interno.	Las empresas tienen que tener reglamento interno.
Elaboración de reglamento de seguridad industrial e higiene.	Presentar ante la dirección regional de relaciones laborales los reglamentos de la empresa.
Renovación de reglamento de seguridad industrial e higiene.	Cumplir con el reglamento de seguridad industrial para su renovación ante la autoridad laboral.
Asesoría.	

Elaborado por la autora de la tesis

ATRIBUTOS DEL SERVICIO

- Costo muy competitivo.
- Uso de los sistemas de información, programas informáticos y software para la planeación, organización, administración y control de las operaciones de trabajo así como de los resultados.
- Soluciones rápidas, personalizadas y adaptables a los requerimientos de los clientes.
- Alta orientación a los resultados y a generar el más alto rendimiento, productividad y eficiencia.
- No solo es asesoría, también es enseñar cómo hacer (KNOW-HOW).

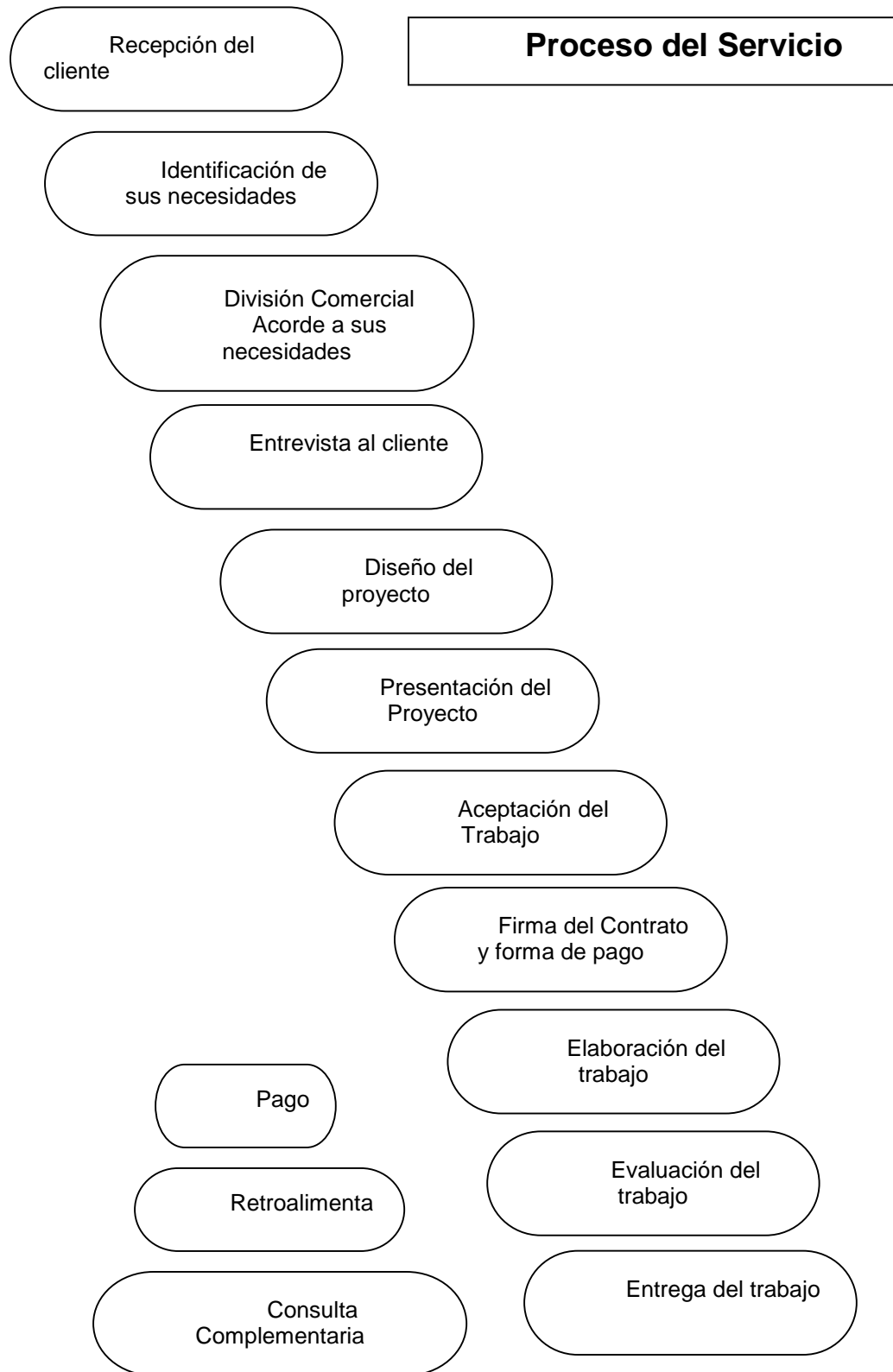
MEZCLA, VARIEDAD Y LÍNEAS DE SERVICIOS

- La expansión de la mezcla de servicios que se requiere para resolver los problemas de cada cliente.
- Atención personalizada y directa a los clientes demostrando confianza e interés en el cumplimiento del trabajo.
- Capacitar a nuestro personal con la finalidad de brindar al cliente el trato que se merece.
- Cumplir con la entrega de nuestros servicios en el plazo acordado.
- Promociones que nos permitan fidelizar y captar nuevos clientes.

Consideraciones operativas (proceso de servicio)

Tal como se ve en el grafico siguiente el procedimiento de atención y la operativa básica de este negocio estará basado en el análisis de las necesidades de nuestro cliente con el respectivo presupuesto y contrato.

Gráfico 8 Proceso del servicio



3.5.2. PLAN DE PRECIOS

El precio de los servicios es el recurso que generará ingresos a la empresa. Estamos conscientes que los honorarios y costos deben estar acordes con la calidad del servicio y relacionados con los vigentes en el mercado. Se debe estudiar este punto cuidadosamente determinar los precios, descuentos, formas de pago etc.

- Para determinar el precio, lo que estamos estudiando es los costos generados por el tiempo en que se presentará el servicio, el personal que se escoja para el proyecto, y la dificultad que se presente durante el proceso.
- La forma de pago dependerá del tiempo en que se presente el servicio es decir, no se cancelará todo el valor, porque durante los procesos pueden ocurrir situaciones que cambien el panorama de trabajo, se determina así que el 30-40% del precio se cancela al inicial pactado y la diferencia en pagos semanales hasta que termine el proyecto.
- Se podrá cancelar en efectivo, con cheques, o tarjetas de crédito.
- Los descuentos dependerá de la cantidad de servicios que escoja el cliente, es decir, se crearán combinaciones para que los clientes puedan aprovechar todos los servicios.
- Se establecerá el precio tope para cada uno de los servicios a ofrecer, en base al estudio de mercado.
- Los precios se incrementarán anualmente en un 10% dependiendo del tipo de servicio, se realizarán los respectivos descuentos.

La Consultora ha sido requerida para que brinde los siguientes servicios a las Pymes:

- a) Desarrollar una orientación preliminar de como supervivir al inicio de sus actividades en el mercado;
- b) Alcanzar un segundo objetivo destinado a desarrollar ventas y obtener liquidez inmediata.
- c) Implementar estrategias que favorezcan la entrada al mercado de una manera rápida y con menor costo.

Para conseguir los puntos señalados se recomienda aplicar una estrategia destinada a la fijación de precios conocida como de “precios muy competitivos”. Con esta estrategia por parte de la consultora, los Pymes estarán en capacidad económicas para pagar el trabajo que ha solicitado, es decir, se plantean precios factibles de ser cancelados. De esta manera se obtiene un doble beneficio, por el lado de la consultora, la posibilidad de dar un servicio profesional y por ello cobrar un valor por el trabajo ofertado; y, por otro lado, los Pymes, el recibir un conocimiento muy valioso que le ayudará a mejorar el negocio en el mercado, y esto, con un precio razonable o económico.

Así tenemos que para nuestra empresa, se ha asignado el método para la facturación de precio fijo, el cual indica que la consultora aceptará a realizar determinado trabajo y ante esto se determinara un presupuesto establecido previamente, por el cual se pagara una suma fija, que es la indicada en nuestro presupuesto. Este presupuesto será calculado en función a la cantidad de horas proyecto, al número de personal que trabajara en éste, los gastos indirectos, los gastos directos que se incurren en la gestión (pasajes, movilización, alojamiento y otros similares) y el porcentaje de asesoramiento que se decida cobrar (porcentaje fijo).

Así se tiene que la tabla de precios que establecemos para el mix de producto es el siguiente:

Tabla 11 Asesoramiento de costo

ACTIVIDAD	PROGRAMA A DESARROLLAR	COSTO
Proceso de regulación ambiental.	Categorización, certificado de intersección.	\$ 200.00
Elaboración de ficha ambiental.	Realizar la ficha ambiental, plan de manejo ambiental, proceso de audiencia pública, hasta obtener el registro ambiental.	\$ 1500.00
Elaboración de declaratoria ambiental.	Elaboración de la declaratoria ambiental para la obtención de la licencia ambiental, proceso de participación social.	\$ 2500.00
Elaboración de estudio ambiental categoría IV.	Elaboración de estudios ambientales, realización de proceso de participación social.	\$ 3500.00
Asesoría técnica para el seguimiento del plan de manejo ambiental.	Elaboración del cronograma de trabajo para el seguimiento y cumplimiento del plan de manejo ambiental.	\$ 3500.00 ANUAL
Elaboración de auditorías ambientales.	Cumplimiento del plan de manejo ambiental y elaboración de los términos de referencia y elaboración de la auditoría ambiental de seguimiento y cumplimiento.	\$ 4000.00
Obtención de factibilidad de servicios básicos de interagua.	Obtener la factibilidad de servicios básicos de interagua documento que se anexa en las fichas, declaratoria y estudios ambientales.	\$ 500.00
Charlas de capacitación.	Dictar charlas en seguridad industrial, salud ocupacional, gestión de desechos peligrosos, riesgos laborales entre otros.	\$ 600.00 Por charlas de 16 horas.
Simulacros contra incendio.	Realizar simulacro contra incendio a las empresas.	\$ 800.00 8 Incluye charlas sobre primeros auxilios,

		manejo y uso de extintores).
Elaboración de planes de emergencia y contingencia.	Elaboración de planes de emergencia para poder actuar ante un evento de accidentes laborales y naturales.	\$ 1000.00
Elaboración de señaléticas	Se elaboran señaléticas para poder cumplir con el programa de seguridad dentro de la empresa	\$ 800.00
Asesoramiento y construcción de sistema de tratamiento de agua	Presentar informe de tratabilidad de sistemas de tratamientos de aguas residuales.	Valor a estimar dependiendo de la empresa cantidad de agua a consumir.
Elaboración de reglamento interno	Las empresas tienen que tener reglamento interno.	\$ 800.00
Elaboración de reglamento de seguridad industrial e higiene	Presentar ante la dirección regional de relaciones laborales los reglamento de la empresa	\$ 2000.00
Renovación de reglamento de seguridad industrial e higiene	Cumplir con el reglamento de seguridad industrial para su renovación ante la autoridad laboral	\$ 2500.00
Asesoría		Valor a Estimar

Elaborado por la autora de la tesis

3.5.3. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

De acuerdo a las expectativas que tiene la compañía y sobre todo del cumplimiento de las metas propuestas, generando así los siguientes objetivos específicos dirigidos directamente hacia los distintos canales de venta que se tiene, siendo estos objetivos los detallados a continuación:

CANALES Y OBJETIVOS DE VENTA ESPECÍFICOS:

- Inmersión a nuevos mercados.
- Delineación de la base de datos para la investigación y futuros clientes.
- Contratación y acercamiento del cliente hacia la empresa.
- Concertación de la venta.
- Direccionamiento de promoción, publicidad y de sus servicios.
- Participación directa en la etapa de post venta.
- Contribución en la investigación de los procesos de mercado.

LINEAMIENTO DE LOS CANALES DE VENTA DE LA COMPAÑÍA

Los lineamientos de venta de la compañía se los detalla a continuación:

- a) La venta personalizada: ésta es efectuada a través de vendedores que posee la empresa y laboran de forma directa, estos constantemente harán visitas a nuestros clientes de mayor envergadura comercial, ofreciendo a ellos nuestros servicios, vendedores que perciben un sueldo fijo más sus comisiones por ventas. Estos están plenamente capacitados en todos los aspectos de la empresa referente a los servicios que ofrecemos, además serán los voceros de nuestros cliente para saber sus necesidades y así poder cubrirlas de forma ágil y oportuna.
- b) Personal Contratado: son agentes vendedores que no mantienen una relación laboral directa con la empresa pero que prestan servicio y tiene pleno conocimiento de lo que ofrece la compañía, su remuneración equivale a un porcentaje establecido de mutuo acuerdo con la compañía por las ventas que realicen.

- c) Plataforma Directa de Mercado: este lineamiento contempla una relación directa de la compañía con el cliente mediante envío de información actualizada a través de e-mails, cartas, folletos informativos y llamadas, todo direccionado a atraer clientes y que éstos formen parte de nuestra compañía.

- d) Las Relaciones Públicas: en este contexto está visualizado de forma estratégica, el que a través de eventos sociales, congresos, conferencias y más eventos, nos permita llegar de forma directa a los futuros clientes.

Todos estos lineamientos o canales de venta se irán desarrollando de forma paulatina por no contar con los suficientes fondos financieros que demandan estos procesos.

Tabla 12 Sistema de ingreso

Etapa	Sistema que ingresa
Etapa 1	Comisionistas
Etapa 2	Mercadeo directo
Etapa 2	Venta directa
Etapa 3	Relaciones publicas
Etapa 4	Todos los métodos anteriores

Elaborado por la autora de la tesis

Se observa que cada etapa del programa tiene una forma consecuente, lo que establece el ingreso a los mercados de forma sistemática, partiendo de los llamados mercados núcleo (semilleros), hasta llegar a las grandes empresas y mercados Pymes.

3.5.4. LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Dentro de este proyecto se utilizará un programa de publicidad basada en fortalecer la estrategia de ventas personales y promoción de ventas, por lo cual realizaremos lo siguiente:

- La publicidad será la única manera es incentivar al cliente a que adquiera nuestros servicios, haciéndole conocer los beneficios de encontrar todos los servicios que necesita para el mejoramiento de sus actividades y sus requerimientos en asesoría ambiental.
- Para promocionar el servicio se requerirá de los medios de comunicación y sitios web.
- El servicio se introducirá mostrando sus beneficios, con la intención de generar un grado de importancia en el cliente motivándolo a adquirirlo, a través de las visitas personales y publicidad.
- Posicionamiento de la compañía con su marca, es decir su nombre mediante la implementación de un logotipo como imagen.

De acuerdo a estos parámetros la compañía realizará la mejor promoción y publicidad de sus servicios a través de los siguientes objetivos.

1. Tener un primer lugar en el mercado, mediante el enfoque de una imagen sólida y de gran aceptación que pueda satisfacer las posibles expectativas de los futuros clientes.
2. Mantener un seguimiento en las ventas propuestas mensualmente por la compañía.

3. Lograr a través de un plan de promociones y publicidad, el que contribuirá a mantener a nuestros clientes, totalmente ligados a nuestra empresa por su diversidad y versatilidad de servicios ofrecidos que cumplan con sus expectativas como clientes hacia nuestra compañía.

Para alcanzar estas metas y tomando como referencia todos los resultados de la investigación de mercado cumplidos en los capítulos precedentes, ya hay elementos suficientes para diseñar estrategias dirigidas a la publicidad y promoción. De acuerdo a lo señalado, se tiene la presente estrategia.

- a) **Presentación de la publicidad a través de revistas.**- De acuerdo a la experiencia, los clientes actuales y quienes lo sean a futuro, prefieren que la publicidad de su negocio salga en revistas mensuales, y sobre todo que el medio de circulación, es decir la revista, sea de carácter especializado, de esta manera la publicidad tendría más impacto en el mercado. En el medio guayaquileño, el que goza de una gran aceptación por parte de los Pymes, corresponde a la revista económica que hace circular la Cámara de Comercio Industrial de Guayaquil (CAPIG).
- b) **Otro medio de información lo constituyen la página Web.**- Hoy en día esta tecnología informática goza de una amplia aceptación, debido al conjunto de servicios que cuenta para proporcionar información útil, interactiva e inmediata tanto a la empresa que oferta sus productos como también al cliente que necesita saber de manera amplia sobre todo que le urge comprar o adquirir. Es la idea que con la página Web se abre un importante canal de comunicación a doble vía, en la cual la consultora pone información valiosa hacia el cliente y viceversa. A más de este recurso comunicacional, existe en este medio el servicio on-line para futuros clientes, para establecer contactos e iniciar

procesos que puedan derivar en la venta de servicios acorde con las necesidades de los interesados, o simplemente generar información que satisfaga curiosidades de potenciales usuarios.

- c) **Aplicación de las redes sociales.**- Las redes sociales, también es una importante herramienta para generar información de interés hacia múltiples propósitos, según el accionante y receptor de componentes comunicacionales. La consultora, conociendo lo útil de este medio procurará diseñar y aplicar estrategias de redes sociales activos empleando las herramientas de twitter, Facebook y linkedin.

A parte de los medios citados, también hay en el mercado otras opciones que ayudan a las empresas para establecer el intercambio de información con sus asiduos clientes o potenciales usuarios.

1. Servicios de correos

El correo, a pesar de tener una competencia bien fuerte con los medios informáticos, no deja de ser una herramienta útil para desarrollar estrategias de publicidad. Para esto la empresa debe desarrollar una base de datos de potenciales clientes, y una vez constituida, poder enviar los correos conteniendo documentación conteniendo mensajes y promocionales de la empresa en forma de folletos con los respectivos datos del e-mails, que servirán para estimular o motivar al futuro cliente para que ya interese en conocer más detalles de los servicios que le están ofertando o en mejor de los casos, hago el contacto con la entidad para conocer detalles del producto, como son precios, calidades, tiempo, eficiencia, etc., y finalmente comprarlo.

2. Aplicación de las conferencias

La movilidad de la conferencia, es una estrategia igual que los anteriores para despertar en los potenciales clientes el deseo de conocer y comprar un producto. La manera que se comercializa el producto es

mediante la participación de expositores que tienen experiencia en ventas. Para que las ventas sean posible es indispensable que se construya una base de datos a partir de las exposiciones de los consultores programados en el desarrollo del evento. Quienes se encarguen de elaborar la base de datos deben contar con materiales o insumos, con la cual puedan registrar nombres, direcciones, y demás datos que se requieran para que queden consignados en el programa de la base de datos, y de esta manera, una vez terminada la conferencia poderlas contactar en los días siguientes para posibles ventas. Estos materiales por lo general son los siguientes.

a) Elaboración de folletos

Consiste en un diseño publicitario que es preparado para ser entregado a los clientes como un medio para despertar el interés sobre los servicios que el ofertante desea vender. La literatura o contenido del diseño está referido sobre varios aspectos del producto comercial, como puede ser:

1. Los tipos de servicios que vende en el mercado. Los diferentes beneficios que recibe el potencial cliente al comprar el producto comercial.
2. Las cualidades, características, precio, calidad, que adornan el servicio ofertado; con el objeto de atraer al potencial cliente y los medios de contacto para obtener la información que requiere el cliente si está interesado en recibir el servicio.

b) Elaboración de catálogos

El catálogo es un diseño que se elabora como muestrario de todos los servicios que una entidad económica ofrece a sus potenciales clientes, y que es entregado al personal que hace de promotor o vendedor de los servicios que ofrece una empresa. Al igual que el folleto, el catálogo señala en dibujos y en literatura las distintas bondades del

producto puesto en venta; como es los tipos de servicios, para que sirve, las cualidades o atributos de los servicios, los beneficios que recibe el cliente, como también los resultados que se logran al utilizarlos, etc.

3. Fomento de Relaciones Públicas.- La empresa para hacerse conocer en el mercado de sus actividades, recurre al departamento de Relaciones Públicas, para que organice distintos eventos destinados a mantener y mejorar la imagen del negocio, como también presentar los nuevos productos de la marca en el mercado.

Estos eventos promocionales pueden ser:

- a) Seminarios
- b) Conferencias
- c) Videos, conferencias, etc. los temas que trataron los seminaristas o conferencistas están referidos a los temas que el público desea saber y que están señalados en la invitación cursada previamente. Las personas que dirigen los eventos deben ser profesionales en los temas de la convocatoria, y que pueden ser ya sea de las propias entidades económicas que promocionan los productos o personas contratadas de manera temporal.

4. Utilización del Tele Mercadeo

El tele mercadeo, también es otra opción de publicidad que pueden organizar las empresas para captar clientes. La mecánica de trabajo de este sistema de marketing, consiste en crear una importante base de potenciales clientes como de usuarios ya establecidos, para que mediante el dispositivo del teléfono de forma mensual se promocionen los productos o servicios que la empresa pone a disposición de estas personas, señalando novedades, costos, promoción y beneficios al adquirirlos.

Tabla 13 Publicidad y la Promoción

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN					
Revistas			Total Mes	Total Anual	
Revista Cámara de Comercio	Circulación Mensual 1/2 pagina		1500,00	18000,00	
TOTAL DE REVISTAS				18000,00	
PAGINA WEB					
Hosting	Costos anuales según contrato con empresas se servicios			56,00	
Dominio	Costos anuales según contrato con empresas se servicios			56,00	
Enlace a buscadores	Costos anuales según contrato con empresas se servicios			150,00	
Diseño y actualizaciones	Costos anuales según contrato con empresas se servicios			750,00	
TOTAL PAGINA WEB				1012,00	
CORREO DIRECTO					
Rubro	Num	Costo Uni	Costo Total	Periodicidad	
Folletos y cartas	500	2	1000	Semestral	1000,00
Envíos de correo	500	0,5	250	Semestral	250,00
E-mails	B. Datos Ecuaweb		99,95	Semestral	99,95
TOTAL CORREO DIRECTO				1349,95	
RELACIONES PUBLICAS					
Participaciones en Conferencias	Según negociación y basado en presupuesto asignado mensual		600	5400	
Total Anual de Publicidad y Promoción				25761.95	

Elaborado por la autora de la tesis

En términos generales, las actividades de publicidad y promoción se las constituye como los recursos o estrategias que aplica un negocio, una empresa o cualquier entidad comercial, para vender los productos o insumos que produce para satisfacer las necesidades de los clientes inmersos en un mercado de consumo y finalmente, para sostener o mejorar la imagen de la empresa en el contexto de otras empresas similares que incursionan y venden en el mercado de consumo.

3.6. ASPECTO TÉCNICO

Este estudio pretende demostrar la viabilidad del proyecto, justificando la selección de la alternativa para abastecer al mercado, la recolección y análisis de información que permita determinar la factibilidad y rentabilidad del mismo.

3.6.1. Macro localización

La compañía Consultora está ubicada en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, con las siguientes características, está ubicada en la parte central de la provincia del Guayas, limitando al norte con Lomas de Sargentillo, Nobol, Daule, Samborondón, al sur con el Golfo de Guayaquil y la provincia de El Oro; al este con los cantones Durán, Naranjal y Balao; y al oeste con la provincia de Santa Elena y el cantón General Villamil. Latitud: -2°10' S Longitud: 79° 54' O

Ubicación del Negocio

La Localización

Se debe seleccionar la ubicación de la compañía, relacionando de forma estratégica y evaluando cada uno de los elementos o factores que se detallan a continuación:

Factores que intervienen

- **Cuando los clientes están cerca al mercado.-** Es importante que el sistema de captación de potenciales clientes sean en lo posible de aquellos que estén lo más cerca del mercado donde se ofertan los servicios de esta manera se reducen significativamente los costos en general.

- **Cuando la empresa está cerca a los proveedores.-** Lo ideal es que el conjunto de proveedores estén lo más cerca a la empresa, de esta manera, los procesos operativos se implementaron de una manera más ágil y oportuna; de igual manera, se reducirán el tiempo de entrega y los costos correspondientes al flete.
- **Vías de comunicación y disponibilidad de medios de transporte:** La región en estudio deberá contar con vías de comunicación (avenidas y carreteras) para el adecuado acercamiento de los clientes, transporte del personal y proveedores.
- **Cercanía de servicios públicos y privados de primera necesidad como agua, luz, drenaje, gasolineras, entre otros:** Servicios que deben ser estudiados para la buena acogida de la zona.
- **Condiciones climáticas favorables:** En los micros y pequeñas empresas, este elemento es importante para abatir los costos de energía y, en general, contribuir a elevar la calidad de los servicios.
- **La Mano de obra debe ser idónea en tipo y numero de especialidad necesitada:** Analizando lo anterior expuesto se llega a la conclusión de que debe existir una perfecta relación entre lo que se requiere de los colaboradores actuales, futuros y de la comunidad quien los debe proveer.
- **De los salarios y su escala en las industrias:** Las compañías deben instituir un adecuado rango de sueldos y salarios que estén a su alcance el otorgar por una actividad realizada y aprovechar las diferencias con respecto a las remuneraciones de otras empresas dentro y fuera de la localidad.

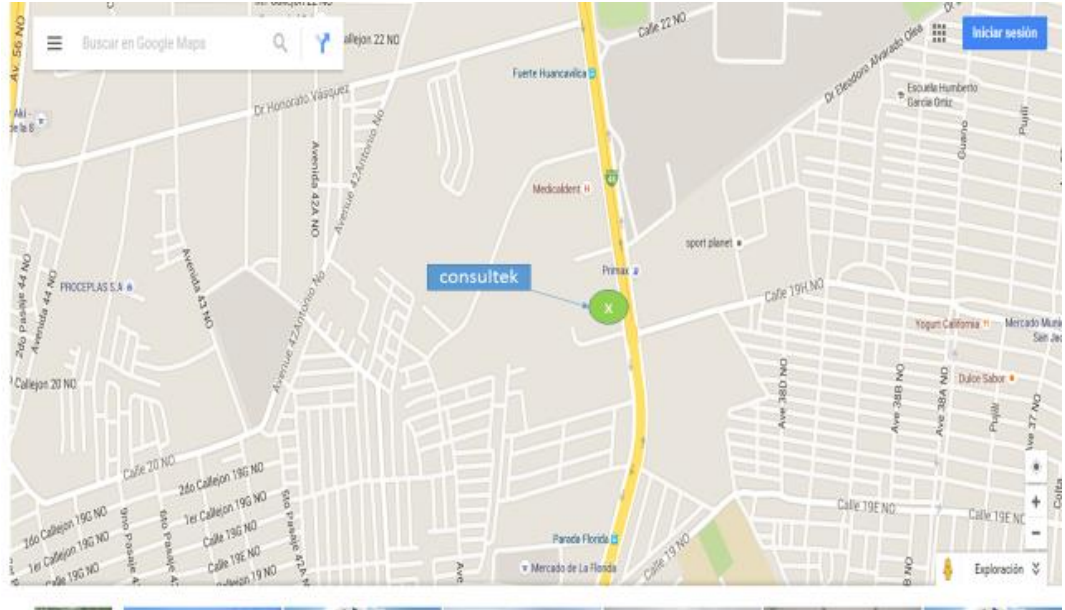
- **De las cargas fiscales:** La valoración de las cargas fiscales se las debe realizar cada una de las comunidades en estudio, considerando los tipos de impuestos prediales y locales, de forma que ayude al cálculo y análisis de arriendos y al aprovechamiento de exenciones, las que son de gran ayuda para la selección del lugar en que se quiere instalar la compañía.
- **Las condiciones de vida:** Este es uno de los factores muy importantes a ser considerado en el desarrollo que pueden alcanzar los empleados en la comunidad, siendo así que se debe de tomar en cuenta que refiera con los servicios básicos tales como: hospitales, escuelas, iglesias y mercados.

Luego de esto es necesario establecer la elección del sitio exacto de localización del local en la comunidad favorecida; es decir, después de tomar en cuenta los puntos anteriores se procederá a la elección del lugar pertinente.

3.6.2. Micro localización

Esta Consultora está ubicada en la parte norte de la ciudad Guayaquil, km 9.5 vía Daule, Mz. 8 solar 7, calle 19 H-NO, diagonal a la ciudadela a la gasolinera Primax.

MAPA ESPECÍFICO DE UBICACIÓN DE LA CONSULTORA



Fuente: <http://maps.google.com.ec>

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO ECONÓMICO DE LA COMPAÑÍA CONSULTORA AMBIENTAL

4.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

A través de las siguientes cifras, se puede observar tanto las inversiones como el financiamiento que debe darse a corto como también a largo plazo, en los cuales se podrá observar los gastos amortizables, que también se conocen como gastos pre-operativos, donde se incluye la inversión para la constitución de esta empresa, como también los permisos para su funcionamiento, el estudio del mercado, los sueldos iniciales, los permisos y certificaciones y también los gastos que se deben de realizar para comenzar el negocio. En la siguiente tabla se encuentra un detalle de estos rubros:

Tabla 14 Gastos pre-operativo

GASTOS PREOPERATIVOS	
RUBRO	VALOR
Sueldos	10700.00
Movilización	500.00
Comunicaciones	200.00
Suministros	250.00
Publicidad	500.00
Gastos varios	100.00
Total de Gastos de Organización	12250.00
Gastos legales	5000.00
Gastos de investigación	1500.00
Total de Gastos Preoperativos	18750.00

Elaborado por la autora de la tesis

En la empresa, dentro de los activos fijos puede encontrarse la inversión realizada para los muebles de oficina y los demás enseres, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 15 Presupuesto de inversión

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS			
RUBRO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Muebles y Enseres			
Materiales de Oficina	11	35.00	385.00
Aire Acondicionado y Central de Aire	1	800.00	800.00
Counter	1	450.00	450.00
Escritorios	10	250.00	2500.00
Sillas ejecutivas	4	220.00	880.00
Sillas sencillas	7	70.00	490.00
Sillón de espera	1	300.00	300.00
Sillas confidente	4	55.00	220.00
Archivadores	2	249.00	498.00
Otros enseres	1	100.00	100.00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			6623.00
EQUIPOS DE COMPUTO			
Computadoras Portátil	8	699.00	5592.00
Computadoras PC	3	599.00	1797.00
Impresora	1	86.99	86.99
Escáner	1	85.00	85.00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO			7560.99
REDES Y EQUIPOS DE COMUNICACIÓN			
Redes y Cableado	1	250.00	250.00
Central Telefónica	1	850.00	850.00
Teléfonos Digitales	4	80.00	320.00
Teléfonos sencillos	6	25.00	150.00
Derecho de líneas	2	150.00	300.00
Fax	1	180.00	180.00
TOTAL REDES Y EQUIPOS DE COMUNICACIÓN			2050.00
OTROS ACTIVOS	1	100.00	100.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS			16333.99

Elaborado por la autora de la tesis

Tabla 16 Gastos de Instalación

Gastos de instalación oficinas corporativas:	Primer mes:
Terreno	0,00
Edificio	0,00
Comunicaciones	2050,00
Mobiliario y enseres	6623,00
Acondicionamiento (m ²)	500,00
Equipos de computación	7560,99
Otros	100,00
Total gastos de Instalación	16833,99

Elaborado por la autora de la tesis

Es así como se observa que es necesario financiar estos activos, dentro del capital de los accionistas o través de préstamos. En relación con el capital de la empresa, su inversión será desde los socios principales, éstos han dado algunas cantidades de dinero, en esta inversión inicial se la conoce como capital de trabajo durante el lapso de tres meses de gastos.

El monto que se necesitará para esta inversión inicial será de **\$ 85392.38**. Este se calcula de la sumatoria de gastos pre-operativos más la inversión en gastos de instalación y 3 meses de capital de trabajo (consiste en la suma de los gastos operativos de la compañía).

Hay dos fuentes que son principales, el capital y la deuda. Al capital se lo divide en capital externo y en capital propio, y la inversión será desarrolla de la siguiente manera:

Tabla 17 Tipo de inversión

Inversión que se debe conseguir:	
¿Cuánto se financia con capital propio?	47000.00
¿Cuánto se financia con capital externo?	0.00
¿Cuánto se financia con deuda a corto plazo?	40000.00

¿Cuánto se financia con deuda a largo plazo?	0.00
TOTAL	87000,00

Elaborado por la autora de la tesis

Aparte de la inversión realizada por los socios, se hizo un préstamo a tres años como está detallado en la tabla anterior, préstamo dado por el Banco del Pichincha a un corto plazo, con una tasa de interés del 14%, en donde los pagos mensuales son como siguen:

Se asumen pagos fijos.

Pago Mensual por Crédito a Corto Plazo:	1367,11
Pago Mensual por Crédito a Largo Plazo:	0,00

Tabla 18 Apalancamiento

APALANCAMIENTO	CAPITAL	54%	15.40%
	DEUDA CP	46%	14.00%
	DEUDA LP	0%	10%
Impuesto a la renta			22%
TMAR		12.92%	

Elaborado por la autora de la tesis

Para el cálculo de la tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) se usara el cálculo de Costo Promedio Ponderado (CPPC), la cual una vez ya establecida, demuestra que el proyecto es muy aceptable.

Este préstamo a corto plazo es destinado para el capital de trabajo y también para realizar la compra de equipo, de los enseres de la oficina y de las instalaciones. Así mismo dentro de este proyecto se prevé varios gastos mensuales, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 19 Gastos Fijos

Gastos fijos mensuales oficina corporativa.	
Renta (m ²)	500.00
Luz	150.00

Agua	50.00
Servicios administrativos	100.00
Telecomunicaciones	250.00
Internet	120.00
Papelería y gastos de oficina	50.00
Otros	50.00
Subtotal gastos fijos	1270.00

Elaborado por la autora de la tesis

Se podrá observar estos gastos mensuales en los estados de resultados detallados más adelante.

4.2. CÁLCULO DE RIESGO

Para poder determinar la «Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)», se deberá usar el «cálculo de Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC)»:

$$CPPC = \%(DEUDA/ACTIVOS)*i + \%(PATRIMONIO/ACTIVOS)*Ke$$

Dónde:

i: representa a la tasa de interés que cobrará el banco por el préstamo.

Ke: representa la tasa mínima que solicitará el inversionista para realizar una inversión en este sector.

Es necesario determinar el Ke, debido a que es el riesgo que puede tener el inversionista; así mismo se posee conocimiento de los demás valores. Por lo cual es necesario aplicar el método de CAPM junto con el riesgo país, que es el que más se usa, este modelo se basa en la siguiente fórmula:

$$Ke = RF + B (RM - Rf) + RP$$

Dónde:

RF: representa a la «tasa de rentabilidad», ya sea de libre riesgo o de menor riesgo.

Rm: representa al riesgo del mercado.

B: representa al parámetro de elasticidad que hay en el sector, con relación a las variaciones que se presenta en el mercado.

RP: representa al riesgo país.

Al escoger la beta, que representa a la sensibilidad que hay en el sector en relación con el mercado, se obtiene que es de 1.1 para el «sector de servicios», de acuerdo a los reportes que refleja la página web «Smart Money», se calcula la prima basándose en el modelo propuesto previamente. Los datos que se obtuvieron hasta la fecha por medio de este modelo se detallan a continuación:

- Riesgo país: Este hasta la fecha de julio del 2015, alcanzó 650 puntos, o sea es el 6%. (fuente: Banco Central del Ecuador).
- RM: El rendimiento promedio de las acciones, este es del 7%. (fuente: yahoo.com).
- RF: esta es la tasa de los «bonos del tesoro» en los Estados Unidos, esta es el 4%. (fuente: yahoo.com).
- Rf: Es la tasa promedio que está libre de riesgo, que abarca el mismo lapso de tiempo de cálculo que la RM, esta es del 4%. (fuente: yahoo.com).

Con esta información, a través de la siguiente forma se puede obtener el riesgo:

$$K_e = 4.52\% + 1.1*(7.08\% - 3.8\%) + 650 = 13.12\%$$

Tabla 20 Cálculo KE

CALCULO DE LA TMAR	
PARÁMETROS	VALOR
BETA	1.1
RIESGO PAÍS	6.50%
RM PROMEDIO / S&P 500	7.08%
RF	3.80%
RF PROMEDIO	4.52%
KE	13.12%

Elaborado por la autora de la tesis

Así se tiene en el «cálculo del costo del capital del inversionista»: donde ke es igual al trece por ciento, y debido al nivel de apalancamiento, el «cálculo del riesgo del proyecto» se basará en la función de los niveles del financiamiento, obteniéndose:

Tabla 21 Financiamiento

APALANCAMIENTO	CAPITAL	54%	13.12%
	DEUDA CP	46%	14.00%
	DEUDA LP	0%	10%
Impuesto a la renta			22%
TMAR		11.96%	

Elaborado por la autora de la tesis

Por medio de la TMAR, se determina si el proyecto tiene rentabilidad.

ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Se desarrolla el siguiente balance inicial perteneciente a la empresa, donde se observa sus activos, los pasivos y sus patrimonios.

Tabla 22 Balance inicial

CONSULTEK S.A.			
BALANCE INICIAL			
Activo circulante		Pasivo Circulante	
Caja y bancos	51416.01	Proveedores	0.00
Clientes	0.00	Créditos bancarios	40000.00
Inventarios.	0.00	Total pasivo circulante	40000.00
Total activo circulante	51416.01		
		Pasivo largo plazo	0.00
Activo Fijo			
Terreno	0.00	Pasivo total	40000.00
Edificio	0.00		
Comunicaciones	2050.00		
Mobiliario, Maquinarias y equipos	6623.00	Capital Contable	
Acondicionamiento (m ²)	500.00	Capital social	47000.00
Equipos de computación	7560.99	Resultados de ejercicios anteriores	0.00
Otros	100.00	Resultado del ejercicio	0.00
Total activo fijo	16833.99		
		Total Capital Contable	47000.00
Activo Diferido	18750.00		
Activo total	87000.00	Pasivo + Capital	87000.00

Elaborado por la autora de la tesis

Por medio de esto y también a través del crecimiento de las ventas como de la producción a un largo plazo, a cinco años el balance proyecto será de la siguiente manera:

Tabla 23 Balance de ventas y producción a largo plazo

CONSULTEK S.A.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Balance General					
Activo circulante					
Caja y bancos	71461.24	117020.29	225014.23	376366.28	538790.95
Clientes	11147.51	16000.17	20416.26	21460.88	22558.95
Inventarios.	1140.46	1652.96	2050.13	2155.03	0.00
Total activo circulante	83749.21	134673.42	247480.62	399982.19	561349.90
Activo Fijo					

Terreno	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Edificio	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Comunicaciones	1366.12	682.24	-1.64	-685.52	-1369.40
Mobiliario, Maquinarias y equipos	5963.35	5303.70	4644.05	3984.40	3324.75
Acondicionamiento (m ²)	474.80	449.60	424.40	399.20	374.00
Equipos de computación	7551.55	7542.12	7532.68	7523.25	7513.81
Otros	90.04	80.08	70.12	60.16	50.20
Depreciación acumulada:	-1388.13	-2776.25	-4164.38	-5552.51	-6940.63
Total activo fijo	15445.86	14057.74	12669.61	11281.48	9893.36
Activo total	99195.07	148731.15	260150.23	411263.67	571243.26
Pasivo Circulante					
Proveedores	285.11	413.24	512.53	538.76	0.00
Créditos bancarios	28473.72	15226.07	0.00	0.00	0.00
Total pasivo circulante	28758.83	15639.31	512.53	538.76	0.00
Pasivo largo plazo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pasivo total	28758.83	15639.31	512.53	538.76	0.00
Capital Contable					
Capital social	47000.00	47000.00	47000.00	47000.00	47000.00
Resultados de ejercicios anteriores	20319.83	77929.05	200149.92	350589.31	510293.62
Resultado del ejercicio	3116.41	8162.79	12487.78	13135.61	13949.64
Total Capital Contable	70436.24	133091.84	259637.70	410724.91	571243.26
Pasivo + Capital	99195.07	148731.15	260150.23	411263.67	571243.26

Elaborado por la autora de la tesis

Por medio de este balance se puede determinar las cifras que tienen relación a los niveles del apalancamiento en la empresa, el capital se incrementa en proporción con los pasivos. Así mismo se señala que los \$ 83749.21, pertenecen a los activos circulantes dentro del primer año.

Tabla 24 Amortización corto plazo

AMORTIZACIÓN DEUDA Corto Plazo

Importe del préstamo	40,000.00
Nro. de Cuotas	36
Comisión de Apertura	0.00

Comisión de Mínima		0.00			
Tasa de interés		14%			
T.E.M		1.17%			
Tasa Cobrada		1.17%			
N° de Cuota	Deuda Cap.	Interés	Cuota	Amortización	Cap. Cancel.
0	40,000.00				
1	39,099.56	466.67	1,367.11	900.44	900.44
2	38,188.62	456.16	1,367.11	910.94	1,811.38
3	37,267.05	445.53	1,367.11	921.57	2,732.95
4	36,334.72	434.78	1,367.11	932.32	3,665.28
5	35,391.52	423.91	1,367.11	943.20	4,608.48
6	34,437.32	412.90	1,367.11	954.20	5,562.68
7	33,471.98	401.77	1,367.11	965.34	6,528.02
8	32,495.38	390.51	1,367.11	976.60	7,504.62
9	31,507.39	379.11	1,367.11	987.99	8,492.61
10	30,507.87	367.59	1,367.11	999.52	9,492.13
11	29,496.69	355.93	1,367.11	1,011.18	10,503.31
12	28,473.72	344.13	1,367.11	1,022.98	11,526.28
13	27,438.80	332.19	1,367.11	1,034.91	12,561.20
14	26,391.82	320.12	1,367.11	1,046.99	13,608.18
15	25,332.62	307.90	1,367.11	1,059.20	14,667.38
16	24,261.06	295.55	1,367.11	1,071.56	15,738.94
17	23,177.00	283.05	1,367.11	1,084.06	16,823.00
18	22,080.29	270.40	1,367.11	1,096.71	17,919.71
19	20,970.79	257.60	1,367.11	1,109.50	19,029.21
20	19,848.35	244.66	1,367.11	1,122.45	20,151.65
21	18,712.80	231.56	1,367.11	1,135.54	21,287.20
22	17,564.02	218.32	1,367.11	1,148.79	22,435.98
23	16,401.82	204.91	1,367.11	1,162.19	23,598.18
24	15,226.07	191.35	1,367.11	1,175.75	24,773.93
25	14,036.61	177.64	1,367.11	1,189.47	25,963.39
26	12,833.26	163.76	1,367.11	1,203.34	27,166.74

27	11,615.88	149.72	1,367.11	1,217.38	28,384.12
28	10,384.29	135.52	1,367.11	1,231.59	29,615.71
29	9,138.33	121.15	1,367.11	1,245.96	30,861.67
30	7,877.84	106.61	1,367.11	1,260.49	32,122.16
31	6,602.65	91.91	1,367.11	1,275.20	33,397.35
32	5,312.57	77.03	1,367.11	1,290.07	34,687.43
33	4,007.45	61.98	1,367.11	1,305.13	35,992.55
34	2,687.10	46.75	1,367.11	1,320.35	37,312.90
35	1,351.34	31.35	1,367.11	1,335.76	38,648.66
36	0.00	15.77	1,367.11	1,351.34	40,000.00
TOTAL	40000	9216	49216	40000	40000

Elaborado por la autora de la tesis

Consideraciones:

La cuenta cliente se considera como las ventas totales por el cincuenta por ciento de la facturación a crédito por los treinta días para el pago. Así mismo a la producción final es dada para el mes sin tomar en cuenta los inventarios; sin embargo en las cuentas por pagar, se hace una comparación del cincuenta por ciento a crédito y del cincuenta por ciento al contado, fijándose quince días para el plazo del pago.

PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Se considera como el resultado que se tiene en relación a las cifras que señalan las pérdidas y las ganancias de la empresa durante su primer año.

Tabla 25 Pérdidas y ganancias

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	AÑO 1
CONSULTEK S.A.													
Total Ingresos	\$19,150	\$19,207	\$19,265	\$19,516	\$19,770	\$20,028	\$20,289	\$20,553	\$20,821	\$21,301	\$21,792	\$22,295	243989.21
Costo de Venta	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0.00
Utilidad Bruta	\$19,150	\$19,207	\$19,265	\$19,516	\$19,770	\$20,028	\$20,289	\$20,553	\$20,821	\$21,301	\$21,792	\$22,295	243989.21
Gastos operativos:													
Gastos fijos	\$1,270	\$1,274	\$1,278	\$1,281	\$1,285	\$1,289	\$1,293	\$1,297	\$1,301	\$1,305	\$1,309	\$1,313	15493.99
Sueldos y salarios	\$10,700	\$10,700	\$10,700	\$10,700	\$10,700	\$10,700	\$10,700	\$10,700	\$10,700	\$10,700	\$10,700	\$10,700	128400.00
Seguridad Social	1193.05	1193.05	1193.05	1193.05	1193.05	1193.05	1193.05	1193.05	1193.05	1193.05	1193.05	1193.05	14316.60
Comisiones	\$1,532	\$1,537	\$1,541	\$1,561	\$1,582	\$1,602	\$1,623	\$1,644	\$1,666	\$1,704	\$1,743	\$1,784	19519.14

Gastos de Promoción y Publicidad	\$1,799	\$1,799	\$1,799	\$1,799	\$1,799	\$1,799	\$1,799	\$1,799	\$1,799	\$1,799	\$1,799	\$1,799	21592.00
Otros Gastos	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	1200.00
Total gastos operativos	\$16,594	\$16,603	\$16,611	\$16,635	\$16,659	\$16,684	\$16,709	\$16,734	\$16,759	\$16,801	\$16,844	\$16,889	200521.73
Utilidad	\$2,556	\$2,605	\$2,654	\$2,881	\$3,111	\$3,344	\$3,580	\$3,820	\$4,062	\$4,500	\$4,948	\$5,406	43467.49
Depreciation y Amortization	-\$116	-\$116	-\$116	-\$116	-\$116	-\$116	-\$116	-\$116	-\$116	-\$116	-\$116	-\$116	-1388.13
Utilidad (pérdida) de Operación	\$2,440	\$2,489	\$2,538	\$2,765	\$2,995	\$3,229	\$3,465	\$3,704	\$3,947	\$4,384	\$4,832	\$5,291	42079.36
Gastos financieros corto plazo	-\$467	-\$456	-\$446	-\$435	-\$424	-\$413	-\$402	-\$391	-\$379	-\$368	-\$356	-\$344	-4878.98
Gastos financieros largo plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0.00
Utilidad antes de impuestos	\$1,973	\$2,033	\$2,093	\$2,331	\$2,571	\$2,816	\$3,063	\$3,314	\$3,567	\$4,017	\$4,476	\$4,947	37200.38
ISR	\$434	\$447	\$460	\$513	\$566	\$619	\$674	\$729	\$785	\$884	\$985	\$1,088	8184.08
PTU	\$296	\$305	\$314	\$350	\$386	\$422	\$459	\$497	\$535	\$603	\$671	\$742	5580.06
Utilidad (pérdida) neta	\$1,243	\$1,281	\$1,318	\$1,468	\$1,620	\$1,774	\$1,930	\$2,088	\$2,248	\$2,531	\$2,820	\$3,116	23436.24
Margen de utilidades netas:	6.49%	6.67%	6.84%	7.52%	8.19%	8.86%	9.51%	10.16%	10.79%	11.88%	12.94%	13.98%	0.10

Elaborado por la autora de la tesis

PÉRDIDAS Y GANANCIAS PREVISTAS PARA 5 AÑOS

A parte de las pérdidas y de las ganancias del año 2016, se ha hecho un análisis de las pérdidas y de las ganancias para el año 2020, donde se toma en cuenta los ingresos en ventas, como también los gastos operativos, los gastos y los ingresos extraordinarios, los gastos financieros y las demás cuentas contables. A continuación se detalle el presente estado de pérdidas y ganancias a cinco años:

Tabla 26 Pérdidas y ganancias

	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
CONSULTEK S.A.					
Estado de Resultados:					
Ingresos:					
Nacional:					
Ingresos por productos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ingresos por servicios	243989.21	323750.80	450553.65	503466.75	529227.17
Internacional:	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ingresos por productos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ingresos por servicios	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Ingresos	243989.21	323750.80	450553.65	503466.75	529227.17

Costo de Venta	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad Bruta	243989.21	323750.80	450553.65	503466.75	529227.17
Gastos operativos:					
Gastos fijos	15493.99	16061.07	16648.91	17258.26	17889.91
Sueldos y salarios	128400.00	133099.44	137970.87	143020.61	148255.16
Seguridad Social	14316.60	14840.59	15383.75	15946.80	16530.45
Comisiones	19519.14	25900.06	36044.29	40277.34	42338.17
Gastos de Promoción y Publicidad	21592.00	28650.56	39872.07	44554.65	46834.34
Otros Gastos	1200.00	1200.00	1200.00	1200.00	1200.00
Total gastos operativos	200521.73	219751.72	247119.89	262257.65	273048.03
Utilidad	43467.49	103999.08	203433.76	241209.10	256179.15
Depreciación y Amortización	-1388.13	-1388.13	-1388.13	-1388.13	-1388.13
Utilidad (perdida) de Operación	42079.36	102610.95	202045.63	239820.97	254791.02
Gastos financieros corto plazo	-4878.98	-3157.62	-1179.19	0.00	0.00
Gastos financieros largo plazo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad antes de impuestos	37200.38	99453.34	200866.44	239820.97	254791.02
ISR	8184.08	21879.73	44190.62	52760.61	56054.02
PTU	5580.06	14918.00	30129.97	35973.15	38218.65
Utilidad (pérdida neta)	23436.24	62655.60	126545.86	151087.21	160518.34
Margen de utilidades netas:	0.10	0.19	0.28	0.30	0.30

Elaborado por la autora de la tesis

Incrementándose las ventas teniendo consideración a la «tasa del crecimiento trimestral», la cual se establece por la demanda, ésta necesita proyectar el volumen de las ofertas de los servicios, a continuación se detalla la tasa de crecimiento que se va a considerar:

Tabla 27 Tasa de Crecimiento

Año 1	Trimestre 1	0%	12.65%
	Trimestre 2	1%	
	Trimestre 3	1%	
	Trimestre 4	2%	
Año 2	Trimestre 1	2%	
	Trimestre 2	3%	
	Trimestre 3	3%	

	Trimestre 4	3%	38.46%
Año 3	Trimestre 1	3%	
	Trimestre 2	2%	
	Trimestre 3	1%	
	Trimestre 4	1%	23.10%

Elaborado por la autora de la tesis

4.3. FLUJO DE CAJA Y ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

Dado el estado de pérdidas y ganancias, se puede obtener el flujo de caja (incluye ingresos por ventas, egresos de efectivo, participación de empleados, impuesto a la renta, depreciación y amortización), que será la base para analizar la rentabilidad del negocio y el retorno de la inversión.

Así, el flujo de caja será:

Tabla 28 Flujo de caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Ingresos	0.00	243989.21	323750.80	450553.65	503466.75	529227.17
Costo de Venta	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad Bruta	0.00	243989.21	323750.80	450553.65	503466.75	529227.17
Gastos operativos:						
Gastos fijos	0.00	15493.99	16061.07	16648.91	17258.26	17889.91
Sueldos y salarios	0.00	128400.00	133099.44	137970.87	143020.61	148255.16
Seguridad Social	0.00	14316.60	14840.59	15383.75	15946.80	16530.45
Comisiones	0.00	19519.14	25900.06	36044.29	40277.34	42338.17
Gastos de Promoción y Publicidad	0.00	21592.00	28650.56	39872.07	44554.65	46834.34
Otros Gastos	0.00	1200.00	1200.00	1200.00	1200.00	1200.00
Total gastos operativos	0.00	200521.73	219751.72	247119.89	262257.65	273048.03
Utilidad	0.00	43467.49	103999.08	203433.76	241209.10	256179.15
Depreciación y Amortización	0.00	-1388.13	-1388.13	-1388.13	-1388.13	-1388.13
Utilidad (perdida) de Operación	0.00	42079.36	102610.95	202045.63	239820.97	254791.02
Gastos financieros corto plazo		-4878.98	-3157.62	-1179.19	0.00	0.00
Gastos financieros largo plazo		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad antes de impuestos	0.00	37200.38	99453.34	200866.44	239820.97	254791.02
ISR (25%)	0.00	8184.08	21879.73	44190.62	52760.61	56054.02
PTU (15%)	0.00	5580.06	14918.00	30129.97	35973.15	38218.65
Utilidad (pérdida neta)	0.00	23436.24	62655.60	126545.86	151087.21	160518.34

Ajustes						
Depreciación y Amortización	0.00	1388.13	1388.13	1388.13	1388.13	1388.13
Financiamiento a cuentas por cobrar	0.00	-11147.51	-4852.66	-4416.09	-1044.62	-1098.07
Financiamiento a inventarios	0.00	-1140.46	-512.50	-397.17	-104.90	2155.03
Financiamiento Proveedores	0.00	285.11	128.13	99.29	26.22	-538.76
Amortización de Deuda	0.00	-11526.28	-13247.64	-15226.07	0.00	0.00
Total de Ajustes	0.00	-22141.01	-17096.55	-18551.92	264.83	1906.33
INVERSIÓN	-87000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PASIVOS	40000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
RECUPERACIÓN DE CAPITAL	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	30166.01
VALOR DE DESECHO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9893.36
FLUJO NETO	-47000.00	1295.23	45559.05	107993.94	151352.05	202484.04

Elaborado por la autora de la tesis

De esto se desprende la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN), de donde se puede observar que el proyecto se acepta tal como se ve en el cuadro siguiente:

Tabla 29 Análisis de Rentabilidad

TIR	92.24%
TMAR	12.92%
VAN	278836.75
ANÁLISIS	SE ACEPTA

Elaborado por la autora de la tesis

La Tasa Interna de Retorno para el proyecto (92.24%) es la tasa de descuento, la cual hace que el valor de la inversión sea cero, o sea esta señala sobre la rentabilidad del proyecto. Se puede observar también que este proyecto refleja un valor de \$ 278.836.75 dólares, lo cual muestra que este proyecto es rentable, debido a que la TIR es mayor que la TMAR de once por ciento. También el tiempo para poder recuperar la inversión será del cien por ciento a tres años y medio, como se detalle en el siguiente cuadro:

Tabla 30 Valor de Recuperación

RECUPERACIÓN DE CAPITAL						
Año	CAPITAL	Flujo	Acum	Por Recuperar	% recuperado	% por recuperar
0	-47,000.00	0.00	0.00	-47,000.00	0.00%	100.00%
1	0.00	1,295.23	1,295.23	-45,704.77	2.76%	97.24%
2	0.00	45,559.05	46,854.28	-145.72	99.69%	0.31%
3	0.00	107,993.94	154,848.22	107,848.22	329.46%	-229.46%
4	0.00	151,352.05	306,200.27	259,200.27	651.49%	-551.49%
5	0.00	202,484.04	508,684.31	461,684.31	1082.31%	-982.31%

Elaborado por la autora de la tesis

4.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para poder determinar el punto del equilibrio, se toma en cuenta el nivel de las ventas, para que así la empresa no presente pérdidas y ganancias, por lo cual en este proyecto se puede decir que el punto equilibrio es:

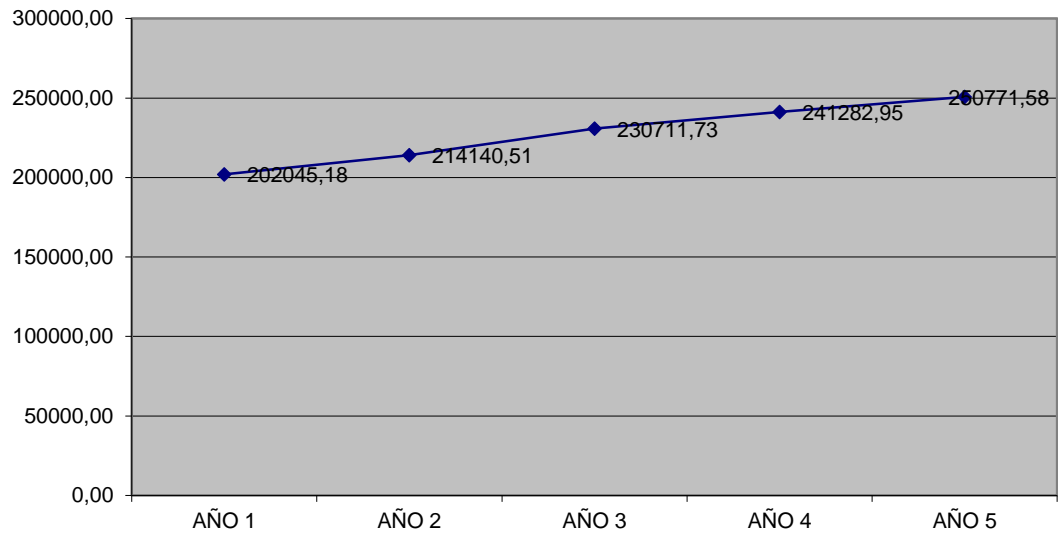
Tabla 31 Punto de Equilibrio

CALCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO					
CONSULTEK S.A.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	243989.21	323750.80	450553.65	503466.75	529227.17
Costos variables	19519.14	25900.06	36044.29	40277.34	42338.17
Margen variable	224470.08	297850.74	414509.36	463189.41	486889.00
% Margen Variable	92%	92%	92%	92%	92%
Gastos Fijos	181002.59	193851.65	211075.60	221980.31	230709.85
% de Gastos Fijos	74%	60%	47%	44%	44%
Punto de equilibrio sin deuda	196741.94	210708.32	229430.00	241282.95	250771.58
Intereses	4878.98	3157.62	1179.19	0.00	0.00
TOTAL DE GASTOS FIJOS	185881.57	197009.27	212254.79	221980.31	230709.85
Punto de Equilibrio con Deuda	202045.18	214140.51	230711.73	241282.95	250771.58

Elaborado por la autora de la tesis

Gráfico 9 Ventas Punto de Equilibrio

VENTAS PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por la autora de la tesis

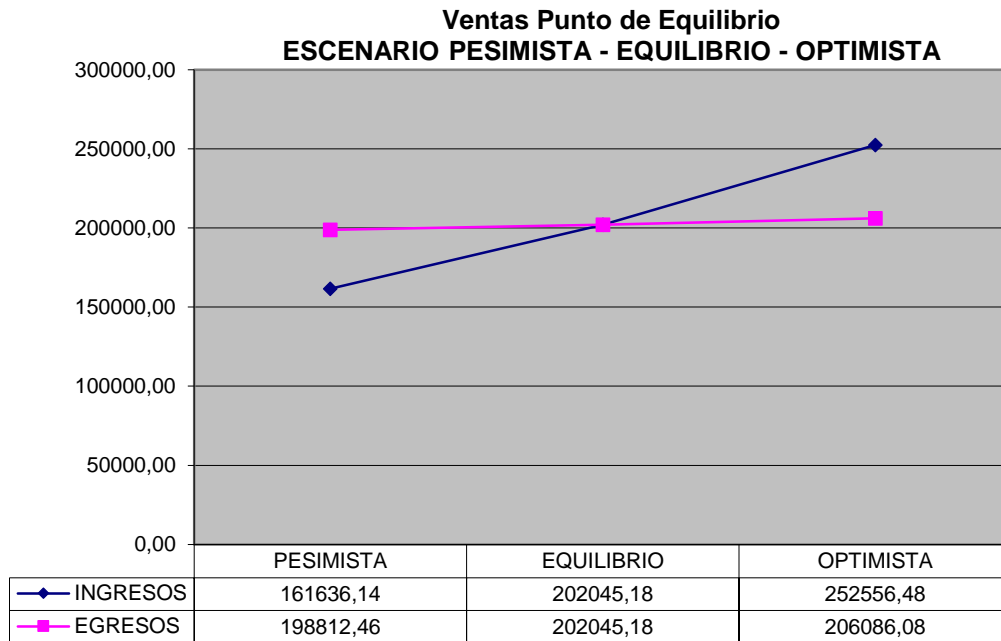
Por estos antecedentes, se puede plantear que el punto de equilibrio con una deuda, es mayor a los 202045,18 dólares, esto muestra que las ventas deben ser mínimas para que la empresa no posea pérdidas dentro del negocio, esto se supera por aquellas ventas presupuestadas; esto muestra que la empresa puede conllevar los niveles primario para la venta necesaria, detallado en el siguiente cuadro:

Tabla 32 Punto de equilibrio con deuda

PUNTO DE EQUILIBRIO CON DEUDA AÑO 1			
RUBROS	ANÁLISIS DE ESCENARIOS		
	PESIMISTA	EQUILIBRIO	OPTIMISTA
INGRESOS	161636.14	202045.18	252556.48
EGRESOS VARIABLES	12930.89	16163.61	20204.51
GASTOS Y COSTOS FIJOS	181002.59	181002.59	181002.59
INTERESES	4878.98	4878.98	4878.98
TOTAL DE EGRESOS FIJOS	185881.57	185881.57	185881.57
EGRESOS	198812.46	202045.18	206086.08
UTILIDADES	-37176.00	0.00	46470.00

Elaborado por la autora de la tesis

Gráfico 10 Ventas con distintos escenarios



Elaborado por la autora de la tesis

4.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Tabla 33 Análisis De Sensibilidad

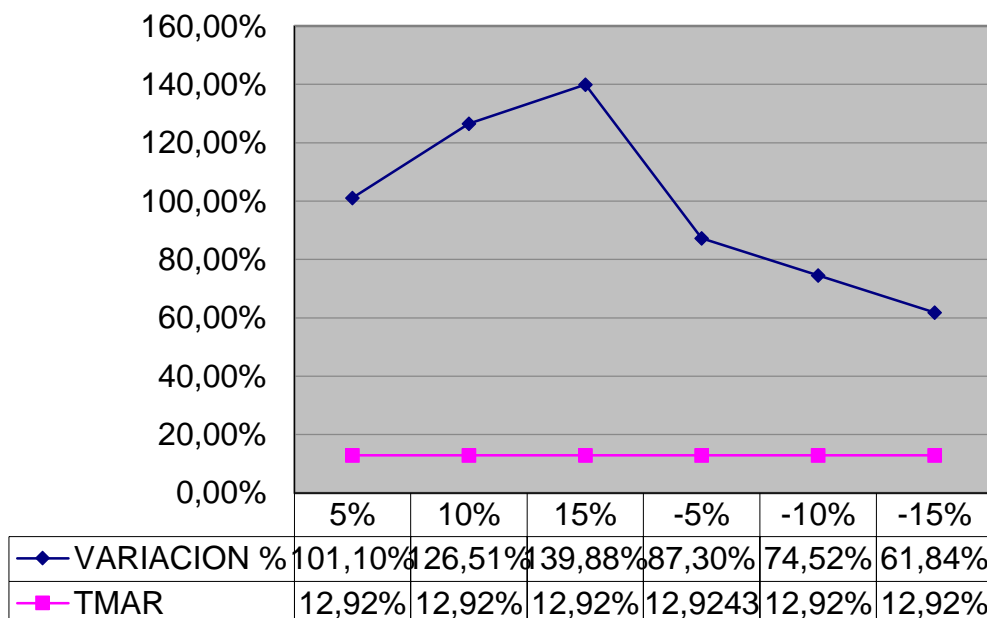
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD					
ESCENARIO	VARIACIÓN %	TIR	TMAR	ANÁLISIS	PUNTO CRITICO
Aumento de las ventas	5%	101.10%	12.92%	Se acepta	SE PUEDE BAJAR HASTA 33,08%
	10%	126.51%	12.92%	Se acepta	
	15%	139.88%	12.92%	Se acepta	
Disminución de las ventas	-5%	87.30%	12.92%	Se acepta	
	-10%	74.52%	12.92%	Se acepta	
	-15%	61.84%	12.92%	Se acepta	
Aumento de los gastos	5%	92.01%	12.92%	Se acepta	SE PUEDE SUBIR HASTA 56.72%
	10%	83.99%	12.92%	Se acepta	
	15%	76.17%	12.92%	Se acepta	
Disminución de los gastos	-5%	108.65%	12.92%	Se acepta	
	-10%	117.26%	12.92%	Se acepta	
	-15%	126.06%	12.92%	Se acepta	

Elaborado por la autora de la tesis

Por medio de un estudio sobre sensibilidad, se puede determinar el nivel de la factibilidad del proyecto frente a las variaciones de algunos componentes en el flujo de caja, para así poder verificar el VAN y la TIR de este proyecto frente a las variaciones. Frente a las variaciones positivas de estos ingresos por venta, hay un incremento de la TIR, como se puede observar en el cuadro previo, donde se ve que si los ingresos se incrementan un quince por ciento, la TIR logrará el ciento treinta y nueve por ciento, determinándose que el proyecto posee una suma rentable, pero así mismo en este proyecto se ve un descenso de los ingresos por venta, hasta un treinta y tres por ciento, logrando así que el mismo sea rentable pero a largo plazo.

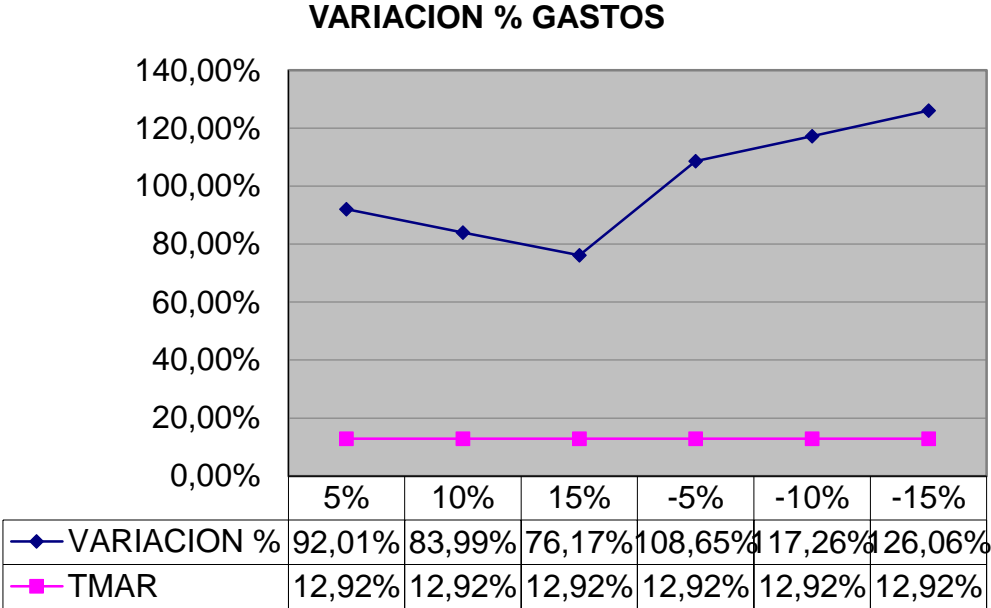
En relación con los gastos operativos, se observa un incremento de hasta el ochenta y cinco por ciento, para que este proyecto sea rentable, esto se podrá observar en los siguientes gráficos.

Gráfico 11 Variación de Ventas
VARIACIÓN % VENTAS



Elaborado por la autora de la tesis

Gráfico 12 Variación de Gastos



Elaborado por la autora de la tesis

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El “**Estudio de Factibilidad para la Creación de una Compañía de Consultoría Ambiental (CONSULTEK) en la ciudad de Guayaquil 2014**” está compuesto de cuatro capítulos que se desarrollaron para su posterior ejecución, mediante este plan de negocios consolidará lograr un posicionamiento en el mercado, mediante la utilización de estrategias de diferenciación de sus servicios y negocios, lo cual ayudará a que nuestro servicio se distinga y se diferencie de las otras empresas similares existentes en el mercado, alcanzando una mayor participación en el mismo.

Así mismo se observa que la compañía con relación a su crecimiento, tiene la capacidad de incrementar el número de empleados a su cargo y de sus servicios tanto en la ciudad como fuera de ésta, que le brinde a nuestros clientes tranquilidad, comodidad y seguridad a cada una de las personas y futuros clientes potenciales que requieran de nuestros servicios, haga un adecuado ambiente de oficina, agradable, confortable y con la mejor tecnología para que el cliente se sienta cómodo en cada una de sus visitas a nuestra compañía, así como aumentar los medios de pagos para el cliente, con lo cual lograremos consolidar en el primer año un crecimiento del 12.65% y un 38.46% para el segundo año a partir del esfuerzo de ventas y publicitario en la ciudad de Guayaquil.

La compañía en función a su crecimiento podrá aumentar su número de empleados y de servicios a nivel local y nacional inclusive un incremento gradual de las ventas y así obtener una utilidad que nos permita recuperar el nivel de inversión, manteniendo un crecimiento anual del 5% para los próximos 10 años, basados en nuestro esfuerzo de promoción y distribución, ingresando a nuevos territorios del país.

El estudio técnico de nuestro proyecto nos permitió profundizar cada uno de los requerimientos de la compañía en su operación, mediante este estudio fue posible determinar la localización que se requiere y el mejor aprovechamiento para la compañía. Así mismo fue posible determinar los costos estimados, procesos de operación, personal requerido para la compañía y de los estimados para realizar inversiones, además de la precisión para futuras implementaciones, todos estos aspectos para establecer el proceso operativo y constitución de la compañía.

Mediante el estudio financiero de la compañía, a través de su organigrama estructural, se refleja como una compañía bien estructurada y con una imagen corporativa bien consolidada, en el cual nuestro plan de inversiones. Los valores establecidos de sueldos y salarios van de acuerdo al grado de preparación que requerimos para las diferentes áreas de trabajo, el pago de servicios básicos y publicidad se realizará de acuerdo a las necesidades de la compañía. Una vez obtenido todos estos rubros, nuestro flujo de caja nos permitió observar que, con un 92,24% de TIR y \$278.836,75 de VAN, se puede realizar un comparativo entre la TMAR que es de 12,92%, comprobando así que nuestro proyecto es muy factible a ser aplicado.

RECOMENDACIONES

La recomendación fundamental a considerarse del presente estudio realizado es la implementación del mismo, en base a lo planteado en todo el desarrollo del estudio, ya que en muchas ocasiones solo quedan en el papel sin su ejecución o aplicación, es decir que se lleve a cabo la contratación del personal requerido según el estudio, se adquiera la oficina, se haga uso del presupuesto requerido en publicidad ya que de esta forma se podrá obtener los resultados previstos en el estudio.

La realización del estudio indica que el proyecto es rentable y positivo, además de contar con las herramientas necesarias para satisfacer las necesidades de sus futuros cliente potenciales y del mercado en general de la ciudad de Guayaquil, mediante el trabajo de alta calidad en sus operaciones y procesos, dirigidos a la satisfacción y desempeño de sus requerimientos como son productividad, rentabilidad, soluciones y eficiencia.

La innovación y el aprovechamiento tecnológico, teniendo así como un principal canal de comunicación la web, la misma que permite interactuar con los clientes y con personal naturales o jurídicas, que mediante esta herramienta podrán realizar consultas, ordenes de nuestros servicios y despejar demás inquietudes referente a nuestra compañía, además de que permite a la compañía atender estos requerimientos de forma ágil, eficiente y segura, permitiendo esto que la compañía permanezca con una posición muy sólida en el mercado. Este medio tecnológico también permite que la compañía realice cada cierto tiempo promociones de los servicios que ofrece, lo que permite mantener en su demanda muchas expectativas favorables a la compañía.

BIBLIOGRAFÍA

- Ansoff, H.I. Planteamientos Estratégico, nueva tendencia de la Administración / H. I Ansoff, R.P. Declerk, R. L. Hages.—México: Editora Trillas, 1993
- Borello, A. (1994). El Plan de Negocios. Madrid: Díaz de Santos.
- Braley and Myers. Fundamentos de Financiación Empresarial, 4ta edición. Editora Mc. Graw Hill, México 1993.
- Chacón Ramírez, Beatriz. "Aprendiendo a Negociar".- Beatriz Chacón, Maira Infante Nápoles. Revista Economía y Desarrollo Nr 2 1999. Cuba.
- Chavenato, Ignacio. Introducción a la y teoría general de la Administración /Ignacio Chavenato.-México: Editorial Mac Graww Hill, 1986.
- Edwards, Jame Trabajando la Contabilidad Ahora / Janes Edwards, Roger H. Hermanson. R. F. Salmonson. Peter R, Kensichi. EEUU: 1983.
- Irrazabal Aníbal Principios de la Contabilidad para la Gestión. /Aníbal Irrazabal. Universidad católica de Chile. Escuela de Ingeniería, Santiago de Chile, 1991.
- Jarrillo, José Carlos. Dirección Estratégica /José Carlos Jarrillo. España; Editorial Mac Graw Hill; 1992.

- Koontz. Harold. Elementos de Administración / Harold Konntz; Heinz Weihrich. La Habana: Edición del Ministerio de Educación Superior; 1991, 614p.
- Kloter, P. Dirección de Marketing / P. Kloter. La Habana Ediciones del Ministerio de Educación Superior: 1992, t. I y II.
- López Orozco, Juan Emprendedores. Juan López Orozco.
- Menguzzato, Martina. La Dirección Estratégica de la Empresa: Un enfoque innovador del Managment. La Habana. Ediciones del Ministerio de Educación Superior, s. p,i,s,f.
- Ministerio de la Industria Básica. Indicaciones para la elaboración de los Planes de negocio y el Presupuesto para el 2000 y Proyección estratégica hasta el 2003. Abril 1999.
- Montano García, Agustín, Correspondencia en los negocios. / Agustín Montano García. Editorial Trillo. México.
- Morton, backer, P, H. D. Contabilidad de Costos un Enfoque Administrativo y de Gerencia, La Habana. Ediciones del Ministerio de Educación Superior. 1977.
- Nueno, pedro. Emprendiendo. El Arte de crear Empresas y sus artistas / Pedro. Nueno Madrid, 1992.
- Ortega Martínez, Enrique. La Dirección del Marketing. Enrique Ortega Martínez. 3era Edición. Madrid, 1981.

- Polimeini, Ralph S. Conceptos y Aplicaciones para la toma de Decisiones Gerenciales. / Ralph R. Polimeini. Ediciones del Ministerio de Educación Superior 1990.
- Porter, M. E. Estrategias Competitivas / M. E. Porter. México. Editora Continental S. A. p.
- Sallenave, Jean Paul. Gerencia y Planeación Estratégica. / Jean Paul Sallenave. Colombia; Editorial Norma S.A; 1997.
- Sánchez, Yvonne. Revista más a Fondo / Yvonne, Sánchez y Gonzalo Cantero. Ediciones Martínez Roca, 1998.
- Stoner. J. Administración. La Habana: Ediciones del Ministerio de Educación Superior, s.p.i.s.t.
- Yáñez González, Eugenio. Dirección Estratégica: Decisiones Estratégicas / Eugenio Yáñez González. La Habana: Universidad de la Habana. Centro de Estudios de técnicas de Dirección; 239 p.
- Weston and Brigham. Fundamentos de Administración Financiera, décima edición. Mc. Graw Hill.

ANEXOS

Aspectos generales

1,1 Nombre de la empresa:

CONSULTEK S.A.

1,2 ¿A qué se dedica tu empresa?

Vende servicios

Vende productos

Ambos

IMPUESTO A LA RENTA

22%

1,3 Tu empresa:

Vende Localmente

1,4 Si tu empresa vende en territorio internacional, selecciona la región:

No aplica

1,5 Los ingresos de tu empresa son por:

Venta directa

Comisión

Pasa al Inciso 2.1

Determinación de ventas:

2.1.1 ¿Cuántas líneas de productos o servicios vende la empresa?

10

2.1.2 Determina el precio de los productos o servicios para el primer mes:

Servicios	Precio	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Regulación ambiental	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ficha ambiental	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Declaratoria ambiental	\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Estudios ambientales	\$ 3.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Factibilidad servicios básicos	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capacitación	\$ 350,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Simulacros	\$ 800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Planes de Emergencias	\$ 1.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Reglamentos Internos	\$ 800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Reglamentos Seguridad Industrial	\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

2.1.3 Incremento en precios:

Determina el incremento en precios sin contar la inflación para:

	%
Primer año	0% <input type="text"/>
Segundo año	0% <input type="text"/>
Tercer año	0% <input type="text"/>

Este incremento es opcional, no todos los productos y servicios incrementan el precio.

Inflación esperada mensual:

0,3%

Inflación acumulada anual:

3,66%

VENTAS PRIMER MES

\$ 600,00	5,17%
\$ 3.000,00	25,86%
\$ 2.500,00	21,55%
\$ 3.500,00	30,17%
\$ 2.000,00	17,24%
\$ 11.600,00	

2.1.4 Ventas unitarias

Determina las ventas unitarias para el primer mes.

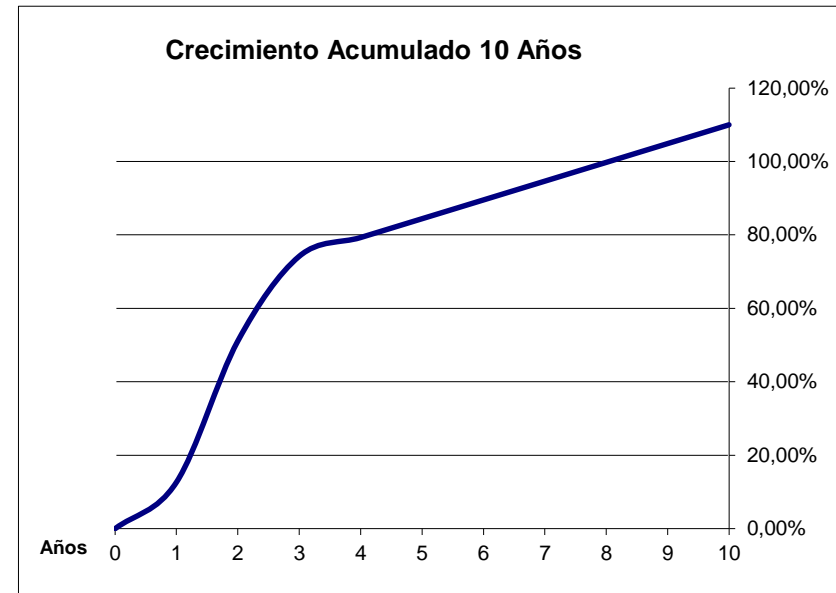
Servicios	CIUDAD	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Regulación Ambiental	3	0	0	0	0	0
Ficha Ambiental	2	0	0	0	0	0
Declaratoria Ambiental	1	0	0	0	0	0
Estudios Ambientales	1	0	0	0	0	0
Factibilidad Servicios Básicos	4	0	0	0	0	0
Capacitación	7	0	0	0	0	0
Simulacros	1	0	0	0	0	0
Planes de Emergencias	1	0	0	0	0	0
Reglamentos Internos	1	0	0	0	0	0
Reglamentos Seguridad Industrial	1	0	0	0	0	0

Determina el crecimiento de tus ventas por mes para cada trimestre:

Ventas Nacionales:

Aactualizado:

Año 1	Trimestre 1	0% <input type="text"/>	12,65%
	Trimestre 2	1% <input type="text"/>	
	Trimestre 3	1% <input type="text"/>	
	Trimestre 4	2% <input type="text"/>	
Año 2	Trimestre 1	2% <input type="text"/>	38,46%
	Trimestre 2	3% <input type="text"/>	
	Trimestre 3	3% <input type="text"/>	
	Trimestre 4	3% <input type="text"/>	
Año 3	Trimestre 1	3% <input type="text"/>	23,10%
	Trimestre 2	2% <input type="text"/>	
	Trimestre 3	1% <input type="text"/>	
	Trimestre 4	1% <input type="text"/>	



De acuerdo a tus datos, tus ventas mensuales para los tres primeros años serían:

