



Julio 2018 - ISSN: 1696-8352

## **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE ASESORÍA COMERCIAL Y TRIBUTARIA A LOS NEGOCIOS DEL CANTÓN PLAYAS”**

**Autora: Minely Pamela Flores Morales** <sup>1</sup>

E-mail: mpfm94@gmail.com

Facultad de Administración

Carrera de Ingeniería Comercial

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

**Tutor: MSC. Silvia Espinoza** <sup>2</sup>

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Minely Pamela Flores Morales y Silvia Espinoza (2018): “Plan de negocio para la creación de una microempresa que brinde asesoría comercial y tributaria a los negocios del Cantón Playas”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (julio 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/07/creacion-microempresa-asesoria.html>

### **Resumen**

*El presente proyecto estuvo direccionado al diseño de un plan de negocio para la creación de una microempresa que brinda asesoría comercial y tributaria a los negocios del cantón Playas siendo su principal objetivo el determinar los planteamientos para la puesta en marcha del establecimiento. La investigación se justificó mediante el potencial comercial del cantón mencionado, contando con uno de los atractivos turísticos más importantes en toda la provincia del Guayas. Sin embargo, los emprendedores no han logrado aprovechar este potencial, pero muestran interés en recibir asesoría comercial y tributaria, la misma que favorezca a sus ventas mientras cumplen con las leyes del país referente al registro de sus operaciones. Esto se pudo comprobar mediante una recolección de datos cuantitativa, utilizándose a la encuesta como instrumento, siendo dirigida a 348 propietarios de negocios en la zona. Una vez conocida la acogida del negocio se detalló su estructura conformada por cinco pilares en donde se detalla el tipo de negocio, sus bases estratégicas, su imagen, recursos necesarios para el funcionamiento, estrategias comerciales y otros puntos importantes, finalizando en un análisis de la factibilidad económica.*

**Palabras claves:** Asesoría, plan de negocio, factibilidad, comercio, tributación.

### **Abstract**

*The present project was aimed at the design of a business plan for the creation of a microenterprise that provides business and tax advice to small businesses in the Playas district, its main objective being to determine the approaches for the start-up establishment. The investigation was justified by the commercial potential of the mentioned canton, counting on one of the most important tourist attractions in the entire province of Guayas. However,*

<sup>1</sup> Graduada de Ingeniería Comercial

<sup>2</sup> Docente Tutora

*entrepreneurs have not been able to take advantage of this potential, showing interest in commercial and tax advice, which favors their sales while complying with the laws of the country regarding the registration of their operations. This could be verified through a quantitative data collection, using the survey as an instrument, being directed to 348 business owners in the area. Once the reception of the business was known, it was detailed its five pillars structure detailing the type of business, its strategic bases, its image, resources necessary for operation, commercial strategies and other important points, ending with an analysis of the economic feasibility.*

**Keywords:** Advice, business plan, feasibility, trade, taxation.

## 1. INTRODUCCIÓN

Las empresas afrontan una serie de amenazas relacionadas al entorno tales como la competencia, el desarrollo de la tecnología, la apertura de los mercados, las nuevas leyes, entre otras, las cuales pueden producir un impacto negativo alto o bajo de acuerdo a cómo los empresarios reaccionen a las mismas y las debilidades que posea su negocio.

Con el fin de reducir las debilidades y afrontar las amenazas, las empresas suelen contratar asesores que les permitan tomar decisiones adecuadas recomendadas por expertos, sobre qué hacer, qué herramientas utilizar, cómo llevar a cabo determinadas acciones o a su vez para que los mismos realicen las gestiones que garanticen el éxito de la empresa. Cabe indicar que estas asesorías principalmente suelen ser comercial y tributaria (Gestión y Administración, 2016).

General Villamil Playas es un cantón de la provincia del Guayas que cuenta con una serie de atractivos turísticos al ser territorio costero, actualmente cuenta con una población de cerca de 41.935 habitantes que desarrollan varias actividades que versan de forma directa o indirecta en el turismo. De esta forma el comercio se vuelve una actividad complementaria para atender a los visitantes y para satisfacer las necesidades internas de sus habitantes, justificándose así el hecho de que en el cantón existan un sinnúmero de negocios dedicados a la actividad comercial (Prefectura del Guayas, 2016).

Al ser el cantón Playas un lugar turístico, los negocios como tal se enfocan solo en atender al público aprovechando la gran afluencia de personas; sin embargo, no llevan a cabo acciones encaminadas a posicionarse en el mercado ni diferenciarse de los demás negocios, de igual manera no llevan a cabo un control óptimo de sus operaciones comerciales, lo cual también influye en la toma de decisiones y gestión de sus ingresos de forma adecuada.

De acuerdo al Servicio de Rentas Internas (SRI, 2017) existen un total de 14 establecimientos dedicados principalmente a asesoría relacionada a materia contable dentro del cantón, sin embargo no se registran establecimientos que ofrezcan asesoría comercial a pesar de ser una de las actividades que genera mayor ingreso a sus habitantes mediante el turismo.

Como se puede observar, son pocas las instituciones encargadas de dar un servicio de asesoría similar al propuesto en este estudio, así mismo se considera importante que existan establecimientos que brinden este servicio como un aporte al desarrollo empresarial del cantón, ayudando a que las empresas a las que irá dirigido el mismo puedan mejorar sus procesos mediante la asesoría de expertos en el área comercial y tributaria, incrementando sus ventas, reduciendo el tiempo en procesos y demás gastos relacionados a la omisión o errores tributarios.

### **1.1. Formulación del problema.**

¿Qué planteamientos de negocio son necesarios para el logro de objetivos empresariales de un establecimiento dedicado a la asesoría comercial y tributaria?

### **1.2 Sistematización del problema.**

¿Cuál es la situación actual del cantón respecto a la oferta del servicio de asesoría comercial y tributaria?

¿Qué tipo de estructura organizacional se debe establecer para funcionamiento del negocio y qué acciones son necesarias para promover el servicio?

¿Cuánto se deberá invertir en el negocio y qué tan factible será dicha inversión?

¿Cuáles son los servicios de asesoría comercial y tributaria que demandan los negocios del cantón Playas?

### **1.3 Objetivos Generales**

Elaborar un plan de negocio para la creación de una microempresa que brinde asesoría comercial y tributaria como aporte a los negocios del cantón Playas.

### **1.4 Objetivos Específicos**

Analizar la situación actual del cantón para la oferta del servicio de asesoría comercial y tributaria.

Determinar la estructura organizacional para el funcionamiento del negocio y las acciones encaminadas para la promoción del servicio ofrecido.

Enumerar los servicios que se ofrecerán en relación a las necesidades de los negocios del cantón Playas.

Realizar un estudio financiero determinando la inversión necesaria para el negocio y la factibilidad del mismo mediante indicadores de rentabilidad.

## **2 BASES TEÓRICAS**

---

## **2.1 Plan de Negocios**

Es un documento que describe las estrategias y herramientas a utilizar para crear, organizar, dirigir y tener éxito en la constitución de un negocio. Zorita (2015) indica que un plan de negocios tiene como fin "trazar el camino a seguir para definir con rigor un proyecto, detectar aspectos en los que inicialmente se podría no haber pensado, y comprobar su viabilidad"(p.15). Para esta autora su diseño permite mantener una visión clara del panorama en el cual se desenvolverá el negocio propuesto observando sus principales virtudes y fortalezas.

## **2.2 La empresa**

Son unidades económicas que tienen como fin fundamental la obtención de un lucro, es decir son organizaciones creadas con el objetivo de producir bienes y servicios para comercializarlos y obtener réditos de esas actividades (Abíznano, 2012). Sin embargo, es preciso destacar que para que la compañía obtenga utilidades a su vez debe mantener la estructura operativa óptima.

Según su tamaño existen las MiPymes, siendo todas aquellas micros, pequeñas y medianas empresas. Estas pueden ser representadas por una persona natural o estar constituidas como una persona jurídica, ubicándose dentro de esta categoría aquellas que cuentan con un talento humano menor a 200 trabajadores y ventas que no superen los 2 millones de dólares.

## **2.3 Emprendimiento**

El emprendimiento puede definirse como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político, social, entre otros (Blanco, Prado, & Mercado, 2016). Principalmente se puede enunciar que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación. Su puesta en marcha demanda de una serie de acciones guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar los objetivos.

## **2.4 Asesoría**

Es un oficio que lleva a cabo una persona denominada asesor, especializando en un campo determinado, encargándose de aconsejar a otras en base a sus conocimientos y experiencias sobre un problema o situación (UNAM, 2015). Existen distintos tipos de asesoría pero este estudio se centrará en la comercial y tributaria.

El fin de la asesoría comercial es la mejora de procesos comerciales de un negocio, involucrando la venta y la promoción. Esta mejora como tal se persigue en tiempo y resultados, es decir en el incremento de productividad y la generación de mayores beneficios económicos (Fuerza Comercial, 2016). En el caso de la asesoría tributaria, esta se enfoca en ayudar a las personas naturales o jurídicas en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias antes el ente recaudador de impuestos.

## **3 METODOLOGÍA**

---

### **3.1 Método de investigación**

Se consideró como método el analítico y el descriptivo, permitiendo ambos formar una visión en detalle del problema estudiado. Por un lado, el método descriptivo es aquel que ayudó a la caracterización del problema estudiado, buscando identificar las causas y las consecuencias del mismo.

Por otro lado, el método analítico permitió analizar las variables que componen el estudio ayudando a determinar el estado actual del tema abordado, analizando en este estudio las necesidades de los emprendedores del cantón Playas respecto a servicios de asesoría comercial y tributaria.

### **3.2 Tipo de investigación.**

Se emplearon en este estudio el documental y el de campo. Es documental al realizar la autora una revisión de fuentes secundarias para acceder a información en libros, periódicos, revistas, páginas webs y de otras.

Es de campo al recolectarse información de primera mano proporcionada por el público objeto de estudio, es decir directamente de las unidades de investigación permitiendo conocer el estado actual del tema abordado, siendo en este caso los contribuyentes en el cantón Playas.

### **3.3 Enfoque de la investigación.**

Se establece como cuantitativo, siendo a través del cual se conoció el grado de disposición de los negocios del cantón Playas en relación a contratación del servicio propuesto. Esta información recolectada fue capaz de ser cuantificada.

### **3.4 Técnicas de investigación.**

Al tener el estudio un enfoque cuantitativo, las técnicas o instrumentos de investigación empleadas en la recolección de datos también fueron cuantitativas. Dicho esto se seleccionó la encuesta o cuestionario, mismas que fue dirigida a los propietarios o representantes de negocios del cantón Playas de la provincia del Guayas.

### **3.5 Población y Muestra**

Según información consultada en el Servicio de Rentas Internas (SRI, 2017) en el cantón Playas existen un total de 3.698 contribuyentes catalogados como personas naturales de los cuales se calculó la muestra para este estudio. Cabe indicar que al ser inferior a los 100.000 se consideró la fórmula finita, dando como resultado un total de 348 contribuyentes a encuestar.

## **4 RESULTADO Y DISCUSIÓN**

---

### **4.1 Resultados de la encuesta**

En la recolección de datos se pudo evidenciar desconocimiento en el área tributaria por parte de los contribuyentes lo cual ha influido en que exista una demanda alta de establecimientos que ofrezcan este tipo de servicios. Por otro lado también se pudo conocer que los consultados

creen conveniente que su negocio mejore en aspectos relacionados a las ventas, publicidad y atención al cliente para un mejor crecimiento; sin embargo, el acceso a profesionales especializados en esta área es limitado.

Lo dicho anteriormente no es el caso de la asesoría tributaria donde existe un número aceptable de establecimientos, pero ello no influye en la postura del público sobre si contrataría o no los dos tipos de asesoría ofertados en este proyecto, indicando principalmente que sí lo adquirirían e incluso mostraron su interés en recibir toda la información relevante para ello.

## 5 PROPUESTA

---

El establecimiento se denominará ASECOMTRI, escogiéndose dicho nombre debido al servicio de “asesoría comercial y tributaria” a ofrecer como una mezcla de las primeras letras de cada palabra donde:

ASE de asesoría.

COM de comercial

TRI de tributaria

Por otro lado, con respecto al lema comercial o slogan se escogerá “Profesionales disponibles a sus necesidades” ya que como se pudo observar, la asesoría comercial y tributaria es una necesidad en los contribuyentes del cantón Playas.



Figura 1: Logo del negocio.

Elaborado por: La autora

Fuente: La autora

Se plantea como ubicación del negocio la Av. 15 de Agosto y Asisclo Garay, cercana a hoteles, al Mercado Municipal, establecimientos que ofertan alimentos, entre otros negocios.

### Misión

Somos una microempresa dedicada a brindar un servicio de asesoría comercial y tributaria a los contribuyentes del cantón General Villamil Playas, proporcionándoles una atención

personalizada y acorde a sus necesidades, facilitando sus procesos tributarios y la ejecución de prácticas comerciales adecuadas para su desarrollo organizacional.

### **Visión**

Ser una empresa reconocida en el cantón Playas por su excelencia en la oferta de un servicio especializado en asesoría comercial y tributaria, mostrando profesionalismo y entregando a cada cliente soluciones para el correcto desarrollo de sus actividades, facilitando sus operaciones y aportando al incremento de sus ventas a cambio de honorarios justos.

## **5.1 Análisis situacional**

### **Análisis PEST**

#### ***Político***

Ecuador es un país con un gobierno estable, por otro lado las nuevas regulaciones emitidas por el Servicio de Rentas Internas y su lucha en contra de la defraudación han aumentado los controles para las entidades. Esto favorece a las entidades que se dedican a prestar un servicio de asesoría tributaria (Servicio de Rentas Internas, 2017).

#### ***Económico***

De acuerdo a la Secretaría de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2014) en el cantón Playas el comercio es una actividad complementaria al turismo, siendo este último la principal actividad de la zona. El cantón se dedica principalmente a actividades del sector terciario con el 57,26% de establecimientos dentro de esta actividad tales como el comercio, hoteles, restaurantes, actividades financieras, entre otros (GAD Municipal del cantón Playas, 2016).

#### ***Social***

A nivel social, el cantón al año 2018 se espera que alcance los 56.044 habitantes, cabe destacar que un aproximado del 35,42% es adulta, siendo quienes demandan productos y asumen responsabilidades, capaces de contratar servicio personales especializados como los que se ofrecerán en este proyecto (GAD Municipal del cantón Playas, 2016).

#### ***Tecnológico***

La zona en la que plantea la ubicación del establecimiento posee acceso a servicios básicos y a internet, cabe destacar que esto favorece a la oferta de servicios en donde se requiere el uso de equipos informáticos.

### **Análisis Porter.**

#### ***El poder de negociación de los clientes***

En la encuesta realizada se pudo conocer la predisposición de los contribuyentes del cantón a la contratación de los servicios ofrecidos, así mismo existe un alto desconocimiento respecto a

buenas prácticas tributarias y comerciales en la zona lo cual favorece a su demanda. Riesgo medio.

#### ***La rivalidad de la industria***

Considerando una publicación del diario El Comercio (2016) existen un total de 244 empresas que se dedican a brindar asesoría tributaria en el país, existiendo una mayor concentración en ciudades como Guayaquil y Quito.

Por otro lado al revisar el sitio oficial del Servicio de Rentas Internas (SRI, 2017) en el cantón Playas están registrados un total de 14 establecimientos dedicados a la oferta de servicios relacionados a temas comerciales y tributarios. Riesgo bajo.

#### ***Las amenazas de los nuevos entrantes***

De acuerdo a la Secretaría de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2014) el 91,05% de la población del cantón Playas tiene acceso a la educación de los cuales el 10,02% ha recibido instrucción superior, inclinándose principalmente a carreras relacionadas a la educación, seguido de administración y medicina, lo cual limita la ubicación de profesionales con conocimientos comerciales y tributarios. Riesgo bajo.

#### ***El poder de negociación de los proveedores***

Al ser una empresa dedicada a la oferta de un servicio basado en el conocimiento y no en la transformación de materiales y/o insumos, los principales proveedores comprenderán aquellos relacionados a los servicios básicos tales como agua potable, electricidad, línea telefónica e internet, esto para brindar un servicio de calidad a los clientes y un ambiente de trabajo óptimo para el talento humano. Riesgo bajo al estar disponibles en la ubicación seleccionada.

#### ***Amenaza de los productos sustitutos***

Existen personas que ofrecen el servicio sin un establecimiento comercial; sin embargo, el poseer un sitio desde el cual se atienda al público da mayor seguridad a los clientes y reduce el temor respecto a fraudes o incumplimiento de lo pactado. Se considera como un riesgo bajo.

#### **Análisis FODA.**

##### ***Fortalezas***

Profesionales capacitados brindando el servicio.

Cuenta con una oficina para la atención al público.

Ubicación estratégica.

##### ***Debilidades***

Nulo reconocimiento en el mercado meta.



Bajo capital para inversión.

No se posee una cartera de clientes potenciales.

### ***Oportunidades***

Existe predisposición del público para la contratación de los servicios.

Aumento de establecimientos por efecto del turismo.

Conocimiento del mercado meta respecto a las debilidades y amenazas de sus negocios.

Entidades en el medio que ofrecen créditos al público.

Bajo nivel de competencia.

### ***Amenazas***

Aumento de profesionales en el cantón Playas.

## **5.2 Marketing Mix**

### **Estrategias de Producto**

ASECOMTRI S.A ofrecerá al público un servicio basado en las necesidades evidenciadas.

Entre las identificadas están:

Asesoría tributaria: Obtención y actualizaciones de RUC, planificación tributaria, declaración de impuestos, entre otros solicitados.

Asesoría comercial: Promoción y publicidad, análisis y mejora de procesos comerciales, estudio de mercados, entre otros.

### **Estrategias de Precio**

El precio que se manejará para el producto depende del tipo de establecimientos dentro del cantón, la competencia y las necesidades del mercado. En el primer año están ubicados entre \$ 30 a \$ 150 dólares.

### **Estrategias de plaza**

El servicio se ofrecerá en el cantón Playas, determinando como público meta a 3.698 personas naturales, ascendiendo a 4.079 al incluir las personas jurídicas.

### **Estrategias de Promoción**

#### ***Presencia en internet***

Se plantea que ASECOMTRI posea su propia red social, en este caso Facebook, al ser de mayor preferencia y en donde podrá promover sus servicios a clientes potenciales, dar seguimiento a interesados, informar al público lo que ofrece, emitir noticias relacionados a la importancia de una óptima gestión comercial y tributarias en los negocios, y demás material que despierte el interés del mercado meta.



Figura 2. Red social de la empresa ASECOTRI

Elaborado por: La autora

Fuente: Facebook

Se puede observar que la imagen del perfil corresponde al logo de la empresa mientras que la portada muestra los medios de contacto con el establecimiento, su dirección y lo que ofrece al público para una mayor información de quien visita la red social y motivarlo a que explore la misma.

### **Visitas a establecimientos comerciales.**

Se considera importante el diseño de tarjetas de presentación para el personal de la empresa, especialmente para quien ofertará el servicio al público. Se debe destacar que se entregarán tarjetas en establecimientos de clientes potenciales mientras que los volantes se distribuirán en sitios de gran afluencia de la ciudad para informar al público en general sobre el servicio que se ofrece. A continuación se presenta el diseño de ambos materiales publicitarios:



Figura 3. Tarjetas de presentación.  
los servicios.

Elaborado por: La autora

Elaborado por: La autora



Figura 4. Volante para promover

Fuente: La autora  
La autora

Fuente:

### 5.3 Inversión y rentabilidad

**Tabla 1.** *Inversión inicial en activos no corrientes.*

| ACTIVO NO CORRIENTE          | # | Valor Unitario | IVA Incluido       |
|------------------------------|---|----------------|--------------------|
| <b>AREA TRIBUTARIA</b>       |   |                |                    |
| Computadora                  | 1 | \$ 416,96      | \$ 466,99          |
| Impresora multifuncional     | 1 | \$ 231,25      | \$ 259,00          |
| Aire Split 24btu             | 1 | \$ 900,00      | \$ 1.008,00        |
| Muebles y equipos de oficina | 2 | \$ 400,00      | \$ 896,00          |
| Sillón de espera             | 1 | \$ 500,00      | \$ 560,00          |
| <b>Total</b>                 |   |                | <b>\$ 3.189,99</b> |
| <b>AREA COMERCIAL</b>        |   |                |                    |
| Muebles y equipos de oficina | 1 | \$ 400,00      | \$ 448,00          |
| Teléfonos                    | 2 | \$ 80,00       | \$ 179,20          |
| Archivadores                 | 3 | \$ 150,00      | \$ 504,00          |
| Mesa de junta y reuniones    | 1 | \$ 600,00      | \$ 672,00          |
| Computadora                  | 2 | \$ 416,96      | \$ 933,98          |
| <b>TOTAL</b>                 |   |                | <b>\$ 2.737,18</b> |
| <b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>  |   |                | <b>\$ 5.927,17</b> |

Elaborado por: La autora

En base a la Tabla 1 presentada se requeriría una inversión en activos no corrientes por un valor de \$ 3.189,99 para las operaciones del área tributaria mientras que en el área comercial se deberían direccionar \$ 5.927,17. Adicional a este desembolso se requiere lo mencionado a continuación en la Tabla 2:

**Tabla 2.** *Inversión inicial total.*

|   |                     |
|---|---------------------|
| <b>GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO</b>        | <b>Valor total</b>  |
| Permisos de Bomberos y Patentes Municipales | \$ 600,00           |
| Permiso de funcionamiento                   | \$ 100,00           |
| Investigación de Mercado y Encuesta         | \$ 400,00           |
| <b>TOTAL GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO</b>  | <b>\$ 1.100,00</b>  |
| <b>INVERSIÓN INICIAL</b>                    | <b>Valor total</b>  |
| TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES              | \$ 5.927,17         |
| TOTAL GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO         | \$ 1.100,00         |
| CAPITAL DE TRABAJO                          | \$ 4.987,96         |
| <b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>              | <b>\$ 12.015,13</b> |

Elaborado por: La autora

Se observa que con el fin de cubrir el monto de inversión que asciende \$12.015,13 se solicitará un préstamo al Banco del Pacífico, mismo que financiará \$9.015,13 del monto total. Las condiciones se detallan a continuación en la Tabla 3:

**Tabla 3.** *Condiciones del Crédito*

| Condiciones del Crédito |                  |
|-------------------------|------------------|
| Valor del Préstamo      | \$ 9.015,13      |
| Periodos de pago        | 24               |
| Tasa de interés         | 16,00%           |
| Forma de capitalización | mensual a 2 años |
| PAGO                    | \$ 441,41        |

Elaborado por: La autora

Con el inicio de las operaciones se esperan alcanzar los siguientes resultados en la Tabla 4:

**Tabla 4.** *Rendimiento*

| RESUMEN                         | VALORES        |
|---------------------------------|----------------|
| Inventario inicial              | \$ 12.015,13   |
| Banco 70%                       | \$ 9.015,13    |
| Invers or 30%                   | \$ 3.000,00    |
| Ventas 5to año                  | \$ 148.610,76  |
| (-) Costo de venta 5to año      | \$ (66.049,83) |
| (-) Gastos y demas obligaciones | \$ (57.425,10) |
| Utilidad del ejercicio 5to año  | \$ 25.135,83   |
| Flujo de caja final 5to año     | \$ 83.260,3    |
| TIR del negocio                 | 54,83%         |
| VAN del negocio                 | \$ 21.219,19   |
| Payback del negocio             | 2,92 años      |

Elaborado por: La autora

Realizado el cálculo de los índices de factibilidad, siendo el TIR y el VAN se pudo observar el éxito de la inversión, teniendo un periodo de recuperación de 2,92 años y una TIR del 54,83%. Esta tasa muestra el rendimiento de la inversión para quien decide emprender, recibiendo en este caso \$ 54,83 por cada \$ 100 colocados en el negocio.

En el caso del VAN, este es positivo y alcanza los \$ 21.219,19, siendo este valor el restante si de los ingresos durante cinco años que genera el negocio se restan todos los desembolsos incurridos. Mediante estos índices se puede conocer la factibilidad del negocio, justificándose su puesta en marcha.

## 6. CONCLUSIONES

- El cantón Playas se caracteriza por su actividad comercial, misma que es favorecida por el turismo. A su vez, el 91,95% del público muestra interés en acceder a los servicios de asesoría comercial y tributaria.
- Para el adecuado funcionamiento del negocio se establece una estructura básica compuesta por un administrador, un jefe tributario y comercial junto a su asesor ejecutivo. Como apoyo publicitario se diseñaron volantes, tarjetas de presentación y una red social.
- Los servicios que se esperan ofrecer para alcanzar el nivel de ventas presentado fueron determinados según los aspectos que el público meta desea mejorar en sus negocios.

- Mediante el análisis financiero se pudo conocer la rentabilidad del negocio, alcanzando niveles de ventas y de utilidad atractivos. Los indicadores de rentabilidad alcanzan niveles favorables, siendo la TIR del 54,83% y el VAN positivo por un monto de \$ 21.219,19.

## 7. RECOMEDACIONES

- Realizar una relación contractual con los clientes nuevos de por lo menos un periodo de 6 meses, favoreciendo las ventas futuras.
- Elaborar una base de datos con clientes potenciales.
- Realizar un estudio profundo de la competencia tras la implementación del plan, evaluando su oferta y comparándola con la planteada por el establecimiento propuesto.
- Es necesario dirigir los mayores esfuerzos de venta a hoteles, restaurantes y locales comerciales.
- Que el personal contratado, especialmente el jefe y su asesor, se encarguen de las labores de venta para evitar mayores gastos.
- Dar un seguimiento continuo a la red social, especialmente por el jefe del área comercial al poseer mayor conocimiento respecto a dichos temas.
- Aplicar el plan propuesto por su factibilidad económica y comercial. En caso de modificaciones al mismo se debe evaluar qué impacto tendrá en los estados financieros proyectados.
- Que la estructura del negocio propuesta no sea modificada.

## BIBLIOGRAFÍA.

- Abíznano, I. (2012). *Finanzas Empresariales*. Madrid: Paraninfo.
- Andía, W., & Paucara, E. (10 de Octubre de 2013). *Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias*. Obtenido de Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias: <http://www.redalyc.org/pdf/816/81629469009.pdf>
- Blanco, A., Prado, A., & Mercado, C. (2016). *Introducción al marketing y la comunicación en la empresa 2ª edición*. Madrid: ESIC.
- El Comercio. (8 de Febrero de 2016). *Diario El Comercio*. Obtenido de La asesoría tributaria aumenta de enero a abril: <http://www.elcomercio.com/actualidad/asesoriatributaria-sri-impuestos-gastos-negocios.html>
- Fuerza Comercial. (2016). *Fuerza Comercial*. Obtenido de MEJORA DE PROCESOS CONSULTORÍA Y ASESORÍA COMERCIAL: <http://www.fuerzacomercial.es/consultoria-y-asesoria-comercial-2/>
- GAD Municipal del cantón Playas. (26 de Octubre de 2016). *GAD Municipal del cantón Playas*. Obtenido de Construcción de mercado emociona a comerciantes: <http://www.municipioplayas.gob.ec/single-post/2016/10/26/Construcci%C3%B3n-de-mercado-emociona-a-comerciantes>

Gestión y Administración. (2016). *Gestión y Administración*. Obtenido de Asesoría integral para la conducción empresarial: <https://www.gestionyadministracion.com/asesoria/asesoria-integral.html>

Kotler, P., & Amnstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson.

Prefectura del Guayas. (2016). *Prefectura del Guayas*. Obtenido de Gral. Villamil Playas: <http://www.guayas.gob.ec/cantones/playas>

SENPLADES. (2014). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2014 - 2022: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/0960005530001\\_DIAGN%C3%93STICO\\_FINAL\\_PLAYAS\\_12-03-2015\\_22-09-38.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0960005530001_DIAGN%C3%93STICO_FINAL_PLAYAS_12-03-2015_22-09-38.pdf)

Servicio de Rentas Internas. (6 de Octubre de 2017). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de EL SRI SUMA MÁS DENUNCIAS COMO PARTE DE LA LUCHA CONTRA LA DEFRAUDACIÓN TRIBUTARIA: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/detalle?idnoticia=481&marquesina=1>

SRI. (2017). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de RUC: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

UNAM. (2015). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de Unidad I: Consultoría y Asesoría: [http://fcaenlinea1.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/opt/consulta\\_asesoria.pdf](http://fcaenlinea1.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/opt/consulta_asesoria.pdf)

Zorita, E. (2015). *Plan de Negocio*. Madrid: ESIC.