

## EL EMPRENDIMIENTO COMO GESTOR DE CAMBIOS EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

### Autor:

*Mae MSc. Eco. Inés María Arroba Salto 1)*

### Coautores 2) y 3):

*Mae MSc. Eco. Josefa Esther Arroba Salto 2)*

*3) Srta. Genesis Lissett Abarca Ruiz*

*3) Srta. Elizabeth Alexandra Aguiar Nuñez*

*3) Srta. Margarita Alexandra Macas Tenorio*

*3) Srta. Josslin Mayte Ortega Bravo*

*3) Srta. Ambar Melissa Segura Peñafiel*

*iarrobas@ulvr.edu.ec*

*Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil*

*Facultad de Administración*

*Carrera de Contabilidad y Auditoría*

*Av. De las Américas. Apartado Postal 11-33. Guayaquil-Ecuador*

*Elizabeth Aguiar*

*elisa0497@gmail.com*

*Genesis Lissette*

*yosoyglar@hotmail.com*

*melisitasegura@hotmail.es*

*Josslin Ortega*

*josslinorettega@gmail.com*

*margaret-macas@hotmail.com*

- 1) Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa*
- 2) Josefa Esther Arroba Salto, Coaching empresarial de talento humano desde hace 25 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 23 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa*
- 3) Srta. Genesis Lissett Abarca Ruiz, Srta. Elizabeth Alexandra Aguiar Nuñez, Srta. Margarita Alexandra Macas Tenorio, Srta. Josslin Mayte Ortega Bravo, Srta. Ambar Melissa Segura Peñafiel, estudiantes que cursan a V semestre de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte.*

## RESUMEN

La investigación tiene como **objetivo analizar** los emprendimientos cómo gestores de cambios, que generen rentabilidad y sean sostenibles en el tiempo, con la finalidad de elaborar un plan estratégico, se emplearon **métodos** de investigación descriptiva con enfoque cualitativo, por lo que se emplearon técnicas de investigación: observación y

entrevista directa. Se **logró como resultado** elaborar un plan estratégico, contable de marketing, de organización, administración, tributario y financiero “COMATRIFI”, que asegure el crecimiento sostenido de los emprendimientos mejorando su rentabilidad.

**Palabras clave:**

Emprendimiento, gestor de cambios, rentable, sostenible en el tiempo, plan estratégico Contable, Marketing, Organizacional, Administrativo, Tributario y Financiero (COMOATRIFI).

## 1. INTRODUCCIÓN

Los emprendimientos como gestores de cambios, permitirán a los emprendedores poder llevar a cabo sus proyectos y que los mismos sean sostenibles en el tiempo, contribuyendo al mejoramiento económico y social del Ecuador. Esta investigación se basa en un emprendimiento de una línea de productos de uso personal tanto para hombres y como mujeres que satisfagan los gustos más exigentes y a su vez no sean dañinos para la salud, contribuyan a cuidar el medio ambiente; y además mejorando la rentabilidad de los inversionistas.

Este emprendimiento, se basa en la elaboración de una línea de productos con manzana verde y aloe de vera, donde se pretende cubrir las expectativas de los consumidores.

El mayor problema que se presenta en la elaboración de los productos de uso personal es la falta de aceptación del mismo en el mercado, debido a varias causas con sus respectivas consecuencias o efectos. Siendo posibles causas: calidad, experiencia en emprender, el precio del producto, al tener precios poco competitivos no habrá mucha oportunidad de vender los productos, por lo que se realizó una encuesta a los posibles clientes para conocer la opinión respecto a los precios y otros aspectos de la investigación, la calidad que está relacionada a los excesos de químicos que se utilizan en la elaboración de los productos, ya que se desconoce qué tipo de componentes químicos puedan provocar reacciones o algún tipo de alergia en la piel de los consumidores, la falta de experiencia en actividades de emprendimientos, falta de conocimiento de cómo manejar los negocios y los beneficios de cumplir con las disposiciones legales y contables.

De acuerdo a lo que se bosqueja con anterioridad conduce a esbozar el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es el resultado del emprendimiento cómo gestores de cambio en la elaboración de productos con ingredientes naturales como: manzana verde y aloe de vera?

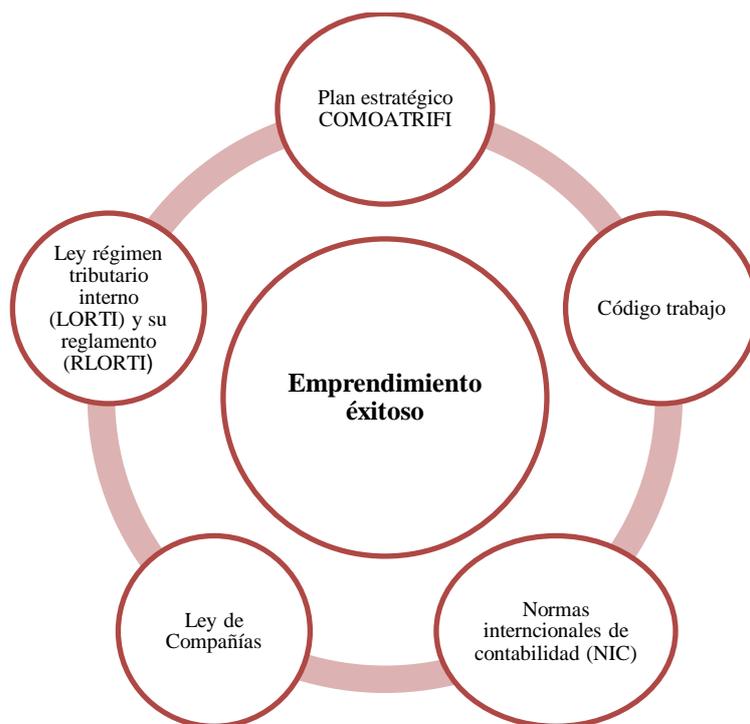
De acuerdo al problema a investigar se traza como **objetivo general:**

Analizar los emprendimientos cómo gestores de cambios, que generen rentabilidad y sean sostenibles en el tiempo, con la finalidad de elaborar un plan estratégico.

Y como **objetivos específicos:**

- Explicar que los productos sin tanto químico tendrán una acogida positiva en el mercado.
- Explicar que el emprendimiento puede ser gestor de cambios en el tiempo.
- Demostrar que el plan estratégico Comoatrifi, permitirá a los emprendedores mejorar la rentabilidad y ser sostenibles en el tiempo.

El **marco teórico** que sustenta la investigación tiene entre sus fundamentos las leyes y trabajos de autores.



**Figura 1 Emprendimiento exitoso**

Fuente: Código de trabajo, NIC, Lorti, Rlorti, Ley de compañías.

De acuerdo a la figura 1, el emprendimiento exitoso se basa en el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes, y aplicación del plan estratégico COMOATRIFI.

Por lo que no contar con un plan estratégico para el eficiente y eficaz manejo de la empresa, conlleva a que los emprendimientos no logren el éxito deseado.

(Stoner, Freeman, & Gilbert, 2011) queda claro que la versatilidad es un activo para la pequeña empresa. Cuando los gerentes y los empleados pueden ampliar sus roles, las compañías pueden ser beneficiadas. Además, en ocasiones, las empresas pequeñas pueden operar cambios a más velocidad que las grandes. De hecho, muchas empresas pequeñas han desarrollado prácticas administrativas, singulares e interesantes que podrían ser lección para las grandes (p. 16).

(Aparicio, 2012) para poder aprovechar con éxito las oportunidades emprendedoras, una empresa debe desarrollar capacidades que sean valiosas, únicas, difíciles de imitar e insustituibles, lo que redundará en una ventaja competitiva duradera, de otra manera, el éxito logrado solo será temporal.

Un emprendimiento elaborado con productos naturales no nocivos para la salud y que aporte al cuidado del medio ambiente, que cuente con un plan estratégico contable, financiero, marketing, de administración y organización, permite generar mayor rentabilidad y es sostenible a lo largo del tiempo, por lo que la versatilidad, le permite a los emprendedores ser innovadores.

(www.emprendedores.es, 2017), creamos la empresa basándonos en los problemas que observamos con los emprendedores técnicos. Tienen buenas ideas de negocio, pero no saben hacer un estudio de mercado y desarrollan productos que no se necesitan o que son copias de otros. Al no hacer nunca análisis de competencia ni conocer su mercado aumenta la probabilidad de que se comentan errores, comenta Madalina Burghilea, fundadora de esta startup. Esos errores que se cometen antes de iniciar un proyecto por no tener toda la información necesaria son los que evita DatoSphera.

(www.endeavor.org.ar, 2017) una empresa nace de una idea y ésta puede provenir de distintas fuentes. Puede ser producto de la casualidad o la resultante de un arduo proceso de análisis. Lo importante son los pasos previos que se adoptarán para que esa idea se transforme en un negocio viable. Por ende, para esto hay varios requisitos:

La vocación del emprendedor es un requisito fundamental, tanto como ser consciente de las propias capacidades y debilidades para afrontar el desafío. También hay que estar preparado para enfrentar la derrota. Un emprendedor debe tener los pies sobre la tierra y cuotas iguales de optimismo y realismo. Debe lograr que los que trabajan con él se sientan con el derecho y la obligación de ser también emprendedores.

Esta investigación aborda todos los aspectos: Contable, Marketing, Organizacional, Administrativo, Tributario y Financiero, que se plantean en el plan estratégico COMOATRIFI.

Para tener éxito en un negocio hay que planificarlo en lo más mínimo de sus detalles, esto permitirá disminuir los riesgos de quiebra, y es así como el Plan de Negocios se convierte en una de las formas de cómo planificar el éxito empresarial. (Carpio, 2013).

Un Plan de Negocios es un instrumento de gestión de la empresa que sirve de guía para que el emprendedor o el empresario implementen un negocio. Este documento describe el negocio a realizar, analizando el mercado, convirtiendo la oportunidad en cifras visibles, y se establecen las acciones que se realizarán a futuro, junto a las correspondientes estrategias para implementarlas. También es un instrumento de gestión porque permite comunicar una idea de negocio para gestionar su financiamiento (Gómez, 2017).

Hablar sobre planificación implica una determinada visión de cómo funciona el proceso económico; es decir, implica una determinada teoría económica y excluye otra. Porque si estamos partiendo de una visión del proceso económico, de una teoría económica, que presupone que la planificación no es necesaria y que normalmente el proceso de mercado regula todo, gracias a sus indicadores que son los precios de las mercancías, entonces una planificación solo podría justificarse en casos excepcionales como el de una guerra o de otra catástrofe natural o social. (Galvan, 1973)

“La planificación es una función básica que permite que las empresas se preparen hoy para competir en escenarios futuros, controlando riesgos y aprovechando oportunidades”. (Lloreda, 2015).

Plan: “Programa de acción para la implementación de una empresa. 2. Plan sistemático de las operaciones futuras en un periodo dado; y Negocios: 1. compra y venta de bienes y servicios con afán de lucro. 2. Un lugar para negociar donde se mantienen inventario de mercaderías para la venta” de acuerdo a estos conceptos se puede definir que un Plan de Negocios “es un documento fundamental para el empresario, tanto para una gran compañía como para una PYME. En distintas situaciones de la vida de una empresa se hace necesario mostrar en un documento único todos los aspectos de un proyecto: para su aprobación por superiores dentro de la organización, para convencer a un inversionista, para respaldar un pedido de crédito, para presentar una oferta de compraventa, para conseguir una licencia o una franquicia de una compañía local o extranjera, o para interesar a un potencial socio. Otros autores como Rodrigo Varela, define el Plan de Negocios como “un proceso de darle al negocio una identidad, una vida propia. Es un procedimiento para enunciar de forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados y en resumen la visión del empresario sobre el proyecto. Es un mecanismo de proyectar la empresa para un futuro, de prever dificultades y de identificar posibles soluciones a las coyunturas que pudiesen presentarse. La complejidad del Plan de Negocios es directamente proporcional a la complejidad del negocio e inversamente proporcional al conocimiento y experiencia que tenga el empresario sobre el negocio. (Rossi, 1992)

Esta investigación pretende que los emprendedores sean gestores de cambios positivos, a través de los emprendimientos, que permita negocios exitosos, que tengan consciencia social, conocedores de los ejes principales a través de la ejecución del plan estratégico COMOATRIFI, que es integral porque aborda los aspectos: Contables, organizacionales, de marketing, administración, tributación y financiero.

## 2. MÉTODO

### Marco Metodológico

El **enfoque** de la investigación es cualitativa porque se analizaron en forma objetiva los resultados de los emprendimientos como gestores de cambios del problema que se investiga.

El **alcance** de la investigación fue descriptivo porque se utilizó el método del análisis para llegar a una comprensión más entendida, se hizo una exposición de hechos e ideas, conceptos, definiciones de un emprendimiento de líneas de productos de uso personal tanto para hombres y como mujeres que satisfagan los gustos más exigentes y a su vez no sean dañinos para la salud, contribuyan a cuidar el medio ambiente; y además mejorando rentabilidad a los inversionistas.

**Las técnicas** que se utilizaron fueron: Encuesta, observación y entrevista.

Según (Giraldo, 2001), la investigación cualitativa utiliza generalmente los siguientes instrumentos y técnicas para la recolección de información:

- Encuestas

- Entrevista
- Observación sistemática del entorno de la entrevista.

### Encuesta

La encuesta se basó en una recopilación de datos de personas elegidas aleatoriamente en un lugar determinado. La encuesta se fundamentó en un modelo de cuestionario que se preparó con el propósito de adquirir información de la muestra extraída de la población.

### Población

El total de la población 2.584.351 habitantes de la provincia del Guayas, distribuidos en diversos cantones, se extraerá una muestra medible de consumidores.

### Muestra

La muestra estuvo conformada por 601 personas elegidos aleatoriamente de forma independiente, para realizar un estudio de mercado, donde se aplicó un muestreo probabilístico por conglomerado.

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

En donde:

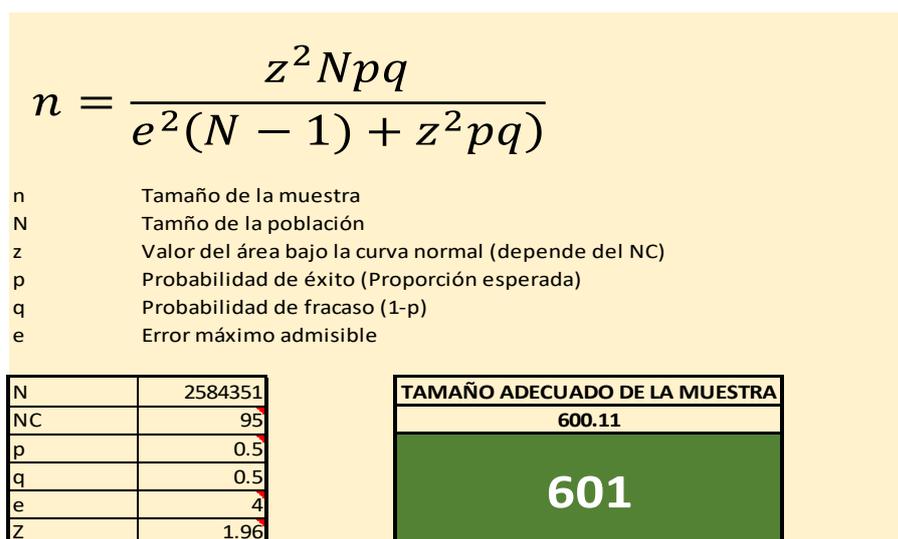
$$Z^2 = 1.96 \text{ (Nivel de confianza = 95\%)}$$

$$Q = 0.5$$

$$P = 0,5$$

$$E = 0.05 \text{ (5\% de error muestral)}$$

$$N = 601.$$



**Figura 2 Cálculo de la muestra**

Se realizó un cuestionario de 13 preguntas, y una muestra representativa de 601 personas, que se la dirigió a los posibles clientes.

### Entrevista

Esta técnica se orientó a establecer contacto directo con la persona experimentada que se consideró fuente de información. Las preguntas fueron abiertas y flexibles las cuales se aplicó con una calidad idónea al entrevistado al momento de responder.

Se realizó un cuestionario de 10 preguntas y se entrevistó a Zooc. Klaus Dieter Rose Laguna – Propietario de la empresa Romero Rose y Asociados S.A. Alquiler y Reparación de Maquinaria Pesada.

### **Observación directa**

La observación directa es una técnica elemental que permite observar de manera simplificada la investigación. Analizar la información y regístrala para su posterior análisis.

Se preparó cuidadosamente la observación enfocada en el entorno, y los objetivos generales y específicos de la investigación.

### **Análisis de documentos**

Este procedimiento se basó en la revisión fichas bibliográficas para obtener información de varios autores que permitió despejar dudas y adquirir conocimientos que se aplicaron en la investigación.

## **3. RESULTADOS**

Luego de haber efectuado la entrevista un exitoso emprendedor, los puntos positivos y negativos de un emprendimiento:

**Tabla 1 Análisis de la entrevista, puntos positivos y negativos del emprendimiento**

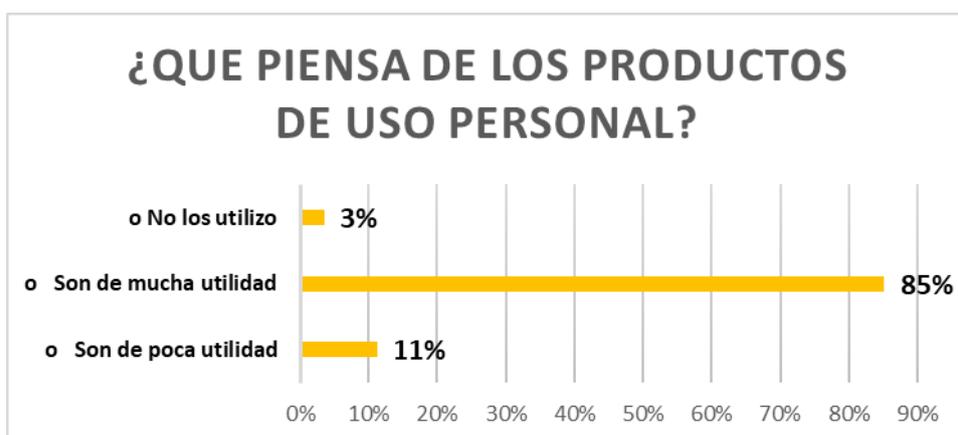
Objetivo: La entrevista tiene como objetivo conocer la experiencia de un emprendedor, que aporte con la investigación.	
La entrevista al propietario de la empresa Romero Rose y Asociados S.A. Alquiler y Reparación de Maquinaria Pesada Y Hacienda “Tarapa” Proveedor de Teca.	
Puntos positivos	Puntos negativos
<p>Los emprendimientos deben desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sentido común.</li> <li>• Visión futurista.</li> <li>• Plan estratégico.</li> <li>• Firmeza en las decisiones importantes.</li> <li>• Enfoque ético.</li> </ul>	<p>En ocasiones por la misma actividad se debe enfrentar situaciones como coimas y corrupción.</p>
<p>Los negocios pueden estar manejados con eficiencia y eficacia.</p>	<p>La crisis afecta directamente a la producción, ya que el estado restringe el consumo masivo, lo cual perjudica un 35% las ventas. Los impuestos elevados hacen que las ventas disminuyan, el gobierno no supo prevenir esta situación</p>
<p>Tener conocimiento básico, sobre el emprendimiento que va a realizar, elaborar un plan de negocios visionario, tener un presupuesto de gastos, proyectar los costos de producción para poder determinar las ventas y los gastos y las utilidades.</p>	<p>Muchos emprendedores no tienen el conocimiento básico para realizar un negocio.</p>

<p>Frente a la crisis, se debe reducir notablemente los gastos y comprar y vender productos con IVA del 12%. para tener derecho a la devolución del IVA y balancear los pagos de impuestos.</p>	<p>Muchos emprendedores, siguen gastando igual y en ocasiones más, lo que empeora su situación.</p>
<p>Los conocimientos más importantes que debemos tener los emprendedores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sentido de oportunidad.</li> <li>• Mentalidad emprendedora.</li> <li>• Visión Periférica.</li> <li>• Adaptación al cambio.</li> <li>• Aceptación de riesgo-ganancia.</li> </ul>	<p>Algunos emprendedores carecen de los conocimientos para mantener y hacer progresar un emprendimiento</p>
<p>Los métodos para manejar eficientemente un emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estableciendo primero que es lo que se necesita para comenzar a operar, conformando un presupuesto financiero estratégico basado en el futuro.</li> </ul>	<p>En ocasiones los colaboradores no cooperan con el negocio.</p>
<p>Las fortalezas que le han dado éxito:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asumir riesgos y establecer decisiones basado en el mercado</li> <li>• Capacidad de discernir y análisis las situaciones que se presente.</li> </ul>	<p>El entorno macro económico, no favorece a los emprendimientos.</p>
<p>Cómo financia el capital de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualmente es necesario tener socios que aporten un capital, pero prefiero no tenerlo porque pueden tener una visión diferente y generar cuellos de botellas en algunas áreas de operación.</li> </ul>	<p>No hay viabilidad para obtener financiamiento a través de instituciones financieras serán privados o públicas, para los emprendimientos, son demasiado requisitos y tardan mucho tiempo.</p>

Fuente: Entrevista realizada a emprendedor exitoso

De las 601 personas encuestadas, se detallan las preguntas que más aportaron a la investigación.

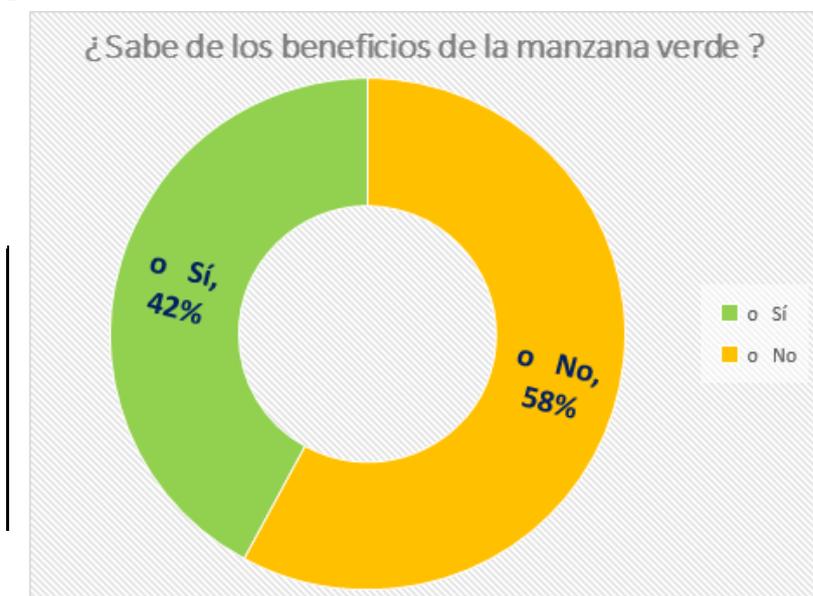
El 85% de los encuestados piensan que los productos de usos personal son de mucha utilidad el 14 que no los utilizan o son de poca utilidad.



**Figura 3 ¿Qué piensa de los productos de uso personal?**

Fuente: Encuesta realizada

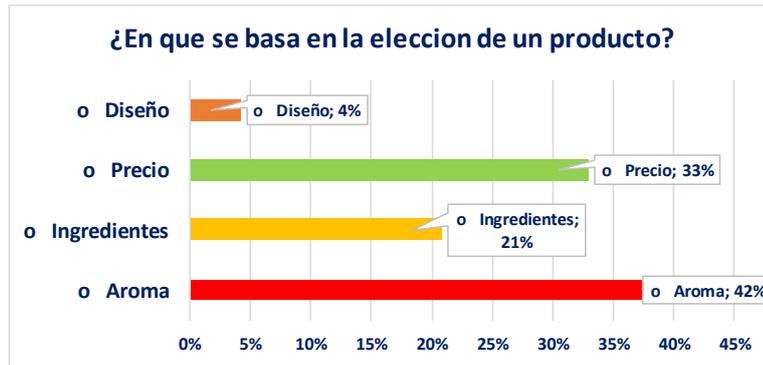
Del total de los encuestados el 58% no conoce los beneficios de la manzana verde, por lo que será una oportunidad para el emprendimiento, dar a conocer las virtudes de este producto.



**Figura 4 ¿Sabe los beneficios de la manzana verde?**

Fuente: Encuesta realizada

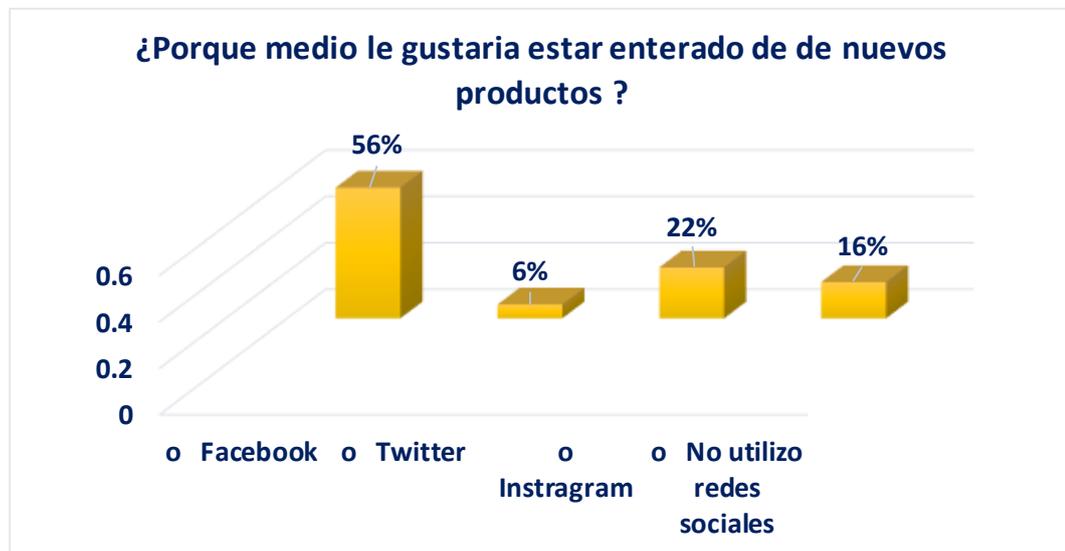
Del total de los encuestados el 42% se decide por el aroma, el 21% por los ingredientes y 37% por otras razones, por lo que el producto del emprendimiento tendrá una favorable acogida porque su elaboración es basado en la manzana verde y aloe de vera.



**Figura 5 ¿En qué se basa la elección de un producto?**

Fuente: Encuesta realizada

Los productos serán promocionados por Facebook, Twitter e Instagram porque el 62% de los encuestados prefieren ese medio de publicidad



**Figura 6 ¿Porqué medios le gustaría estar enterado de los nuevos productos?**

Fuente: Encuesta realizada

### **Análisis de datos**

De acuerdo a la elaboración del plan estratégico COMOATRIFI, con una inversión de \$30.000, el negocio generará un flujo de caja por \$424,651.14, TIR del 64.70% y el VAN por \$22.380.37.

**Tabla 2 Proyección del estado de resultado integral a 10 años.**

**FRUPLA S.A.****Estado de resultado integral, proyectados, 10 años**

<b>Detalle</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Ventas	\$ 3,137,584.52	100.00%
(-)Costo de ventas	\$ 1,960,990.32	62.50%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 1,176,594.19</b>	<b>37.50%</b>
<b>Gastos de ventas</b>		
Gastos administrativos y de ventas		
Sueldos y salarios	\$ 260,509.98	8.30%
Beneficios sociales	\$ 73,065.33	2.33%
Alquiler	\$ 62,842.32	2.00%
Servicios basicos	\$ 15,082.16	0.48%
Suministro de oficina	\$ 20,566.58	0.66%
Depreciaciones	\$ 19,100.00	0.61%
Publicidad	\$ 50,243.43	1.60%
Gastos por constitucion	\$ 150.00	0.00%
Gastos de instalacion	\$ 100.00	0.00%
Gastos de Seguros y permisos	\$ 13,711.05	0.44%
Transporte de mercaderia	\$ 13,711.05	0.44%
<b>Total de gastos admst. y ventas</b>	<b>\$ 529,081.89</b>	<b>16.86%</b>
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 648,031.17</b>	<b>20.65%</b>
<b>Gastos no operacionales</b>		
Gastos financieros		
Intereses pagados por prestamos		
<b>Total de gastos no operacionales</b>	<b>\$ 7,265.79</b>	<b>0.23%</b>
<b>Utilidad (perdida) ante de impuestos</b>	<b>\$ 640,765.38</b>	<b>20.42%</b>
(-) 15% Partic. Utilidad de trabajadores	\$ 96,114.81	3.06%
<b>Utilidad antes del Impuesto a la Renta</b>	<b>\$ 544,650.58</b>	<b>17.36%</b>
(-)22% de Impuesto a la Renta -Empresa	\$ 109,238.40	3.48%
<b>Utilidad del Ejercicio.</b>	<b>\$ 435,412.18</b>	<b>13.88%</b>
(+) Gastos no erogables		
(+) Depreciaciones	\$ 19,100.00	0.61%
(-) Pago de Capital	\$ 29,860.74	0.95%
<b>Flujo de caja</b>	<b>\$ (30,000.00)</b>	<b>\$ 424,651.44 13.53%</b>

Elaboración propia de los autores

**Tabla 3 Valor actual neto (VAN) Tas interna de retorno (TIR)**

VAN	\$ 22,380.37	VAN es mayor a cero el proyecto es rentable y viable
TIR	64.70%	TIR Debe ser mayor que la tasa de descuento
Tasa de Descuento	10%	Tasa de rentabilidad mínima que exige el proyecto

Elaboración propia de los autores

El plan financiero, contemplan variables para la proyección de los 10 años, tanto para las ventas, costos, publicidad, gastos y además los % de impuesto a la renta y la participación a trabajadores.

**Tabla 4 Variables utilizadas en la proyección**

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS		2%	4%	6%	8%	10%	12%	14%	16%	18%
GASTOS		3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Costo de venta		62.50%	62.50%	62.50%	62.50%	62.50%	62.50%	62.50%	62.50%	62.50%
Participacion empleados	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
Impuesto a al renta	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%
Publicidad	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%

Elaboración propia de los autores

El plan estratégico COMOATRIFI, contempla, trabajar con tres escenarios que son: Optimista, que es en el que las ventas tengan un crecimiento del 10%, el probable que las ventas crezcan el 5% y el pesimista es que las ventas crezcan el 2%, de acuerdo a estos escenarios los emprendedores podrán tomar las decisiones más apropiadas y los futuros inversionistas analizarán sus ganancias en éstos tres escenarios.

**Tabla 5 Escenarios: Optimista, probable y pesimista**

Resumen del escenarios a futuro				
	Valores actuales:	Caso Optimista	Caso Probable	Caso Pesimista
<b>PYMES</b>				
<b>Ingresos de ventas :</b>				
Venta_Inicial	\$ 219,866.86	\$ 50,000.00	\$ 47,000.00	\$ 30,000.00
Crecimiento_de_ventas	1%	10%	5%	2%
Precio_Inicial	\$ 15.00	\$ 20.00	\$ 12.00	\$ 10.00
<b>Año Productivo:</b>				
Año1	\$ 219,866.86	\$ 241,853.55	\$ 230,860.21	\$ 224,264.20
Año2	\$ 222,065.53	\$ 266,038.91	\$ 242,403.22	\$ 224,864.20
Año3	\$ 224,286.19	\$ 292,642.80	\$ 254,523.38	\$ 229,361.49
Año4	\$ 226,529.05	\$ 321,907.08	\$ 267,249.55	\$ 233,948.72
Año5	\$ 228,794.34	\$ 354,097.78	\$ 280,612.02	\$ 238,627.69
Año6	\$ 231,082.28	\$ 389,507.56	\$ 294,642.63	\$ 243,400.24
Año7	\$ 233,393.11	\$ 428,458.32	\$ 309,374.76	\$ 248,268.25
Año8	\$ 235,727.04	\$ 471,304.15	\$ 324,843.50	\$ 253,233.61
Año9	\$ 238,084.31	\$ 518,434.56	\$ 341,085.67	\$ 258,298.29
Año10	\$ 240,465.15	\$ 570,278.02	\$ 358,139.95	\$ 263,464.25

Elaboración propia de los autores

Contar con las herramientas adecuadas que brinda el plan estratégico COMOATRIF, les permitirá a los emprendedores, asegurar el crecimiento sostenido de sus negocios, y la rentabilidad que les permita seguir innovando y generando riqueza en beneficio de los empleados, proveedores, accionistas y el país en general.

### **Análisis de la situación actual**

Como toda empresa emprendedora en el mundo competitivo existen fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que permiten posiblemente generar un equilibrio dentro del mercado; resulta un poco complejo responder exitosamente a una demanda de

clientes cuya necesidad no ha sido totalmente identificada o la forma de llegar a ellos si el producto no ha sido reconocido y/o aprobado por un público de apertura en un lanzamiento previo del bien. Existe un listado de causas por las que nuestro producto podría tener una acogida de manera no inmediata pero sí posible, por lo que realizamos un previo análisis FODA concluido de la siguiente manera:

**Tabla 6 Foda**

DEBILIDADES	AMENAZAS
Precios de ventas no competitivos Desconocimiento del emprendimiento. Falta de conocimiento de las disposiciones legales	Efectos químicos sobre el consumidor. Fuerte competencia a nivel de líneas de productos, marcas, precios y canales de distribución. Aumento de costos de materia prima. Cambios de tendencia en el mercado.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Venta directa en todos los sectores de Guayaquil. Ventas por internet. Proceso de selección del personal eficiente. Contar con el plan estratégico. COMOATRIFI	Incremento en las ventas. Innovación de la marca. Promoción de la línea de productos de uso personal. Promocionar las virtudes de la manzana verde Nuevos mercados emergentes fuera de la ciudad.

Elaboración propia de los autores

### **Análisis del Mercado**

Permite realizar un análisis del mercado por medio del departamento de Marketing para obtener resultados estadísticos si el producto es aceptable en el mercado. Tras este análisis, la dirección será capaz de conocer las fortalezas y debilidades que posee la empresa con respecto al resto de los competidores en el sector que va estar ubicado.

### **Producto y Servicios a comercializar**

Uno de los propósitos de la empresa FRUPLA es elaborar y vender un producto natural, refrescante y con buen aroma dando a conocer así todos los beneficios que tienen la manzana verde y el aloe vera en la piel.

La manzana verde es rica en vitamina C la cual es un factor muy importante a las manchas provocadas por los rayos UV ayudara a aclarar dicho problema. Además, la manzana

destaca por su alto contenido tanto en ácido málico como en ácido tartárico, dos ácidos que ayudan a la eliminación natural de las células muertas de la superficie cutánea.

El Aloe Vera actúa como cicatrizante e hidratante de la piel, cabe rescatar su actuación como potente astringente, y contiene propiedades antibacterianas. Es por eso que la Empresa FRUPLA decidió unir los múltiples beneficios que tiene estos dos productos para crear cremas, jabones líquidos y perfumes pensando en las ventajas que puede ofrecer para los consumidores y así cumplir las metas u objetivos planteados desde un principio. Entre las características que ofrece FRUPLA son:

- Calidad.
- Innovación.
- Económico.

### **Clientes**

En la empresa FRUPLA S.A uno de sus principios es satisfacer a los clientes. Tanto el departamento de ventas, marketing y producción se encargarán de ofrecer un producto de calidad y eficacia para los futuros clientes. Se basará en las encuestas para dar a conocer así cuál es su criterio sobre los productos antes mencionados.

Los productos FRUPLA está recomendado su uso para todas las edades ya que es en base a productos naturales los cuales no tienen efectos secundarios, la cual es una ventaja para la empresa y se podrá comercializar más rápido en el mercado ya que es un producto confiable para los clientes.

### **Plan de marketing**

#### **Precio**

El producto tendrá diferente precio según el tamaño del mismo, brindándoles un valor que se encuentre dentro de las posibilidades de cada uno de los consumidores, para de esta forma tener una mayor aceptación satisfactoria para el producto a comercializar.

#### **Producto**

FRUPLA S.A. busca brindar productos a los clientes que cubran las diferentes expectativas de los consumidores en general, dándoles un excelente producto que se sientan a gusto con lo que están adquiriendo.

Este producto está hecho con productos naturales que dará a los usuarios un mayor beneficio al momento que lo comiencen a usar ya que contiene nutrientes que ayuden al cuidado de la piel ya sea que lo utilice hombre, niños, mujeres, etc.

#### **Distribución y ubicación**

Analizar el mercado en donde se quiere promocionar el producto, para así saber si es adecuado venderlo en ese espacio comercial.

Como objetivo llevar hasta el consumidor el producto:

- Minoristas.
- Supermercados.
- Mayoristas.
- Instituciones y servicios de banquetes a domicilio.

## **Promoción –Publicidad**

Es necesario informar a los compradores o consumidores del producto, debiendo:

- Analizar los mecanismos a utilizar para dar a conocer el producto.
- Plantear el logotipo y lema.
- Establecer una capacidad constante de innovación.
- Establecer alianzas estratégicas con socios estratégicos como: Proveedores, tarjetas de crédito, entre otros.
- Exhibición en puntos de venta.
- Muestras gratis.
- Cupones.
- Fichas o láminas.
- Precios especiales.
- Publicidad.

### **Plan de acción**

Como plan de acción es dar a conocer los productos a través de las redes sociales además tener vínculo con otras empresas; Por ejemplo: empresas farmacéuticas para que así los clientes tengan lugares cercanos para que puedan ser adquiridos con mayor facilidad.

## **4. DISCUSIÓN**

Como conclusión la importancia para todo emprendimiento es tener un conocimiento integral del negocio, analizar, investigar todos los factores que inciden directa o indirectamente en el crecimiento del negocio, además los factores externos e internos que pueden afectarlo.

- Conocer las necesidades de los clientes, innovar brindando nuevas opciones más saludables que satisfagan sus necesidades.
- Promocionar las ventajas de los productos naturales y los beneficios para la piel y el aporte al medio ambiente.
- Lo beneficioso y apropiado cumplir las disposiciones legales, cumpliendo a cabalidad con los empleados, los entes de control sean nacionales o seccionales.
- Todo emprendimiento requiere realizar un sondeo de mercado para conocer el nicho del mercado al que se va a dirigir el producto.
- Contar con un plan estratégico que contempla: Contar con políticas contables, plan de marketing, procedimientos, políticas, manual de funciones, plan financiero y tributario, les permitirá a los emprendedores, mantener y ver crecer sus negocios, garantizando sus ganancias y que se mantengan como negocio en marcha.

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

<b>Conclusiones</b>	<b>Recomendaciones</b>
La mayoría de las personas encuestadas en la investigación desconocen los beneficios de utilizar productos con ingredientes naturales como son la manzana verde y aloe de vera.	Se recomienda difundir el uso de productos con ingredientes naturales, por los beneficios que tienen para el cuidado de la piel y del medio ambiente.
Los emprendedores en su mayoría desconocen los mecanismos para realizar una correcta inversión, con los productos apropiados, que tenga beneficios económicos para los inversionistas.	Dar a conocer la gran importancia de un emprendimiento para que sea rentable y sostenible en el tiempo es conocer todos los aspectos como son: contable, marketing, organización, administración, tributario y financiero.
Los emprendimientos se enfocan en la venta, nuevos productos, nuevos clientes, por lo que se le da poca importancia a otros factores que permiten que los negocios sean exitosos.	Elaborar y poner en marcha el plan estratégico "COMATRIFI", que posibilite a todo emprendimiento como gestor de cambios por ser rentable y sostenible en el tiempo, que beneficie a los: inversionistas, empleados, proveedores y que contribuyan positivamente al crecimiento económico del Ecuador

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aparicio, R. (2012). CREAR VALOR POR MEDIO DEL. *OIKONOMOS*, 51.
- Carpio, E. J. (febrero de 2013). *Gerencia Regional del Agricultura*. Obtenido de [http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20DE%20TRIGO-TAYABAMBA\\_2013.pdf](http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20DE%20TRIGO-TAYABAMBA_2013.pdf)
- Galvan, D. J. (1973). *La Agricultura del Futuro* . Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1024/16.pdf>
- Giraldo, M. (2001). Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=h4X\\_eFai59oC&pg=PA176&lpg=PA176&dq=muñoz+giraldo++investigacion+cualitativa&source=bl&ots=vVDEo4xfy0&sig=gGeTxckTEN2zT-dMV8\\_IQ01sAFo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi1t6WlmOnVAhWB6SYKHR-cCK0Q6AEIYDAN#v=onepage&q=muñoz giraldo in](https://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA176&lpg=PA176&dq=muñoz+giraldo++investigacion+cualitativa&source=bl&ots=vVDEo4xfy0&sig=gGeTxckTEN2zT-dMV8_IQ01sAFo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi1t6WlmOnVAhWB6SYKHR-cCK0Q6AEIYDAN#v=onepage&q=muñoz%20giraldo%20in)
- Gómez, V. (09 de 2017). *es.scribd.com*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/171938088/MANUAL-PARA-LA-ELABORACION-DE-PLANES-DE-NEGOCIOS>
- Lloreda, E. Z. (2015). *PLAN DE NEGOCIO*. MADRID.
- Rossi, K. F. ( 1992). *Gobernación de Boyacá*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/plan-negocios-creacion-empresa-agricola-productora-granadilla-zetaquira/>
- Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (2011). *Administracion* (Vol. 6). México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- www.emprendedores.es*. (09 de 2017). Obtenido de <http://www.emprendedores.es/casos-de-exito/emprendedoras-espanolas-exitotendencia-negocios>
- www.endeavor.org.ar*. (09 de 2017). Obtenido de <http://www.endeavor.org.ar/emprendimientos-6-tips-para-pasar-de-la-idea-al-hecho/>