



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA  
EMPRESARIAL**

Plan de negocio para una empresa consultora especializada en asesoría financiera para  
mypes localizadas en el Distrito 26 de Octubre. Piura. 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
INGENIERA EMPRESARIAL**

**AUTORAS:**

ALBURQUEQUE SOBRINO, MARÍA ROSA (ORCID:0000-0002-5900-2014)

CHAPILLIQUEN CANOVA, CINTHIA PAOLA (ORCID:0000-0002-5988-9524)

**ASESOR:**

MG. CORONADO ZULOETA, OSWALDO GABIEL (ORCID:0000-0002-0708-2286)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

PLANES DE NEGOCIOS

**Piura-Perú**

**2019**

## **DEDICATORIA**

A mis padres quienes son mi fortaleza y me brindaron su apoyo incondicional para culminar con éxito mi carrera profesional.

A mi hermano quien representa mi motivación para superarme cada día y esforzarme a cumplir con cada propósito, logrando de esta manera ser su ejemplo a seguir.

### **Maria Rosa Alburqueque Sobrino**

A mis padres, mis tías, tíos, primos y sobrinos, mi querida familia, quienes con sus palabras de aliento y apoyo incondicional en ningún momento me dejaron sola y es gracias a ellos que tengo una sólida base en valores.

A mis hermanitas, Danna y Astrid quienes con su amor y ternura fueron una motivación esencial en todas las metas que me he propuesto.

A Thiago Raúl Aguirre Chapilliquen, mi amado hijo, quien me inspira a no rendirme, a seguir adelante y representa el principal motor de mi vida.

A mi compañero de vida, Raúl Aguirre, que con su esfuerzo y dedicación me apoyó moral y económicamente en mi carrera profesional.

A Antonela A., quien es una niña muy especial en mi vida y de corazón deseo ser su guía mientras Dios me lo permita.

### **Cinthia Paola Chapilliquen Canova**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darnos la vida y sabiduría para emprender una carrera profesional y culminarla satisfactoriamente.

A los docentes Mgtrs. Tomás Neyra Cardoza (Q.E.P.D), María Panta Morales, Lidia Olaya Guerrero y Marcia Nuñez Estrada, que durante nuestra carrera profesional nos brindaron los conocimientos necesarios para poder desarrollar un plan de negocio.

A la Mg. María del Rosario Saldarriaga Castillo, que con paciencia y sus amplios conocimientos en temas de investigación, nos ayudo a culminar esta tesis.

Al Mg. Agustín Medina Marchena, director de escuela ingeniería empresarial, por habernos apoyado en las gestiones administrativas-académicas, asimismo, representa una guía y ejemplo de profesional, líder en su área.

## **PÁGINA DEL JURADO**

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Nosotras, María Rosa Alburqueque Sobrino y Cinthia Paola Chapilliquen Canova, estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería Empresarial de la Universidad César Vallejo, sede Piura declaramos que el trabajo académico titulado “Plan de negocio para una empresa consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el Distrito 26 de Octubre. Piura. 2019” presentada para la obtención del grado de ingeniero empresarial es de nuestra autoría.

Por tanto, declaramos lo siguiente:

- Hemos mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No hemos utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo. Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completamente ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Somos conscientes de que nuestro trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- Así mismo autorizamos a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación si cree conveniente.

De encontrar uso material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Piura, 17 de diciembre del 2019

-----  
María Rosa Alburqueque Sobrino

DNI N°: 70205019

-----  
Cinthia Paola Chapilliquen Canova

DNI N°: 74746708

## ÍNDICE

CARÁTULA .....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
PÁGINA DEL JURADO .....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
ÍNDICE.....	vi
RESUMEN .....	1
ABSTRACT .....	2
I. INTRODUCCIÓN .....	3
II. MÉTODO.....	19
2.1. Tipo y diseño de investigación .....	19
2.2. Operacionalización de variable.....	20
2.3. Población, muestra y muestreo .....	22
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	23
2.5. Procedimiento .....	25
2.6. Método de análisis de datos .....	26
2.7 Aspectos éticos .....	26
III. RESULTADOS .....	27
IV. DISCUSIÓN.....	49
V. CONCLUSIONES .....	53
VI. RECOMENDACIONES .....	55
PLAN DE NEGOCIO .....	56
REFERENCIAS .....	101
ANEXOS .....	104

## RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Piura, donde el objeto de estudio fue las mypes localizadas en el distrito de 26 de octubre. En este lugar, se encontró que no existía una empresa de asesoría financiera, por lo que los microempresarios carecían de una guía para solucionar todo tipo de problema de esta índole.

El planteamiento del problema fue el siguiente: ¿Qué se necesita en un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?, como objetivo principal se tuvo Desarrollar un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019, asimismo el tipo de investigación fue descriptivo, con un diseño no experimental y enfoque cuantitativo.

La población estuvo conformada por 11,229 mypes, cuya muestra fue de 371 a quien se les aplicó un cuestionario, asimismo se realizó una entrevista dirigida a un abogado financiero, un administrador y un contador.

Finalmente se llegó a la conclusión que en el distrito 26 de octubre existe una demanda insatisfecha para una empresa consultora especializada en asesoría financiera, asimismo, este plan de negocio es rentable, debido a que sus indicadores de evaluación financiera y económica arrojaron resultados positivos.

**Palabras Claves:** Asesoría financiera, mypes, plan de negocio,

## **ABSTRACT**

The present investigation was developed in the city of Piura, where the object of study was the mypes located in the district of October 26. In this place, it was found that there was no financial advisory company, so microentrepreneurs lacked a guide to solve all kinds of problems of this nature.

The problem statement was as follows: What is needed in a business plan for a consulting firm specializing in financial advice for mypes located in the district October 26. Piura 2019?, The main objective was to develop a business plan for a consulting firm specialized in financial advice for mypes located in the district October 26. Piura 2019, also the type of research was descriptive, with a non-experimental design and quantitative approach.

The population was made up of 11,229 mypes, whose sample was 371 to whom a questionnaire was applied, and an interview was conducted with a financial lawyer, an administrator and an accountant.

Finally, it was concluded that in the October 26 district there is an unsatisfied demand for a consulting firm specializing in financial advice, also, this business plan is profitable, because its financial and economic evaluation indicators showed positive results.

**Keywords:** Business plan, financial advice, mypes.



## I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, según Vindas (2013) manifiesta que, el número de empresas dedicadas a la consultoría financiera aumentó un 93% en un periodo de cuatro años; es decir del 2009 al 2012, todo esto a causa de la existencia de negocios que fracasaron por razones de la crisis económica internacional del año 2009, así también, otra de las razones fue por la competencia agresiva de las empresas. A continuación, se mencionarán algunos ejemplos de consultorías financieras que ejercen este rubro en otros países, entre ellas se encuentra Business Development Colombia – Colombia, Profima RSE – Colombia, Inversionistas en USA – EEUU, Accountancy & Law ASL – ESPAÑA, Interbana Consultoría Financiera SL – España, MaxInver Consultores en Finanzas – Argentina.

El rubro de los negocios de consultoría financiera, se muestra cada vez más dinámico por causas como los cambios globales y las nuevas tecnologías; por estas razones, las organizaciones dedicadas a este rubro se ven en la necesidad de plantear estrategias que garanticen a los clientes el retorno financiero, lo cual les permitirá mantenerse en el mercado con un nivel competitivo. Por otro lado, es importante mencionar que las mypes requieren de un servicio externo que brinde asesoría financiera de manera particular porque necesitan de una guía eficiente para confrontar determinadas situaciones que demandan la toma de decisiones, entonces se solicita de un experto que vele por los beneficios de los usuarios. (Dinero, 2016)

Respecto al ámbito nacional, el sector de consultoría financiera se define como una ayuda profesional, que está continuamente creciendo por la alta demanda del servicio. El personaje principal es el consultor, el cual es una persona capacitada porque tiene la destreza y el conocimiento suficiente para brindar este servicio desempeñando funciones de vital importancia para llevar a cabo el proceso de asesoría financiera, de igual forma, es quien se encarga de asesorar al cliente a proyectar una visión emprendedora ayudando disminuir los riesgos al momento de invertir. (Andrade Lossio, 2016) .

A continuación, se mencionarán algunas de las consultorías financieras ya posicionadas en el Perú, así se tiene: Apoyo Consultoría – Lima, BDO Consulting Perú – Lima, Ecosam Asesoría y Consultoría – Chiclayo, INAEM Asesoría Empresarial – Trujillo, Corporación financiera SAC - Trujillo.

En la ciudad Piura, muchas de las Mypes de este entorno, se enfrentan a la carencia de una guía u orientación para evaluar el estado actual financiero que les permita fijar metas coherentes y realistas en concordancia con el negocio que se pretende realizar, por ejemplo, al momento de administrar un ahorro, invertir en un negocio, gerenciar una herencia, recibir otros tipos de instrucción financiera, que puedan ayudar en la gestión de un crédito o préstamo ya sea personales, hipotecarios, vehiculares, microempresa, etc. Por otro lado, los dueños de mypes se encuentran errados respecto a la persona que actualmente eligen para asesorarlos en temas financiero.

Entonces, se dice que aquellas Mypes presentan dificultades para el manejo de sus recursos económicos y financieros, pero mediante una orientación podrán tener el beneficio de administrar correctamente su capital y aprovechar las oportunidades de inversión que se les pueda presentar. En consecuencia, las Mypes al no disponer de una asesoría financiera adecuada, corren el riesgo de tener significativas pérdidas de sus ingresos, debido a las limitaciones del conocimiento para gestionar sus recursos económicos y financieros, capital e inversiones.

Es importante realizar esta investigación dado que, después de haber realizado un estudio exploratorio, se halló que los microempresarios están siendo asesorados por personas que no son las indicadas para realizar estas funciones, asimismo, teniendo en cuenta la problemática que presentan las Mypes se contribuiría a su desarrollo y crecimiento económico. Por lo explicado anteriormente, es necesario realizar un plan de negocio para una empresa que ofrezca servicios de consultoría especializada en asesoría financiera en la ciudad de Piura, aprovechando de esta manera el posible mercado que se pueda presentar al momento de invertir en la búsqueda de una ventaja competitiva.

Esta tesis tiene por finalidad realizar un estudio de mercado donde se determinara la demanda insatisfecha así como los competidores; un plan de marketing en el que se elaboraran las estrategias correspondiente a producto, plaza, precio y promoción; la planificación estratégica en que se establece la misión, visión, metas, entre otros aspectos; el plan de operaciones donde se diseña el croquis de la empresa, se determina la capacidad de servicio y se elabora el proceso de producción; finalmente evalúa financieramente y económicamente la rentabilidad del plan de negocio.

Como trabajos previos se tienen las investigaciones internacionales, nacionales y locales. Como antecedentes internacionales se han considerado tres estudios:

En primera instancia se tiene a Moreno y Borda (2011) quienes realizaron el estudio titulado “Plan de negocios para una empresa de consultoría con enfoque en servicios de tecnología e innovación para sectores de clase mundial en Colombia”, presentado en Pontificia Universidad Javeriana. Esta investigación tuvo como objetivo elaborar un plan de negocio para una empresa de consultoría con enfoque en servicios de tecnología e innovación para sectores de clase mundial. Este estudio tuvo una metodología en la que se aplicó el nivel descriptivo, diseño no experimental con enfoque cuantitativo, tuvo como instrumento un cuestionario y como técnica una encuesta que fue dirigida a una muestra conformada por 347 pymes (Pequeñas y medianas empresas) de la ciudad de Bogotá cuya población fue 3,593 pymes, así también una entrevista dirigida a 2 profesionales de este rubro. Se obtuvo como resultado que los investigadores en la etapa de planificación estratégica han considerado: la organización de la empresa de consultoría de servicios de tecnología e innovación, el mismo que estaría conformado por una junta de socios, gerencia de operaciones que se divide en área administrativa y contable, financiera, asimismo la gerencia comercial que se divide en consultores junior y consultores senior.

Por otra parte se encuentra el análisis FODA, donde las estrategias son: contar con profesional idóneo para promover la creatividad en la empresa, establecer acuerdos con el ministerio de industria y comercio, fortalecer los vínculos de contacto para captar clientes, realizar un plan de marketing para hacer conocida la marca, expandir la gama de servicios para impulsar las ventas de manera sustentable, aplicar técnicas innovadoras en los procesos para mejorar la calidad de servicio, entre otras más. Se concluyó que el organigrama de la empresa es vertical y dentro de él se encuentra la junta de socios y las dos gerencias con sus respectivas sub áreas, asimismo en el análisis FODA se han formulado las estrategias que permiten tener un enfoque general de la situación actual a la que se enfrenta la empresa para realizar la toma de decisiones y garantizar el futuro de la misma, minimizando así los riesgos de fracasar. Se ha considerado este antecedente dado que está estrechamente relacionado con el tercer objetivo específico que es elaborar la planificación estratégica.

Seguido de esto, se tiene a Revelo (2014) quien realizó un estudio titulado “Plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría de imagen integral personal y empresarial en la Ciudad de Quito”, presentado en la Universidad de las Américas. Este estudio tuvo como

objetivo determinar el estudio del mercado del plan de negocio de una empresa de asesoría de imagen integral personal y empresarial. La metodología de esta tesis se desarrolló con un tipo descriptivo, diseño no experimental con enfoque cuantitativo, donde los instrumentos fue una entrevista realizada a un profesional especialista en el rubro de imagen empresarial y la encuesta dirigida a la muestra de 381 personas en edad de 18-64 años cuya población fue de 50,477; se obtuvo como resultado que la totalidad de encuestados afirma que no existe una empresa que ofrezca este servicio, quiere decir que no hay competencia directa. Finalmente, se llegó a la conclusión que este servicio sería altamente utilizado por la población, asimismo el mercado objetivo se encuentra alcanzable esto debido a que se ofrece un servicio con características innovadoras que se diseñaron de acuerdo a los gustos y preferencias de los usuarios. Este antecedente es considerado porque se encuentra relacionado con el primer objetivo específico que es determinar el resultado del estudio de mercado del plan de negocio.

Finalmente a Fajardo y Giraldo (2016) quienes desarrollaron el trabajo de investigación titulado “Diseño de propuesta de creación del centro de asesoría administrativa, financiera, tributaria en la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil dirigido a los microempresarios del Barrio Cuba”, presentado en la Universidad Politécnica Salesiana. Este estudio tuvo como objetivo diseñar un centro de asesoría administrativa, financieras y tributarias a los pequeños negocios con el propósito de surgir y establecerse en el mercado utilizando las herramientas necesarias que solucionen los problemas de su empresa. Esta investigación es de tipo descriptiva, con un enfoque cuantitativo y de diseño no experimental, donde se utilizó como instrumentos una guía de entrevista y como técnica una entrevista dirigida al vicerrector de la Universidad, así también una encuesta dirigida a a los 150 microempresarios del Barrio Cuba. Se obtuvo como resultado que el 76% de microempresarios encuestados si optarían por los servicios de asesoría, donde la mayor parte harían uso de estos servicios de manera mensual. Finalmente se concluyó que existe un mercado insatisfecho, por lo tanto, debido a esta oportunidad de negocio es necesario crear una empresa que brinde ese tipo de servicios. Este antecedente es de suma importancia para esta investigación puesto que se relaciona con el primer objetivo específico que trata sobre el estudio de mercado.

A continuación se mencionan las tres investigaciones que se han tenido en cuenta dentro del ámbito nacional:

En primer lugar a Bobbio (2016) la autora realizó la investigación titulada “Plan de negocios de la cooperativa Apucenfro LTDA, para los servicios rurales de ahorro y crédito a los socios de la cooperativa de servicios múltiples CENFROCAFE Perú, año 2016”, presentada en la Universidad César Vallejo-Filial Chiclayo. El objetivo de esta tesis fue la elaboración de un plan de negocios para la cooperativa Apucenfro LTDA que demuestre la viabilidad en el acceso a los servicios a los socios de la cooperativa de servicios múltiples CENFROCAFE. Esta investigación tuvo como metodología un nivel descriptivo-propositivo, con enfoque cuantitativo, la técnica que se utilizó fue un encuesta y el instrumento un cuestionario dirigido a una muestra de 330 socios donde la población fue de 2,470 socios. Se obtuvo como resultado que el 57.1 % de encuestados afirman que la cooperativa no ofrece un mejor acceso a los servicios, dado que no han diseñado estrategias de marketing que permitan a la empresa un mayor reconocimiento y posicionamiento de su marca en el mercado; donde se llegó a la conclusión que la empresa debería implementar una página web corporativa junto a CENFROCAFE donde se brinde la información de la empresa, la banca móvil para que el usuario tenga el acceso a sus cuenta en todo momento y lugar, participar en eventos agro-empresariales que ayuden a promocionar sus servicios, contar con profesionales que cumplan la función de promoción de los servicios. Este estudio será utilizado como guía para el segundo objetivo específico que corresponde a elaborar estrategias de marketing.

Seguido de esta, se consideró a Cueva (2017) quien realizó su investigación titulada “Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L, 2017”, presentada en la Universidad César Vallejo-Filial Chiclayo. Esta tesis tuvo como objetivo elaborar un plan de negocio para exportar snack de calamar gigante. Esta investigación presentó un tipo de investigación descriptiva y diseño no experimental, donde se empleo como instrumento una guía de observación efectuada en la planta de producción y un cuestionario donde cuya población y muestra fueron 4 especialistas en productos hidrobiológicos y 3 encargados de producción. Se obtuvo como resultado que la empresa dispone de una planta de hielo que le permitira aumentar su producción, asimismo sus competidores directos en Paita son Proanco, Santa Monica y Seafrost; por otra parte, se llegó a la conclusión que la empresa en cuestión debe expandir su gama de productos para que logre tener posicionamiento en el mercado internacional; se propone el producto de snack

de calamar gigante el cual puede llegar a exportarse a Estados Unidos teniendo en cuenta las condiciones de exportación, asimismo esto le permitirá aprovechar las oportunidades que son convenientes para la oferta. Este trabajo previo contribuye a la presente investigación porque se relaciona con el cuarto objetivo específico referido a plan de operaciones.

Por último se tuvo en cuenta a Sánchez (2018) quien realizó la tesis titulada: Plan de negocios para la rentabilidad de una empresa consultora y constructora de Lambayeque, sustentada en la Universidad César Vallejo-Filial Chiclayo, tuvo como objetivo elaboración de un plan de negocios con la finalidad de lograr rentabilidad en la empresa Consultora y Constructora de Lambayeque. La metodología de la investigación tuvo nivel descriptivo, enfoque cuantitativo y de diseño pre experimental, los instrumentos utilizados fueron una guía de entrevista dirigida a los operarios de inmobiliarias y de construcción y una encuesta aplicada a los directivos de constructoras cuya población y muestra fueron 40 personas. Se obtuvo como resultado que el 55% de los entrevistados expresaron que las constructoras de Lambayeque no satisfacen la demanda del mercado y los servicios de estas no cumplen las expectativas de los clientes, asimismo el 26% de encuestados manifestaron que una constructora debe realizar un análisis económico y financiero teniendo en cuenta sus flujos de caja, asimismo analizar el mercado al que se dirige, entre otros aspectos a evaluar para disminuir riesgos de inversión; en donde, se llegó a la conclusión que después de haber evaluado y diagnosticado la necesidad y competitividad del mercado objetivo, se proyectó los resultados del plan de negocio en la que los indicadores VAN, TIR y relación B/C muestra una rentabilidad para la empresa. Este antecedente es fundamental porque se trató de un plan de negocio, lo cual es el objetivo principal, asimismo se relaciona con el último objetivo específico del presente estudio.

Después de esto se mencionan los trabajos locales, es importante hacer hincapié que en el ámbito local, no se han encontrado investigaciones de planes de negocio sobre consultorias financieras, por ello se ha considerado trabajos previos que contengan planes de negocio de distinto rubro.

Como primer trabajo se tomó en cuenta a Castillo (2014) quien desarrolló la investigación titulada “Plan de negocios para la puesta en marcha de un “fast food” saludable en la ciudad de Piura”, presentada en la Universidad de Piura. Este estudio tuvo como objetivo diseñar el plan de negocios para el funcionamiento de un “fast food” saludable en la Ciudad de Piura. La metodología tuvo un nivel descriptivo, diseño exploratorio, con enfoque cuantitativo, el

instrumento que se utilizó fue un cuestionario dirigido a una muestra de 208 personas en edad de 25-65 años cuya población fue de 450,190. Se obtuvo como resultado que la capacidad de atención al primer año 2014 es de 3 056 personas, para el año 2015 se proyecta una atención de 3 123 mientras que para el 2018 es de 3 333 personas, por otra parte, la distribución de las áreas es la siguiente: área de cocina, un ambiente para el almacén, área de preparación de jugos y un ambiente de atención al cliente; asimismo, la conclusión a la que llegó el investigador fue que este negocio se encontraría posesionado en el Centro Comercial Real Plaza, donde tendría un local con áreas distribuidas de manera que el cliente disfrute de la estadia, asimismo una infraestructura diseñada para una gran cantidad de personas. Este antecedente es de vital importancia para esta investigación debido a que se relaciona con el cuarto objetivo específico que trata sobre el plan de operaciones.

Seguido de esto, se encuentra el trabajo de investigación de Gonzales y Seminario (2016) quienes desarrollaron su tesis titulada “Plan de negocio para la transformación y comercialización de arroz integral en los distritos de Piura y Castilla”, presentada en la Universidad de Piura. Este estudio tuvo como objetivo determinar la viabilidad del plan de negocio. La metodología fue de nivel descriptivo-exploratorio, con un enfoque cuantitativo, el instrumento que se utilizó fue un cuestionario y como técnica una encuesta dirigida a una muestra de 206 habitantes en edad de 18 a 60 años cuya población fue de 444,514. Se obtuvo como resultado que el 68.9% de los encuestados acepta el producto para su consumo, y que el precio a pagar tiene que ir acorde a la presentación y calidad, así también que hayan sitios cercanos de compra y sobre todo que los medios de comunicación realicen su función de la mejor manera posible; por otro lado, se llegó a la conclusión que este producto es rentable debido a que la TIR obtuvo un resultado de 40% mientras que el VAN fue de S/97.894, donde el capital invertido se recuperará en 6 años y 4 meses. Este trabajo previo se ha considerado debido a que se encuentra relacionado con el último objetivo específico que es determinar la rentabilidad del plan de negocio para una empresa.

Finalmente se encuentra el trabajo de Casalino (2017) quien realizó su investigación titulada “Plan de negocios para una empresa de transportes turístico en la ruta Piura-Máncora-Tumbes 2017”, presentada en la Universidad Nacional de Piura. Tuvo como objetivo Evaluar si dicho negocio es viable para ser implementado. La metodología de esta tesis fue de nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, el instrumento utilizado es un cuestionario aplicado a una muestra de 280 visitantes de Piura y Tumbes cuya población fue

de 1 476, 682 . Se obtuvo como resultado que en la evaluación económica el VAN es de 97, 176.06 y el TIR de 74.1%, mientras que en la evaluación financiera el VAN fue de 99, 860.01 y el TIR de 26.09%. Por otro parte, se llegó a la conclusión que el funcionamiento de la empresa de transportes turístico en la ruta Piura-Máncora es viable, dado a que la evaluación de los indicadores (VAN y TIR) económico y financiero presenta resultados positivos. Este antecedente ha sido considerado dado que se encuentra estrechamente relacionado con el último objetivo específico que es determinar los resultados de la evaluación económica y financiera del plan de negocio.

Como parte esencial de este estudio se revisó ciertas teorías que se encuentran relacionadas con la variable a investigar:

En primera instancia se define lo que es un **plan de negocio**, el cual según Zorita (2015) manifiesta que es una guía, en la que se describe todas las etapas para llevar a cabo la evaluación de una empresa nueva en el mercado o que se encuentre ya ejerciendo sus funciones; todo ello con el objetivo de disminuir los riesgos de inversión. Un plan de negocio es una hoja de ruta que contribuye al emprendedor al momento de ejecutar o poner en marcha una empresa. Esta herramienta permitirá evaluar la viabilidad del negocio y la probabilidad de éxito. Asimismo, después de haber realizado un análisis del entorno e identificar el problema, con esto se identifica una oportunidad de negocio, por consiguiente, se debe establecer una guía en donde se definan claramente cuáles serán los objetivos; así mismo, prevenir los gastos innecesarios, establecer estrategias de marketing, conjuntamente con otras evaluaciones direccionándose a tener un negocio exitoso.

También se tiene en cuenta la definición de **viabilidad**, según Rodríguez (2017) sustenta que consiste en realizar una evaluación para preveer el éxito o fracaso de la empresa, siendo la viabilidad un mecanismo para tomar decisiones de manera estratégica; por tal motivo, es necesario un estudio que conlleve al conocimiento para identificar las oportunidades y beneficios que se esperan para permanecer en el mercado durante el tiempo que sea conveniente. La viabilidad es una característica propia de todo plan de negocio o proyecto, por la razón que mediante ella se determina si existen los recursos humanos, económicos y materiales para la creación de un negocio, asimismo, brinda un enfoque general sobre la rentabilidad que generara la inversión al emprendedor; en donde, se evalúan los resultados para realizar la toma de decisiones y de esta manera evitar los riesgos al momento de ingresar un producto o servicio al mercado.



Luego de ello se tiene el **estudio de mercado**, según Shujel (2018) manifiesta que es un proceso sistemático que recolecta y analiza datos, además sirve también para descubrir lo que la gente quiere o lo que necesita. Por otro lado, cumple una función primordial dentro del plan de negocios, dado que es quien determina si existe o no una demanda insatisfecha para dicho negocio. Este indispensable paso, determinará cuál ha sido el comportamiento histórico de la demanda, para luego proyectarlo a un determinado tiempo. El estudio de mercado cumple una función primordial dentro de las ventas y para realizar este estudio, se debe en primer lugar, tener claro a qué segmento de la población va dirigido el producto o servicio, quiere decir que se va a dividir la población en sub-grupos, se podría tener en cuenta, por ejemplo, el género, la edad, el nivel socioeconómico, las preferencias, etc.

Asimismo, Padilla (2018) manifiesta que, **el plan de marketing** es un documento que se redacta en texto o esquema en donde se fijan objetivos, se elaboran las estrategias y el plan de acción que se debe seguir con el propósito de aumentar el número de clientes. Todas las empresas ya sean grandes, medianas o pequeñas necesitan de un plan de marketing para tener éxito con sus ventas y es sumamente importante porque ayuda en la gestión de los objetivos, también interviene en la comunicación de áreas dentro de la empresa, contribuye a tener a la mano la información importante en cada sector, de igual manera, mantiene a los clientes informados y satisfechos.

Se recalca que dentro de esta etapa se encuentran las **estrategias de marketing mix**, en el cual Kotler (2018) manifiesta que el marketing mix, también llamado mezcla de mercadotecnia, es un elemento clásico del plan de marketing. Este ayuda a definir todas las herramientas y variables para disposición de la persona que es responsable del marketing, donde tiene como objetivo englobar cuatro aspectos principales del negocio conocidas como las 4Ps (producto, plaza, promoción, precio), para analizar el comportamiento de los mercados y de los consumidores, además busca la fidelización de los clientes y el posicionamiento de la empresa. Esta herramienta analiza la estrategia interna que comúnmente desarrolla una organización, por otro lado, al momento de plantearse realizar estas estrategias de marketing, se debe tener en cuenta el tiempo en que se quiere concretar los objetivos, quiere decir si estos son a corto o largo plazo, esto debido a que es dificultoso modificar ciertas variables en un tiempo limitado.

Por otro lado, se define lo que es la **planificación estratégica**, según Armijo (2009) expresa que es una herramienta de gestión que ayuda analizar dónde estamos, identificando la

situación actual, para luego precisar a dónde queremos ir. Una planificación estratégica, establece los objetivos estratégicos a corto, mediano y largo, esto va depender de la magnitud de la organización, así mismo determina la visión, misión, metas y análisis FODA. Es una herramienta que utiliza la gerencia que consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de los objetivos, de la mano de un plan de acción que dirija hacia el éxito. Es importante mencionar, que los trabajadores deben tener conocimiento del contenido de la planificación estratégica, con la finalidad de que los colaboradores estén motivados y direccionados a los planes de la empresa.

De la misma forma, se mencionan los elementos de la planificación estratégica, así se tiene **la misión**, según Trenza (2018) manifiesta que una misión se realiza en función a las actividades que desempeña la organización, se considera también el entorno en que se encuentre. Es la razón de ser de la empresa y para poder determinarla se debe realizar estas tres preguntas: ¿Por qué has creado esta empresa?, ¿Qué actividades realiza? y ¿Cuáles son los servicios que se brindan?; esto se define principalmente después de tener claro cuál es labor que ejerce la empresa en el mercado. Es importante resaltar que la misión debe ser inmediata, precisa y específica pues ésta se realiza en el presente, así también se plantea porque a partir de ella se va realizar una visión y deben tener coherencia entre ellas.

Asimismo, **la visión**, en la que según Lugo (2019) explica que, cumple un papel importante en todo plan de negocio y puede ser definida a corto o largo plazo. Es una perspectiva ambiciosa que se realiza en tiempo futuro y que debe cumplir ciertas características esenciales, tales como ser realista, clara, gráfica y global, además de estar alineada a los valores de la organización; por otro lado, también se tienen en cuenta las siguientes preguntas porque ayudaran a plantear una adecuada visión: ¿Qué deseo lograr?, ¿Dónde me visualizo en un futuro? y ¿Hacia dónde quiero llegar?. La visión se proyecta a lo que se desea alcanzar, de igual manera, refleja la expectativa, aspiración que el emprendedor pretende concretar, para ello se debe tener en cuenta el punto de partida o la situación presente, asimismo se debe estar consciente de los circunstancias inesperadas que puedan ocurrir.

Seguidamente **las metas**, según Rodríguez (2015) sustenta que, son el direccionamiento de acciones que conllevan al objetivo, mediante ellas se realiza el seguimiento para lograr el éxito del negocio. Las metas se pueden establecer ya sea a corto y largo plazo, las de corto plazo se pueden dar de manera mensual, trimestral o semestral, mientras que las de largo plazo en un lapso de 2 a 5 años. Estas son un proceso conformado por acciones que son

medibles para alcanzar los objetivos de la empresa; por otro lado, deben establecerse y ser distribuidas a cada uno de los trabajadores para que tengan conocimiento de las metas que tiene la organización todo esto con el fin de que ellos se direccionen a cumplirlas.

Por otro lado, se definen **los objetivos estratégicos**, según Román (2018) manifiesta que son los que se determinan a largo plazo, estos deben establecerse de acuerdo a la visión y misión de la empresa; por otra parte, para concretar cada objetivo estratégico se hace uso de acciones eficientes que conlleve a alcanzarlos, también se dice que los objetivos estratégicos deben ser precisos, coherentes y alcanzables; siendo estos parte de la planificación estratégica de la empresa y son de suma importancia porque permite realizar una evaluación de la situación actual para establecer una visión a corto y largo plazo con resultados optimos y favorables.

Para finalizar, **el análisis FODA** según Vargas (2017) lo define como una herramienta que se utiliza ya sea para mejorar una empresa en marcha o para la creación de una idea de negocio, donde permite realizar un análisis interno, aquí se determinan las fortalezas y debilidades, así como externo de las oportunidades y amenazas; con el fin de establecer estrategias que ayuden al logro de objetivos. El análisis FODA es una guía que debe realizarse ya sea para mejorar ciertos aspectos de un negocio que se encuentra en el mercado o para la creación de una idea de negocio; esta herramienta se utiliza para evaluar la situación actual de la competencia, los cambios tecnológicos, entre otros aspectos importantes y necesarios para el negocio, posteriormente tomar decisiones pertinentes evitando de esta manera los riesgos y fracasos al momento de ingresar o seguir permaneciendo en un mercado altamente competitivo, donde las empresas están a la vanguardia para desarrollarse y crecer continuamente. Para realizar este análisis FODA se tendrá en cuenta el siguiente esquema:



**Fuente:** Vargas (2017)

Por otra parte, se tiene el **plan de operaciones**, según Paredes (2010) hace mención que se encuentra dentro de la estructura de un plan de negocio y es llamado también plan de producción, el cual engloba los aspectos técnicos y organizativos en lo que compete a brindar un servicio o a la elaboración de productos, por otro lado, es de suma importancia realizar estas acciones porque ayuda a cumplir el objetivo principal de la empresa. En esta etapa se define el diseño de la estructura del negocio, así también los procesos de cómo se realiza cada servicio que se brindara, además de ello se especifican y seleccionan los equipos que se utilizarán, la maquinaria, tecnología, insumos, etc; por consiguiente, se calcula la capacidad de producción de la empresa; es decir el tamaño del plan de negocio.

Como parte del plan de operaciones se define **el estudio de la localización**, donde Corriollo y Gutierrez (2016) explican que se analiza exhaustivamente factores tangibles e intangibles, identificando las diferentes posibilidades de ubicación espacial para establecer un negocio con la finalidad de determinar el lugar que ofrezca los máximos beneficios, los mejores costos, todo esto teniendo como meta obtener la mayor rentabilidad. El estudio de la localización toma en cuenta dos aspectos, los cuales son la macro-localización y la micro-localización. Asimismo, establecer la localización del negocio es una decisión clave porque es uno de los elementos que determinará el éxito de este.

Después de la etapa mencionada, se tiene en cuenta la **evaluación económica y financiera**, según Saquilla (2013) sustenta que, con estas evaluaciones se determina la rentabilidad de un plan de negocio para una empresa en marcha o idea de negocio, donde la evaluación económica se realiza sin considerar el financiamiento del negocio; mientras que, la evaluación financiera establece las utilidades del proyecto teniendo en cuenta el préstamo; todo eso se analiza mediante los indicadores de rentabilidad, como son el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) Y Relación beneficio costo (B/C). La evaluación económica y financiera es un proceso que se realiza mediante los indicadores como son el VAN, TIR Y B/C; donde, a través de ellos se determina la rentabilidad del plan de negocio, se debe tener en cuenta que para evaluar el periodo de recuperación se desarrolla con una proyección de 5 años. Para efectuar los indicadores de la evaluación económica y financiera se tendrán en cuenta las siguientes fórmulas:

**Con respecto al Valor Actual Neto:**

$$VAN = \frac{F1}{(1+i)^n} + \frac{F2}{(1+i)^n} + \frac{F3}{(1+i)^n} + \frac{F4}{(1+i)^n} + \frac{F5}{(1+i)^n} - I_0$$

**Dónde:**

**F1, F2, F3, F4, F5:** Flujos de caja neto

**i:** tasa de descuento

**n:** tiempo

**Io:** Inversión inicial

**Con respecto a la tasa interna de retorno:**

**Dónde:**

**Fn:** Flujos de caja neto

**i:** tasa de descuento

**n:** tiempo

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

**Con respecto a la relación beneficio y costo:**

**Dónde:**

**VAN:** valor actual neto

**VAP:** valor actual presente

$$B/C = \frac{VAN}{VAP}$$

De igual forma, se define a la **Mype**, es un término que une la micro con la pequeña empresa, esta unidad económica puede ser constituida por una persona jurídica (empresa) o persona natural. Tiene como finalidad desarrollar distintas actividades, tales como la transformación. Producción, extracción y comercialización de prestación de servicios o bienes. Encontrarse dentro de la Mype otorga varios beneficios, como por ejemplo, la creación y formalización de empresa. Es importante mencionar que la micro y pequeña empresa se inscribe en un registro llamado REMYPE. (SUNAT, 2019)

Para finalizar con las teorías, se ha considerado definir la **asesoría financiera**, según Noguez (2018) expresa que es un servicio brindado por el asesor financiero, quien orienta a tomar decisiones de acuerdo a la disponibilidad de dinero con el fin de obtener una rentabilidad aun mayor a la inversión. La persona que brinde este servicio deben estar capacitada y debidamente certificada, necesita tener mucha experiencia en lo que son inversiones, conocer el ámbito financiero y la política del sector, también estar actualizado y preparado en temas de finanzas. Este servicio se inicia por la necesidad de tener una guía para analizar las inversiones y capitales. Por otro lado, este servicio no sólo engloba temas netamente

financieros, sino que también puede desempeñar funciones de un asesor al momento que se necesite tomar decisiones de riesgo, además de atender temas de gestión empresarial en general. Otro tipo de asesoría esta en la tercerización de este servicio ante la ventaja de no depender de las entidades financieras clásicas lo que genera un ahorro significativo en pago de intereses, así mismo, tener un servicio de asesoría financiera personalizada, impulsará a planificar estratégicamente las inversiones que se realice, con la finalidad de disminuir significativamente los costos en consecuencia el riesgo de fracasar.

Una vez definidas las teorías, se formulan las preguntas de investigación, las cuales estan conformadas por una pregunta general: ¿Qué se necesita en un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?; y cinco específicas: primera, ¿Cuál es el resultado del estudio de mercado de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?; segunda, ¿Cuáles son las estrategias de marketing de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?; tercera, ¿Cuáles son los componentes de la planificación estratégica en un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?; cuarta, ¿Cuáles son las etapas del plan de operaciones en un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?; quinta, ¿Cuál es el resultado de la evaluación económica y financiera de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?

Por consiguiente, la presente investigación se justifica de manera teórica porque está basada en las teorías ya existentes; en consecuencia se busca aplicar dichos conceptos de mercado para estructurar el plan de negocio, estudios del marketing, finanzas, entre otros aspectos muy importantes para estructurar el plan de negocio. Asimismo, este estudio tiene una justificación de forma práctica, porque permitirá el desarrollo de esta idea de negocio, donde los conocimientos teóricos y prácticos establecidos serán la base para el diseño del plan de marketing, plan estratégico, entre otros factores propios del plan de negocio.

Adicionalmente, se justifica de foma metodológica debido a que la intención de esta tesis es aportar una guía en lo que respecta a la estructura del plan de negocio para que sirva a

investigaciones futuras en las distintas universidades del mundo, asimismo se pretende realizar la recolección de datos mediante un apropiado instrumento. Se tiene claro que las micro y pequeñas empresas son fundamentales para que el país se desarrolle, sin embargo la mayoría de ellas fracasan debido a que carecen de cosas fundamentales entre ellas, la falta de conocimiento, de las claras estrategias de negocios y la constancia de emprendedor. En muchos casos tienen una mala administración de sus recursos financieros, las empresas que brinden servicios de consultoría financiera en Piura no son comunes, por ello se identifica una idea de negocio con una gran área de oportunidad.

La presente investigación surge de la necesidad de ayudar a las mypes a tomar decisiones estratégicas que hagan crecer su capital, asimismo que disminuya el riesgo de fracaso en sus inversiones. El contar con un asesor financiero particular, permite identificar y reducir costos innecesarios, también impulsa a tener calidad en el trabajo de las mypes; por otro lado, al no trabajar para ninguna entidad financiera, el asesor financiero se centra en velar por los intereses de sus clientes. Es importante mencionar que se producirá un impacto positivo en la sociedad al disminuir la probabilidad de fracaso en los distintos negocios de Piura, esta crecerá económicamente, lo cual generará mayor empleo y mejores oportunidades.

Por otra parte, para esta investigación se tiene como objetivo general: desarrollar un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019, asimismo se tienen los siguientes objetivos específicos: primero, determinar el resultado del estudio de mercado de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019; segundo, elaborar las estrategias de marketing de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019; tercero, Identificar la etapa de la planificación estratégica de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019; cuarto, elaborar el plan de operaciones de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019; quinto, determinar los resultados de la evaluación económica y financiera de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019.

Por último, la presente investigación es de tipo descriptivo, por lo que no necesariamente se tienen que plantear hipótesis. Esto se debe a un factor esencial que es el alcance inicial del estudio. Las tesis cuantitativas que tienen hipótesis son aquellas que determinan su alcance ya sea correlacional o explicativo, asimismo las de alcance descriptivo que buscan pronosticar cifras o algún hecho. (Hernández, 2010)

De acuerdo a la referencia mencionada anteriormente, la presente investigación no amerita hipótesis, debido a que presenta un carácter descriptivo.



## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

#### Tipo de Investigación

La presente investigación según la finalidad que se persigue es de tipo aplicada, donde el autor Arias (2013) sostiene que tras la identificación de un determinado problema se planteará una solución basándose en las teorías establecidas, asimismo busca aportar un nuevo conocimiento que servirá como antecedente o guía para posteriores estudios.

Según el autor aludido, el enfoque de la investigación es cuantitativa, dado que se emplea medios matemáticos y estadísticos que buscan medir la magnitud y va tras resultados con mayor precisión quiere decir de una forma objetiva. Esta enfocada en aspectos susceptibles y observables, lo cual es necesario para realizar el procesamiento de análisis de datos.

Según el nivel, la investigación es descriptiva, donde el autor en cuestión manifiesta que se especificarán las características del problema o la situación real a estudiar, todo ello quiere decir que busca identificar y detallar las propiedades importantes y fundamentales que se tendrán en cuenta para llevar a cabo el proceso de la investigación.

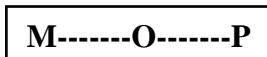
Según la temporalidad de la presente investigación es transversal, donde Hernández (2010) expresa que la recolección de datos o información se hará en un determinado momento, quiere decir que se realiza en un tiempo único.

#### Diseño de Investigación:

No experimental, porque no se manipula la variable de investigación, lo cual se procedió a observar los problemas del objeto de estudio tal como se presenta en la realidad, en este caso la situación de las mypes, para luego analizar la información recolectada.

El esquema de la presente investigación es el siguiente:

#### Dónde:



M: Es la muestra de estudio

O: Es la obtención de información de interés.

P: Es el plan de negocio

## 2.2. Operacionalización de variable

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala
<b>Plan de negocio</b>	Un plan de negocio es una guía, en la que se describe todas las etapas para llevar a cabo la evaluación de una empresa nueva en el mercado o que se encuentre ya ejerciendo sus funciones. Todo ello con el objetivo de disminuir los riesgos de inversión. (Zorita Lloreda, 2015)	Estudio de mercado	Busca analizar la situación en un determinado espacio o lugar para determinar de la demanda y la oferta que facilite la toma de decisiones empresariales, incrementando así la probabilidad de éxito; esto se mide a través de una encuesta.	Nº de Ofertantes	Nominal
				Nº de Demandantes	
		Estrategias de Marketing	Es una herramienta básica de gestión que consta en la elaboración de estrategias de marketing mix, dado a que se realiza un análisis del problema para plantear objetivos; esto se mide a través de una encuesta y entrevista.	Producto	Nominal
				Precio	
				Promoción	
		Planificación estratégica	Es una herramienta de gestión que tiene como objetivo analizar dónde estamos, identificando la situación	Misión	
				Visión	
Metas					
Objetivos estratégicos					
			Estructura organizacional		

			actual, para luego precisar a dónde queremos ir. Esto se mide a través de la entrevista.	FODA	
		Plan de operaciones	Esta dimensión engloba los aspectos técnicos y organizativos en lo que compete a brindar un servicio o a la elaboración de productos, es de suma importancia realizar este diseño porque ayuda a cumplir el objetivo principal de la empresa y se mide a través de la entrevista.	Estructura física	
				Estudio del tamaño	
		Evaluación económica y financiera	Es un indicador fundamental que evalúa la rentabilidad del negocio, donde mediante ello se conoce el verdadero beneficio económico; todo esto es medido a través de fórmulas.	Valor Actual Neto (VAN) $VAN = \frac{F_1}{(1+i)^n} + \frac{F_2}{(1+i)^n} + \frac{F_3}{(1+i)^n} + \frac{F_4}{(1+i)^n} + \frac{F_5}{(1+i)^n} - I_0$	De Razón
				Tasa interna de retorno(TIR) $TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$	
				Relación beneficio/ costo (B/C) $B/C = \frac{VAN}{VAP}$	

Elaboración propia

## **2.3. Población, muestra y muestreo**

### **Población**

Instituto de Tecnologías Educativas (2019) sustenta que es el conjunto total de individuos, eventos u objetos, dicho conjunto tienen características en común y el investigador tiene interés en obtener información y/o datos. En tal sentido, se dice también que es un grupo de fenómenos o elementos que son el núcleo principal de una investigación, dichas investigaciones se realizan para beneficiar a ese grupo.

Según PRODUCE (2018) en el distrito 26 de octubre de la ciudad de Piura hay un total de 11,229 mypes registradas, las cuales ejercen sus funciones en distintos puntos de dicho distrito, donde esto es lo que conforma la población para la presente investigación.

La entrevista, se realizará a un abogado financiero, un administrador y un contador. Estos profesionales ayudarán aportando su opinión según su experiencia, la cual será tomada en cuenta para el desarrollo del plan de negocio de consultoría especializada en asesoría financiera.

### **Muestra**

Durand (2014) manifiesta que la muestra es una parte fundamental de una investigación y es representada por un subconjunto de la población, para determinar la cantidad de la muestra se aplicó la fórmula correspondiente a poblaciones finitas. Es importante mencionar que la muestra es una parte del todo o población dado que estudiar todos los elementos resultaría muy extenso. La elección de la muestra es crucial para la investigación, puesto que los resultados que se extraigan de ella deberán representar el conjunto total.

### **Fórmula**

<b>N:</b> Población	(11,229)
<b>Z:</b> Nivel de confianza	(1.96=95%)
<b>p:</b> proporción esperada	(50%=0.5)
<b>q:</b> probabilidad de fracaso (1-p)	= (0.5)
<b>e:</b> margen de error	(5%=0.05)

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

**Reemplazando:**

$$n = \frac{11,229 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (11,229 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 371$$

La muestra está conformada por un total de 371 mypes ubicadas en el distrito 26 de octubre de la ciudad de Piura.

Respecto a la entrevista, los entrevistados serán los profesionales antes mencionados.

### **Muestreo**

Probabilístico aleatorio simple, debido a que la selección de propietarios y/o representantes de las mypes a encuestar son al azar y cada uno de ellos tiene la oportunidad de ser considerado para el análisis de datos de la presente investigación.

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **Técnicas**

Para la presente investigación se hizo uso de las siguientes técnicas:

- Una encuesta, aplicada con un objetivo estratégico, con la intención de recoger información necesaria para llevar a cabo el plan de negocio para una empresa dedicada al rubro de consultoría especializada en asesoría financiera. Este cuestionario está dirigido a los dueños de mypes dentro del distrito 26 de octubre, los cuales son elegidos al azar.
- Una entrevista aplicada a un abogado financiero, un administrador y un contador expertos en la materia de asesoría financiera; asimismo, con una amplia experiencia y conocimiento dentro de este rubro. Todo esto con una intencionalidad, la cual es

obtener información precisa y valiosa que se tendrá en cuenta para la elaboración del plan de negocio.

### **Instrumentos**

Los instrumentos que se utilizaron para el proceso de investigación son:

- Cuestionario dirigido a dueños de mypes, el cual es un conjunto de preguntas ordenadas sistemáticamente que se formulan y diseñan para recoger datos sobre la variable que se han considerado. Para la presente investigación se ha recolectado la información a través de un cuestionario que consta de 21 preguntas, asimismo, se presentan diversas alternativas para cada una de las interrogantes. Es importante mencionar que mediante este cuestionario se recogieron los resultados de las dimensiones estudio de mercado y estrategias de marketing.
- Guía de entrevista; la cual es una conversación formal, en la que se prepara un cuestionario dirigido a una persona calificada o entrenada. En la presente investigación se utilizó una entrevista constituida por 13 preguntas, las cuales están minuciosamente seleccionadas dado que las respuestas serán tomadas en cuenta para el desarrollo del plan de negocio. Es importante mencionar que mediante esta guía de entrevista se recogieron los resultados de las dimensiones planificación estratégica y plan de operaciones, así también del indicador precio de la dimensión estrategia de marketing.

### **Válidez**

La validez, se realiza con el objetivo de brindarle la veracidad al grado en que un instrumento mide la variable. En este caso en particular, se utilizó la técnica llamada juicio de expertos, en la validación se concreta gracias a la intervención de tres expertos, los cuales están conformados por magisteres especializados y con amplia experiencia en el tema de plan de negocio quienes a continuación se mencionan:

- MG. Medina Marchena Agustín de profesión Ingeniero Economista y especialista en matemática aplicada.
- MG. Nuñez Estrada Marcia de profesión Ingeniero Informático y especialista en Administración con mención Gerencia Empresarial.

- MG. Saldarriaga Castillo Maria del Rosario de profesión Licenciada en comunicaciones y especialista en Administración.

Cabe recalcar que en el **Anexo N° 04** se encuentran las constancias de validación de los instrumentos.

## **Confiabilidad**

Cuando se habla de confiabilidad, se esta refiriendo al grado en que el instrumento que se utilizará rinde resultados coherentes y consistentes, esto quiere decir que cada vez que se aplique a la muestra producirá los mismos resultados. Para ello, se aplicó el cuestionario a una muestra piloto que está dirigida a 10 dueños de mypes, finalmente, los resultados obtenidos son procesados y analizados mediante el coeficiente de confiabilidad del alfa de Cronbach, en el caso de caso de la presente tesis, arrojó un resultado del análisis de fiabilidad de 0,890, donde cada dimensión de los valores obtenidos son mayores a 0.600, lo que lleva a la conclusión que existe una alta consistencia interna entre los valores e indica una alta homogeneidad, asimismo una equivalencia de respuesta para los ítems. En el **Anexo N° 05** se encuentra el formato de confiabilidad.

## **2.5. Procedimiento**

La presente investigación consta de una variable la cual es plan de negocio, donde los 371 resultados de los dueños de mype son recopilados mediante la encuesta de las 21 preguntas, fueron ordenados y clasificados con sus respectivas respuestas en una hoja de Excel, es importante mencionar que se utilizó el tipo de muestreo aleatorio simple, después de ello se procedió a efectuar el análisis de datos en el Programa estadístico SPSS versión 24 para luego interpretarlos. Por otra parte, la información brindada en la entrevista por el abogado financiero, el administrador y el contador ha sido redactada e interpretada en Word para tener una visión clara y precisa de los aspectos considerados, todo esto orientará el desarrollo del plan de negocio.

## **2.6. Método de análisis de datos**

En la presente investigación se utilizó el método estadístico descriptivo, con la finalidad de obtener resultados en datos porcentuales y de igual forma frecuencias, las cuales se representan y se visualizan mediante gráficos y tablas. En este caso se procede a copiar los resultados de la sabana de Excel a la vista de datos del SPSS versión 24, antes de ello, en la vista de variables del SPSS se ingresa toda la información de la encuesta tanto preguntas, alternativas, escala, entre otros aspectos propios del programa estadístico.

## **2.7 Aspectos éticos**

En el presente estudio, se respetaron las normas éticas establecidas por la universidad. Por otra parte, los antecedentes y la teoría que se considera en el presente estudio estan debidamente citados respetando a los autores y esto se realizó basándose en el formato de la norma ISO 690, asimismo cabe mencionar que se utilizará referencias de fuentes confiables. Se hace hincapié en que a las personas encuestadas, desde el inicio se les informa que el cuestionario es de carácter anónimo y confidencial. Finalmente es importante recalcar que la información que acompaña esta investigación es veraz, real y auténtica.



### III. RESULTADOS

**Primer Objetivo:** Determinar el resultado del estudio de mercado de un plan de negocio para una empresa consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019. Los resultados de este objetivo se recogieron mediante un cuestionario.

**Tabla 1.** Resultados del indicador N° de Ofertantes

Preguntas	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1. ¿Conoce usted alguna empresa que brinde servicios similares de asesoría financiera en Piura?	A veces	80	21,6
	Casi siempre	148	39,9
	Siempre	143	38,5
2. Si la respuesta anterior es Si ¿Cuántas empresas con servicios similares a una asesoría financiera conoce?	1	226	60,9
	2	110	29,6
	3	35	9,4
3. ¿Quién le asesora en temas financieros?	Contador	77	20,8
	Administrador	149	40,1
	Abogado	63	17,0
	No requiere asesoría	70	18,9
	Ninguna de las anteriores	12	3,2

**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada a los dueños de mypes, en la pregunta N° 1, se determinó que el 21,6 % equivalente a 80 encuestados, tienen poco conocimiento acerca de empresas que brinden servicios de asesoría financiera; mientras que el 38,5% que corresponde a 143 encuestados, tienen un amplio conocimiento acerca de estos servicios. Respecto a la pregunta N°2 se concluyó que el 60,9% equivalente a 226 empresarios manifiestan que conocen sólo una empresa de este rubro, por otro lado, el 29,6% correspondiente a 110 personas indican que conocen 2 empresas similares, finalmente el 9,4%, es decir 35 microempresarios responden que conocen alrededor de 3 empresas que ofrecen servicios parecidos a una asesoría financiera, es importante mencionar, que en la encuesta realizada se determinó que las empresa con mayor reconocimiento por parte de los

empresarios son: Icr Consultores, Asesoría Saavedra y asociados y Estudio contable Sosa Gutiérrez. En la pregunta N°3, se obtuvo que el 40,1% equivalente a 149 encuestados son asesorados financieramente por un administrador; un 20,8% los asesora un contador, mientras que el 17% son guiados por un abogado, por otra lado el 18,9% no requiere asesoría, cabe recalcar que la respuesta es excluyente, esto quiere decir que los que son asesorados por un administrador no son guiados por los otros profesionales.

**Tabla 2.** Resultados del indicador N° de Demandantes

Preguntas	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
4. ¿Le gustaría adquirir los servicios de una asesoría financiera?	A veces	36	9,7
	Casi siempre	151	40,7
	Siempre	184	49,6
5. ¿Cree usted que su negocio necesita asesoría financiera?	A veces	58	15,6
	Casi siempre	133	35,8
	Siempre	180	48,6
6. Ud. ¿Con qué frecuencia solicitaría el servicio de asesoría financiera?	Semanal	72	19,4
	Mensual	107	28,8
	Trimestral	36	9,7
	Semestral	110	29,6
	Anual	46	12,5

**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** En la evaluación del segundo indicador que corresponde al primer objetivo se obtuvieron los siguientes resultados: En la interrogante N°4 se encontró que el 49,6% les gustaría adquirir los servicios de asesoría financiera, mientras que el 40,7% confirman que casi siempre solicitarían dichos servicios, también se identificó que el 9,7% de vez en cuando adquirirían este servicio. En la pregunta N°5 se concluye que un 48,6% necesita este servicio, asimismo el 35,8 de manera frecuente requiere de la asesoría financiera. Finalmente, en la interrogante N°6 los resultados indican que 29,6% solicitarían la consultoría de manera semestral, un 28,8% mensual, de igual forma el 19,4% con frecuencia semanal, también un 12,5% anual y un 9,7% demandaría los servicios trimestralmente.

**Interpretación general:** De acuerdo al análisis del cuestionario se concluye que en la dimensión correspondiente al estudio de mercado para una empresa consultora especializada

en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre, la mayoría de encuestados tienen conocimiento de empresas que brinden servicios similares a una asesoría financiera y que conocen entre 1 a 3 negocios similares dentro de los cuales con mayor preferencia son: Icr Consultores, Asesoría Saavedra y asociados y Estudio contable Sosa Gutiérrez; por otro lado, gran parte de microempresarios son asesorados por un administrador y contador, siendo esta respuesta excluyente, finalmente la aplicación de este cuestionario ayudo a identificar que existe un mercado que necesitan de los servicios de asesoría financiera asimismo no hay una oferta directa que brinde este tipo de servicios.

**Segundo objetivo:** Elaborar las estrategias de marketing de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019. Los resultados de este objetivo se recogieron mediante un cuestionario y guía de entrevista.

**Tabla 3.** Resultados del indicador Producto

Preguntas	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
7. ¿Cree Ud. que una empresa consultora debería brindar asesoría técnica operativa (constitución de empresa, diseño de estrategias financieras, etc)?	Nunca	72	19,4
	Casi nunca	224	60,4
	A veces	75	20,2
8. ¿Cree Ud. que una empresa consultora debería brindar asesoría legal?	Casi nunca	111	29,9
	A veces	186	50,2
	Casi siempre	74	19,9
9. ¿Cree Ud. que una empresa consultora debería brindar asesoría contable?	Casi nunca	39	10,5
	A veces	117	31,5
	Casi siempre	59	15,9
	Siempre	156	42,1
10. ¿Cree Ud. que una empresa consultora debería brindar asesoría en marketing?	Nunca	110	29,6
	Casi nunca	187	50,5
	A veces	74	19,9
	A veces	51	13,7
	Casi siempre	158	42,6

11. ¿Cree Ud. que una empresa consultora debería brindar asesoría económica y financiera?	Siempre	162	43,7
12.¿Con qué tipo de financiación le gustaría trabajar?	Bancos	71	19,2
	Cajas municipales	152	41,0
	Financieras	74	19,9
	Casas de cambio	36	9,7
	Prestamistas	38	10,2

**Fuente: Elaboración propia**

**Interpretación:** De acuerdo a la evaluación del indicador producto se obtuvieron los siguientes resultados: En donde 224 dueños de mypes que corresponde al 60.4% señalan que casi nunca se debería brindar ese servicio, mientras que 75 encuestados equivalente al 20.2% responden que a veces se debería ofrecer ese servicio y el 19.4% correspondiendo a 72 encuestados señalan que una empresa consultora nunca debería ofrecer ese servicio. Por otra parte, se determinó que 186 dueños de mypes que corresponde al 50.1% responden que de manera eventual se debería brindar el mencionado el servicio de asesoría legal y un 29,9% manifiesta que muy poco se debería realizar estas funciones en una asesoría financiera.

Asimismo, se trata de identificar si una empresa consultora debería brindar asesoría contable a lo cual se concluye que 15.9% señalan que casi siempre se debería brindar este servicio, asimismo 156 dueños de mypes, correspondiente al 42% señalan que siempre una empresa consultora debería ofrecer asesoría contable. En otra instancia, se busca determinar que tanto los microempresarios consideran que se debería brindar asesoría en marketing, en donde se identificó que 187 dueños de mypes que corresponde al 50.4% señalan que casi nunca se debería brindar ese servicio en una consultoría financiera y un 110 encuestados equivalente al 29.6% responden que nunca una asesoría en marketing debería formar parte de una asesoría financiera. Por otra parte, se obtuvo si una empresa consultora debería ofrecer asesoría económica y financiera, donde 162 dueños de mypes que corresponde al 43.7% señalan que siempre una consultora debería brindar ese servicio, mientras que 158 encuestados equivalente al 42.6% responden que casi siempre debería brindar el mencionado servicio, y un 13.7 % correspondiendo a 51 encuestados señalan que se debería ofrecer ese servicio de manera eventual.

Finalmente, se obtuvo que 152 dueños de mypes que corresponde al 41% les gustaría trabajar con cajas municipales, el 19.9% eligen que sean a través de financieras, mientras que un 19.2% quieren que sea mediante bancos, asimismo el 10.2% deciden que se trabaje con los prestamistas y el 9.7% señalaron que sea con las casas de cambio.

**Tabla 4.** Resultados del indicador Precio

Instrumento: Cuestionario

Pregunta	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
13.En caso Ud. haga uso de los servicios de asesoría ¿Cómo le convendría realizar el pago del mismo? Puede marcar más de una opción	Al contado	113	30,5
	Fraccionado por partes	112	30,2
	Pago con tarjeta de crédito	72	19,4
	Pago con tarjeta débito	69	18,6
	Con cheque	5	1,3

**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** En la evaluación del indicador precio se consiguieron los siguientes resultados a través de la interrogante N°13, los cuales hacen referencia al medio de pago que les convendría realizar en caso hagan uso de los servicio de asesoría, donde 113 dueños de mypes que corresponde al 30.5% señalan que el pago lo efectuarían al contado, 112 encuestados equivalente al 30.2% responden que el pago sea fraccionado por partes, mientras que 72 encuestados correspondiendo al 19.4% señalan que preferirían realizar el pago con tarjeta de crédito, asimismo 69 dueños de mypes equivalente al 18.6% les conviene efectuar el pago mediante tarjeta de débito y el 1.3% correspondiente a 5 encuestados indican que los servicios sea cancelado con cheque.

**Tabla 5.** Resultados del indicador Precio

Instrumento: Guía de entrevista

Pregunta N° 13: De acuerdo a su perspectiva y experiencia ¿Cuánto cree usted que se debería cobrar a una mype por servicio de asesorías?
<b>Respuestas</b>

**Abogado Financiero:** En el ámbito financiero, lo que se debería cobrar por cada servicio es muy variable, eso se debe a que en mi experiencia cada caso es diferente. Se puede decir que, esto va depender de que tan complicado sea, a la vez que tiempo demande efectuar el servicio. También se puede decir que lo mas conveniente es cobrar por un determinado período, en otras palabras, de manera mensual, en donde se brinde todos los servicios a un precio que oscile en S/ 500 soles mensuales cada servicio.

**Administrador:** En mi opinión respecto a precios, casi siempre hay distintos factores que influyen para determinar el precio final de los servicios a realizarse. En este caso la empresa de asesoría financiera debe evaluar cuales son sus costos, entre ellos los pagos del equipo de trabajo para poder fijar un precio a cada servicio que se brindará. Respecto al pago por cada uno de los servicios que brinde una asesoría financiera en mi experiencia deben oscilar entre S/ 300.00 a S/ 500.00 soles por cliente.

**Contador:** Desde mi punto de vista, esto puede variar de acuerdo al tipo de servicio que se pretende realizar, por ejemplo en lo que es asesoría contable se cobra dependiendo al régimen en el que encuentre el cliente, de igual forma se debe tener en cuenta si es que la empresa es nueva o ya ha tenido movimiento, así también si la contabilidad es de manera electrónica o manual, considerar si es que la empresa dispone de planilla, etc. Un contador realiza diversos servicios, entre ellos tenemos: balances anuales, elaboración de PDT, controlar los estados financieros de la empresa, entre otros. Entonces un contador es muy importante en toda empresa y puedo decir que desde mi perspectiva cada servicio de una empresa de asesoría financiera deben oscilar entre S/ 500.00 a S/ 700.00 soles.

#### **Interpretación Específica**

De acuerdo a las respuestas, para determinar el precio de los servicios los profesionales (abogado financiero, contador y administrador) realizaron un análisis de los costos para brindar cada servicio, en dichas respuestas proponen diferentes opciones respecto a ello; sin embargo, se concluye que los precios a consignarse en promedio debe ser de S/ 500.00 soles por mype.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 6.** Resultados del indicador Promoción

<b>Pregunta</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
14. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante las redes sociales ( facebook, whatsapp, instagram, youtube, etc) ?	A veces	75	20,2
	Casi siempre	219	59,0
	Siempre	77	20,8
15. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante página web ?	Nunca	40	10,8
	Casi nunca	77	20,8
	A veces	111	29,9
	Casi siempre	72	19,4
	Siempre	71	19,1
16. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante Correo electrónico?	Nunca	112	30,2
	Casi nunca	77	20,8
	A veces	111	29,9
	Casi siempre	71	19,1
17. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante Periódicos de la región?	A veces	74	19,9
	Casi siempre	148	39,9
	Siempre	149	40,2
18. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante radios de la región?	A veces	110	29,6
	Casi siempre	148	39,9
	Siempre	113	30,5
19. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante revistas especializadas (financieras)?	Nunca	112	30,2
	Casi nunca	223	60,1
	A veces	36	9,7
20. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante paneles publicitarios?	A veces	110	29,6
	Casi siempre	113	30,5
	Siempre	148	39,9

21. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante Boletines?	A veces	182	49,0
	Casi siempre	76	20,5
	Siempre	113	30,5

**Fuente: Elaboración propia**

**Interpretación:** Esta tabla tiene como objetivo determinar los resultados del indicador promoción. En la pregunta N° 14, se obtienen los resultados que hacen referencia a si los dueños de mypes les gustaría mantenerse informados del servicio de asesoría financiera mediante las redes sociales, en donde los encuestados respondieron lo siguiente: 219 dueños de mypes que corresponde al 59% señalan que casi siempre se debería brindar información a través de las redes sociales, mientras que 77 encuestados equivalente al 20.8% responden que siempre les gustaría mantenerse informados por las redes sociales y el 20.2% correspondiendo a 75 encuestados señalan a veces se debería brindar información por las redes sociales. Desde otro ángulo tenemos la pregunta N° 15, en esta parte se investigó cuáles son los resultados que hacen referencia a si los dueños de mypes les gustaría mantenerse informados del servicio de asesoría financiera mediante página web, consiguiéndose los siguientes resultados: El 29.9% señalan que de manera no tan frecuente les gustaría mantenerse informados a través de página web, de igual forma, el equivalente al 19.1% señalan que están de acuerdo a que se brinde información mediante página web, finalmente el 10.8 % correspondiendo a 40 encuestados indicaron que no les gustaría esta modalidad.

En la interrogante N°16 se obtienen los resultados que hacen alusión a que si los dueños de mypes les gustaría mantenerse informados del servicio de asesoría financiera mediante correo electrónico, en donde 30.2% señalan que no les gustaría recibir la información por este medio, asimismo el porcentaje de 29.9 señalan que de manera ocasional les gustaría informarse mediante este mecanismo, sin embargo el 19.1% correspondiendo a 71 encuestados señalan que casi siempre les gustaría mantenerse informados a través de correo electrónico. Por otro lado, en la pregunta N°17 se consiguieron los resultados que hacen referencia a si los dueños de mypes les gustaría mantenerse informados del servicio de asesoría financiera mediante periódicos de la región, de los cuales 149 dueños de mypes que corresponde al 40.2% señalan que si les gustaría informarse a través este medio, el equivalente al 39.9% responden que de manera frecuente les gustaría que se brinde la información en los periódicos, mientras que el 19.9% correspondiendo a 74 encuestados señalan que esporádicamente se debería brindar información en los periódicos. Cabe resaltar,



que en la encuesta realizada se identifico que los microempresarios tenían mayor preferencia por los periódicos: La Hora, El Correo, El Popular y El Trome.

En la interrogante N°18 se determinan los resultados que hacen referencia a si los dueños de mypes les gustaría mantenerse informados del servicio de asesoría financiera mediante radios de la región, en donde 148 dueños de mypes que corresponde al 39.9% señalan que casi siempre les gustaria informarse a través de este medio, mientras que 113 encuestados equivalente al 30.5% aseguran que si les gustaría obtener información en radios y el 29.6% correspondiendo a 110 encuestados señalan que de vez en cuando se debería facilitar la información en las radios. Cabe mencionar, que en la encuesta realizada se encontró que los microempresarios tienen mayor preferencia por las radios: Antena 10, Radio Piura, Radio cutivalu, Radio Girasol y Radio Nova. Por otra parte, en la pregunta N°19 se consiguieron los resultados que hacen referencia a si los dueños de mypes les gustaría mantenerse informados del servicio de asesoría financiera mediante revistas especializadas (financieras), donde 223 dueños de mypes que corresponde al 60.1% señalan que casi siempre les gustaria recibir información por este mecanismo, mientras que 112 encuestados equivalente al 30.2% responden que no les gustaría obtener información en el mencionado medio y el 9.7% correspondiendo a 36 encuestados señalan que de manera no tan frecuente se debería brindar información mediante estas revistas.

En la pregunta N° 20, se obtienen los resultados que hacen referencia a si los dueños de mypes les gustaría mantenerse informados del servicio de asesoría financiera mediante paneles publicitarios, donde 148 microempresarios que corresponde al 39.9% confirman que les gustaria visualizar la información en este medio, mientras que 113 encuestados equivalente al 30.5% responden que de manera frecuente les gustaría informarse a través de paneles publicitarios, también se hallo que el 29.6% correspondiendo a 110 encuestados indicaron que de vez en cuando les gustaría informarse de esta forma. Finalmente, en la pregunta N° 21, se determinan los resultados que hacen referencia a si los dueños de mypes les gustaría mantenerse informados del servicio de asesoría financiera mediante boletines en donde 182 dueños de mypes que corresponde al 49% señalaron que ocasionalmente les gustaria informarse por medio, mientras que 113 encuestados equivalente al 30.5% responden que siempre les gustaría obtener información a través de boletines y el 20.5% correspondiendo a 76 encuestados indicaron que de forma eventual se debería brindar información por este mecanismo.

### **Interpretación general:**

Según la encuesta realizada a los microempresarios, en donde se evalúa la dimensión estrategias de marketing de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre, se encuentra como resultados que los dueños de mype prefieren los servicios de asesoría contable y asesoría económica y financiera para una empresa consultora especializada en asesoría financiera, de igual forma se encontró que la mayoría de microempresarios al momento de buscar un financiamiento tienen mayor preferencia por las cajas municipales. En cuanto a los resultados del indicador precio, se obtuvo que las formas de pago que eligen los microempresarios es al contado y fraccionado, asimismo de acuerdo a la entrevista realizada, se obtuvieron una referencia de precios por servicio, en la que se concluye que los precios a consignarse deben ser en promedio a S/ 500.00 soles por servicios a una mype

Finalmente, se tienen los resultados del indicador promoción, en donde la mayoría de encuestados les gustaría mantenerse informados a través de los siguientes medios online: redes sociales y página web, asimismo de los medios offline: periódicos como La Hora, El Correo, El Popular y El Trome; también por las radios: Antena 10, Radio Piura, Radio cutivalu, Radio Girasol y Radio Nova; boletines y paneles publicitarios.

**Tercer objetivo:** Identificar los componentes de la planificación estratégica de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019. Los resultados de este objetivo se consiguieron a través de una guía de entrevista.

**Tabla 7.** Resultados del indicador Misión

Pregunta N° 1: ¿Cuál es la razón de ser de una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera?
<b>Respuestas</b>
<b>Abogado financiero:</b> La razón de ser de una empresa con ese rubro es otorgar soluciones financieras de manera que ayude a minimizar los riesgos al momento de invertir e incrementar ganancias del emprendedor.
<b>Administrador:</b> En mi opinión, la razón de ser de una empresa de este rubro es orientar al cliente para tomar decisiones estratégicas que les permita incrementar sus ingresos y disminuir costos, de igual forma, ser guía al momento de gestionar créditos o préstamos,

evaluar el estado financiero actual de la empresa o cliente, apoyo en lo que es asesoría contable, todo ello con el fin de mantenerse en el mercado.

**Contador:** Una empresa de asesoría financiera debe buscar promover soluciones financieras de manera eficiente para poder tener una empresa a la vanguardia ante cualquier tipo de problema de esta índole.

#### **Interpretación Específica**

Teniendo en cuenta las respuestas de los entrevistados, la razón de ser de una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera es brindar soluciones financieras de manera eficiente a las micro y pequeñas empresas, asimismo buscar el desarrollo económico de la mype, promoviendo de esta manera el crecimiento económico de la región.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 8.** *Resultados del indicador Visión*

Pregunta N° 2: ¿Cuál es la aspiración que debe tener una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera?

#### **Respuestas**

**Abogado financiero:** Es muy importante tener claro a donde quiere direccionarse la empresa, puesto que esto permitirá plantear los pasos que se realizarán para llegar a efectuar dicha aspiración, asimismo es importante para un asesor causar un impacto positivo para la sociedad. En otra instancia es recomendable avanzar poco a poco para disminuir riesgos de inversión, por ejemplo, crecer en un primer momento a nivel distrital, luego regional y así sucesivamente.

**Administrador:** Una empresa dedicada a este sector pretende brindar un servicio de calidad, que cumpla las expectativas del cliente, esto quiere decir que el asesor debe crear un ambiente de confianza laboral con el cliente, a raíz de ello conseguir que el usuario manifieste su satisfacción a otras personas que estén interesadas en adquirir el servicio.

**Contador:** Como toda empresa, siempre aspira a ser líder en el mercado, para ello se tiene que proyectar una imagen que se adapte a los cambios sobre todo en este tiempo en donde todo lo que concierne a economía y finanzas se encuentra muy inestable.

### Interpretación Específica

Teniendo en cuenta las respuestas de los entrevistados, la aspiración que debe tener una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera es mantener al cliente satisfecho con los servicios que se brindan, de igual forma tener una cartera de clientes considerable, además de ello, que la sociedad tenga efectos positivos gracias al trabajo que se piensa realizar, en este caso una asesoría financiera.

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 9.** Resultados del indicador Metas

Pregunta N° 3: ¿Qué debe tener en cuenta una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera para captar clientes?

### Respuestas

**Abogado financiero:** Una empresa especializada en servicios financieros debe centrarse en primer lugar en los colaboradores, por la razón que, al mantener una comunicación directa con el cliente, es la imagen de la empresa, por ello los trabajadores deben estar constantemente actualizados con todos los temas financieros, de la misma forma llevar cursos o capacitarse.

**Administrador:** Las empresas que brindan asesoría financiera tienen que realizar una serie de objetivos para captar clientes. Lo principal que se debe tener en cuenta es capacitar constantemente al personal que trabaje en la empresa, de igual forma tratar de que en la misma exista un clima laboral óptimo, todo ello para brindar un servicio de calidad a los clientes.

**Contador:** En mi opinión, para captar clientes, se debe elaborar un plan de marketing agresivo ya que es una empresa que recién va a iniciar sus actividades. Es importante también, realizar campañas publicitarias, explicando los servicios que se piensan brindar y los beneficios que se tendrán gracias a dicha asesoría.

### Interpretación Específica

Según la encuesta realizada a los profesionales, lo que se debe tener en cuenta en una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera para captar clientes, es tener al personal constantemente capacitado en temas financieros, asimismo mantener un buen clima laboral con el objetivo de que los trabajadores desempeñen sus funciones de manera óptima. Por otro lado, para tener una amplia cartera de clientes, se

considera de vital importancia diseñar estrategias de marketing con el fin lograr el posicionamiento de la marca.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 10. Resultados del indicador Objetivos Estratégicos**

Pregunta N° 4: ¿Cuál cree usted debe ser el propósito de una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera?
<b>Respuestas</b>
<p><b>Abogado financiero:</b> Una empresa de asesoría financiera debe alcanzar ciertos objetivos para conseguir que el cliente tenga mayor satisfacción del servicio, asimismo aumentar las utilidades de la empresa. Por esta razón se deben plantear ciertas estrategias, como por ejemplo otorgar precios accesibles, acordes a la realidad económica del mercado objetivo, de igual forma hacer uso de la tecnología que se tiene disponible hoy en día.</p> <p><b>Administrador:</b> El propósito de una empresa consultora financiera es tener clientes fijos, para ello se debe brindar un servicio de calidad que satisfaga sus necesidades, asimismo entender los problemas específicos de los usuarios y brindarles las diferentes opciones para dar solución al dilema, por otro lado se busca también que estos clientes satisfechos recomienden los servicios haciendo un efecto multiplicador o también llamado el “boca en boca” ante otros clientes potenciales, de esta manera incrementar la cartera de clientes.</p> <p><b>Contador:</b> Hoy en día las empresas para captar clientes no realizan una gran inversión, solo necesitan estar constantemente actualizándose para brindar la información de sus servicios a través de los medios publicitarios online, tales como, Facebook, whatsapp, Instagram, youtube, entre otros.</p>
<b>Interpretación Específica</b>
Teniendo en cuenta las opiniones de los especialistas, el propósito de una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera es otorgar precios accesibles, acordes a la realidad económica del mercado objetivo; asimismo utilizar los medios de comunicación que hoy en día son los más utilizados, así tenemos: Facebook, whatsapp, instagram, correo electrónico, entre otros. Todo esto buscando brindar un servicio de calidad teniendo así a los usuarios satisfechos.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 11.** Resultados del indicador *Estructura organizacional*

Pregunta N° 5: ¿Con que personal cree usted que debería contar una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera?
<b>Respuestas</b>
<p><b>Abogado financiero:</b> Una empresa consultora financiera en primer lugar debe tener un buen gerente a la cabeza, que cumpla con características de liderazgo, de la misma manera, debe contar con un administrador o economista que escuchen y atiendan las inquietudes respecto al ámbito financiero de los clientes, asimismo con un contador dedicado a los temas tributarios, planillas, presupuestos, entre otros. Por otro lado, asignar una secretaria que le ayude a gestionar documentos y atender las distintas consultas de los clientes.</p> <p><b>Administrador:</b> Una empresa de este rubro es importante que tenga un líder a la cabeza, un contador que apoye en temas de asesorías contable, un administrador que organice y gestione proyectos, diseñe estrategias financieras, gestione fuentes de financiamiento, entre otras actividades. Se debe considerar un personal dedicado a todo lo que tenga que ver con la promoción o publicidad de los servicios que brinda la empresa, esto es muy importante porque a partir de esto se obtendrá una mayor afluencia de clientes. Por otra parte, contratar personal para mantener limpio y ordenado las diferentes áreas de la empresa</p> <p><b>Contador:</b> Toda empresa necesita de un gerente que trabaje de manera articulada con el personal y que tenga conocimiento de todo lo que es el ámbito financiero actual, de igual forma tener profesionales de apoyo como son un contador, un economista o administrador; por otro lado, una persona que ayude con temas de redactar documentos, responder las llamadas, guiar a los clientes al área correspondiente, etc.</p>
<b>Interpretación Específica</b>
Teniendo en cuenta las opiniones de los entrevistados, el personal con el que debe contar una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera, es tener un buen gerente a la cabeza, que tenga características de liderazgo, una secretaria para atender a los clientes, asimismo el profesional encargado de brindar la asesoría financiera, quien tienen que diseñar estrategias financieras, entre otras funciones, considerar trabajadores dedicados exclusivamente a promocionar los servicios, el contador quien se dedique a efectuar los servicios contables, finalmente el personal de limpieza que es muy importante para mantener los ambientes en estado agradable.

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 12.** Resultados del indicador FODA

Pregunta N° 6: ¿Cuál cree usted que deben ser las fortalezas con la que cuente una empresa consultora especializada en asesoría financiera?
<b>Respuestas</b>
<p><b>Abogado financiero:</b> Desde mi punto de vista, una fortaleza esencial seria contar con un líder que posea una amplia experiencia en el giro del negocio, de la misma forma es necesario tener un sistema de riesgo para poder tener un panorama completo del estado actual financiero de los clientes.</p> <p><b>Administrador:</b> En mi experiencia, es favorable para la empresa que tenga a su personal capacitado actualizándose en todo lo que concierne a temas financieros, asimismo que estean pendientes en como los clientes perciben la atención que les brinda la empresa. Tener el conocimiento de este aspecto permitirá plantear estrategias que logren mejorar la calidad de servicio, de esta manera mantener al cliente satisfecho y gracias a esto generar las recomendaciones de los mismos.</p> <p><b>Contador:</b> Bajo mi perspectiva, una empresa debe posicionarse lo mas cerca posible de sus clientes para que estos tengan mayor accesibilidad, asimismo que el personal sea idóneo para desempeñar correctamente sus funciones en las áreas que les corresponde.</p>
Pregunta N° 7: ¿Qué oportunidades cree usted que debería aprovechar una empresa consultora especializada en asesoría financiera a la actualidad?
<b>Respuestas</b>
<p><b>Abogado financiero:</b> Desde mi perspectiva, las oportunidades que le conviene a la organización es participar como auspiciadores de cursos que tengan que ver con temas financieros, asi también contribuir en eventos de exposiciones compartiendo conocimientos interactuando activamente con profesionales dedicados a brindar el servicio directa o indirectamente.</p> <p><b>Administrador:</b> En mi experiencia, la empresa debe analizar a sus clientes reales con el objetivo de plantear estrategias para captar clientes potenciales, para ello debe en primer lugar identificar su mercado objetivo.</p> <p><b>Contador:</b> En mi opinión, como toda empresa que se incia tendrá que buscar a sus clientes en un lugar específico pero en el camino tendrá la oportunidad de que con esfuerzo y perseverancia podrá expandir su negocio a nuevos nichos de mercado,</p>

obteniendo así que los clientes se identifiquen con su marca asimismo lograr un mayor reconocimiento para la empresa.

Pregunta N° 8: Bajo su perspectiva y experiencia ¿Cuáles son las debilidades que están presentes en una empresa consultora especializada en asesoría financiera?

### Respuestas

**Abogado financiero:** Toda empresa tiene siempre tiene debilidades, si hablamos específicamente de una empresa dedicada a la asesoría financiera, identificamos que en la ciudad de Piura existe un gran desconocimiento en lo que respecta a este rubro muy diferente a otras ciudades del Perú como por ejemplo Trujillo, Chiclayo, etc.

**Administrador:** Durante la trayectoria de mi carrera he percibido que limitar los servicios es una desventaja frente a otros negocios que representan la competencia, sin embargo como la empresa en cuestión esta ingresando al mercado, debe necesariamente empezar como comúnmente se dice de cero,

es decir que dado al riesgo en la inversión no es recomendable tener demasiados servicios lo cual represente utilizar mayor recursos cuando no se sabe que porcentaje de aceptación tiene la empresa. Asimismo, de acuerdo al funcionamiento del negocio se irá incrementando la cartera de servicios.

**Contador:** Como desventaja, bajo mi perspectiva, una de las más comunes es la falta de capital para iniciar o emprender una empresa, es por ello que lo considero un factor limitante, como consecuencia de esto, el dueño o cabeza del negocio busca nuevas fuentes de financiamiento con la finalidad de no verse perjudicado por esta razón. Otro inconveniente que se puede presentar durante el funcionamiento de la empresa es tener un personal poco actualizado en cuanto a temas financieros y si hacemos una visión general de como estan los temas de economía y finanzas en el Perú concluimos es muy importante mantenerse al día en esta materia.

Pregunta N° 9: Bajo su perspectiva y experiencia ¿Cuáles son las amenazas con las que cuenta a la actualidad una empresa consultora especializada en asesoría financiera?

### Respuestas



**Abogado financiero:** Existen diferentes sucesos que podrían amenazar la estabilidad de la empresa, como anécdota comentaré que como asesor financiero una de las etapas más difíciles fue cuando en la ciudad de Piura se produjo el último fenómeno del niño en el año 2017, este evento hizo que entidades financieras realizaran un cambio radical de políticas, las cuales detenían el proceso de nuevas inversiones, financiamientos, limitaron la entrega de productos y más situaciones que detuvieron crecimiento de los negocios, esta de mas decir que esto perjudicó la situación financiera de la región.

**Administrador:** Uno de los factores que pueden amenazar la estabilidad de la empresa es el ingreso de nuevas empresas con el mismo rubro, porque cuando una empresa se está posicionando y logra una aceptación por los clientes, entonces nuevas empresas surgen brindando los mismos servicios, incluso estos negocios añaden un valor agregado generando así una ventaja competitiva en el sector.

**Contador:** Es importante que los profesionales que vemos los temas de contabilidad y finanzas en las empresas tengan una buen prestigio, esto quiere decir, que genere confianza y credibilidad gracias a la transparencia y veracidad de su trabajo.

#### **Interpretación específica**

Teniendo en cuenta las opiniones de los expertos, respecto al análisis FODA manifiestan que una fortaleza que tiene una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera es tener un líder conocedor en todo lo que es el ámbito financiero, asimismo que posea una amplia experiencia en el giro del negocio. En cuanto a las oportunidades, una de las más importantes es analizar a los clientes fijos con el fin de plantear estrategias para expandir el negocio a nuevos nichos de mercado, obteniendo así que los clientes se identifiquen con su marca. Por otro lado, dentro de las debilidades, una de las más resaltantes es la falta de capital, por lo cual se tendrá que buscar fuentes de financiamiento. Finalmente, también se tienen las amenazas, en esta parte se resalta que los desastres naturales afectarían de manera significativa la estabilidad de los negocios, esto representa un retroceso en el desarrollo económico de la población.

**Fuente: Elaboración propia**

**Cuarto objetivo:** Elaborar el plan de operaciones de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019. Los resultados de este objetivo se consiguieron a través de una guía de entrevista.

**Tabla 13.** Resultados del indicador Estructura Física

Pregunta N° 10: Bajo su perspectiva y experiencia ¿Cuántas y cuáles son las áreas que debería contar necesariamente en sus inicios una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera?
<b>Respuestas</b>
<p><b>Abogado financiero:</b> Una empresa dedicada al rubro de asesoría financiera no necesariamente requiere de muchas áreas, ya que es un trabajo más de campo que de oficina, entonces bastaría con ambiente para atender a los clientes y otro en donde los usuarios puedan esperar su turno.</p> <p><b>Administrador:</b> Respecto a los espacios de distribución del establecimiento son muy simples, esto se debe a que la empresa brinda un servicio que no necesita de diversas áreas, porque a los colaboradores no se les exige estar horario completo en la oficina. Por las razones antes explicadas, en mi opinión debería existir un área de atención en donde los clientes puedan acercarse a realizar alguna consulta y claro está, los servicios higiénicos.</p> <p><b>Contador:</b> Las áreas para brindar un servicio de asesoría financiera son básicas, se necesita de una sola oficina que se distribuya en un ambiente de atención al cliente, otro donde se encuentren los servicios higiénicos, finalmente un lugar acondicionado para las personas que tengan que esperar.</p>
<b>Interpretación Específica</b>
Teniendo en cuenta las respuestas de los entrevistados acerca de la estructura física para una empresa consultora especializada en asesoria financiera, esta comprende de pocas áreas dado que es un negocio que brinda un servicio debido a que el trabajo es tanto de oficina como de campo, entre estas áreas tenemos un ambiente para atender a los clientes, otro donde estos esperan ser atendidos y un espacio para los servicios higienicos.

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 14.** Resultados del indicador Estudio del tamaño

Pregunta N° 11: De acuerdo a su perspectiva y experiencia ¿Con cuántas mypes debería trabajar mensualmente una empresa de asesoría financiera para ser rentable?
<b>Respuestas</b>
<p><b>Abogado financiero:</b> En mi experiencia, los usuarios pueden requerir el servicio una vez y luego no volver a solicitarlo, desde otro ángulo, tenemos a los negocios que solicitan el servicio de manera permanente, en este caso se va fijar un monto mensual de pago por los servicios que se brindarían, esto depende de las necesidades de las empresas.</p> <p><b>Administrador:</b> Bajo mi perspectiva una empresa dedicada a brindar servicios de asesoría financiera para mantener una buena rentabilidad debe manejar entre 10 a 15 clientes mensuales, con esto poder cubrir los costos del servicio y tener un margen de ganancia.</p> <p><b>Contador:</b> Desde mi experiencia y perspectiva para que una asesoría financiera llegue a ser altamente rentable debe pronosticar atender mensualmente a un promedio de 20 a 25 clientes, de esta manera pueda tener una mayor ganancia ante los costos del servicio.</p>
Pregunta N° 12: Según su perspectiva y experiencia ¿Cuánto debería ser el ingreso mensual por pago de asesorías de una empresa consultora especializada en asesoría financiera?
<b>Respuestas</b>
<p><b>Abogado financiero:</b> En mi opinión, el ingreso mensual por los servicios de asesoría financiera se encuentran en alrededor de S/ 5,000.00 soles como mínimo, pero si la empresa esta muy bien manejada en todo lo que es el marketing, buena atención al cliente, habilidad de los asesores, entre otros factores que influyen, se puede llegar a ganar más de S/ 5,000.00; para ello se debe tener en cuenta los costos y el precio que se le asigne a los servicios.</p> <p><b>Administrador:</b> Respecto a esta pregunta, podría decir que a groso modo brindando estos servicios se tendría unos ingresos mensuales que oscilan entre S/ 6,000.00 a S/ 9,000.00 soles considerando que en la ciudad de Piura no existen empresas que brinden este servicio de manera directa.</p> <p><b>Contador:</b> En este caso desde mi perspectiva y experiencia puedo decir que, los ingresos mensuales para una empresa de este rubro deberían oscilar entre un monto de S/ 8,000.00 a S/ 10,000.00 soles aproximadamente.</p>

### Interpretación Específica

De acuerdo a las respuestas de los entrevistados una empresa de asesoría financiera para ser rentable debería trabajar aproximadamente con 10 a 25 mypes mensuales, por otro lado el ingreso mensual por pago de asesorías de una empresa consultora especializada en asesoría financiera debería ser entre S/ 5,000.00 a S/ 10,000.00 mensuales.

**Fuente: Elaboración propia**

**Quinto objetivo:** Determinar el resultado de la evaluación económica y financiera de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019. Los resultados de este objetivo se obtuvieron mediante fórmulas.

**Tabla 15. Resultados de la evaluación económica**

	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>		48,000.00	72,000.00	96,000.00	120,000.00	149,312.00
<b>EGRESOS</b>	53,025.00	31,729.31	39,301.89	51,795.31	64,851.05	78,039.67
<b>F.NETO</b>	-53,025.00	16,270.69	32,698.11	44,204.69	55,148.95	71,272.33

**Fuente: Elaboración Propia**

### Valor actual neto

$$VAN = \frac{16,270.69}{(1+0.14)^1} + \frac{32,698.11}{(1+0.14)^2} + \frac{44,204.69}{(1+0.14)^3} + \frac{55,148.95}{(1+0.14)^4} + \frac{71,272.33}{(1+0.14)^5} - 53,025.00$$

$$VAN = 85,914$$

### Tasa interna de retorno(TIR)

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

$$TIR = \frac{16,270.69}{(1+0.14)^1} + \frac{32,698.11}{(1+0.14)^2} + \frac{44,204.69}{(1+0.14)^3} + \frac{55,148.95}{(1+0.14)^4} + \frac{71,272.33}{(1+0.14)^5} = 55\%$$

### Relación beneficio/ costo (B/C)

$$B/C = \frac{VAN}{VAP}$$

$$B/C = \frac{310901.80}{224988.00} = 1.38$$

**Interpretación:** En la evaluación económica proyectada a 5 años, se obtuvo en primera instancia el indicador que corresponde al valor actual neto(VAN) , donde el flujo neto para el primer año es de 16,270.69, para el segundo año de 32,698.11, para el tercer año de 44,204.69, el equivalente para el cuarto año es de 55,148.95 y para el quinto año de 71,272.33, asimismo, se tiene la inversión inicial que es de -53,025.00. Cabe resaltar, que para efectuar el resultado de dicha operación se tuvo en cuenta una tasa de descuento del 14%, en donde al desarrollar la fórmula arrojó un resultado del 85,914, esto quiere decir que es rentable dado que es >0.

En el indicador de la tasa interna de retorno(TIR), se procedió a efectuar la sumatoria de los flujos netos del primer al quinto año, asimismo se consignó una tasa de descuento del 14%, al realizar todo ello se consiguió un resultado del 55% lo cual quiere decir que es rentable el plan de negocio dado que es >1. Después de ello, se ejecutó el indicador que corresponde a la relación beneficio/costo (B/C), donde el valor actual neto es de 310901.80, mientras que el valor actual presente equivale a 224988.00, con ello se consiguió un resultado positivo de 1.38 lo cual quiere decir que es rentable.

**Tabla 16. Resultados de la evaluación financiera**

	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>	13000	16270.69	32698.11	44204.69	55148.95	71272.33
<b>EGRESOS</b>	18715	3383	3833	3833	3833	3833
<b>F.NETO FINANCIERO</b>	-31715	12887.41	28865.07	40371.65	51315.91	67439.29

Fuente: Elaboración Propia

### Valor actual neto

$$VAN = \frac{12887.41}{(1+0.14)^1} + \frac{28865.07}{(1+0.14)^2} + \frac{40371.65}{(1+0.14)^3} + \frac{51315.91}{(1+0.14)^4} + \frac{67439.29}{(1+0.14)^5} - 31715$$

$VAN = 94,459$

### Tasa interna de retorno(TIR)

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

$$TIR = \frac{12887.41}{(1+0.14)^1} + \frac{28865.07}{(1+0.14)^2} + \frac{40371.65}{(1+0.14)^3} + \frac{51315.91}{(1+0.14)^4} + \frac{67439.29}{(1+0.14)^5} = 79\%$$

### Relación beneficio/ costo (B/C)

$$B/C = \frac{VAN}{VAP}$$

$$B/C = \frac{133279.65}{31480.05} = 4.23$$

**Interpretación:** Para la evaluación financiera que corresponde a 5 años, se obtuvo en primera instancia el indicador del valor actual neto(VAN) , donde el flujo neto para el primer año es de 12887.41, para el segundo año de 28865.07, para el tercer año de 40371.65, el equivalente para el cuarto año es de 51315.91 y para el quinto año de 67439.29, asimismo, se tiene el ingreso para el año 0 de -31715. Cabe resaltar que para efectuar el resultado de dicha operación se ha considerado una tasa de descuento del 14%, en donde al desarrollar la fórmula arrojó un resultado del 94,459, esto quiere decir que es rentable dado que es >0.

En el indicador de la tasa interna de retorno(TIR), se procedió a efectuar la sumatoria de los flujos netos del primer al quinto año, asimismo se consignó una tasa de descuento del 14%, al realizar todo ello se consiguió un resultado del 79% lo cual quiere decir que es rentable el plan de negocio dado que es >1. Después de ello, se ejecutó el indicador que corresponde a la relación beneficio/costo (B/C), donde el valor actual neto es de 133279.65, mientras que el valor actual presente equivale a 31480.05, con ello se consiguió un resultado positivo de 4.23 lo cual quiere decir que es rentable.

**Interpretación general:** Teniendo en cuenta los resultados mencionados anteriormente, se concluye que este plan de negocio referido a una consultora especializada en asesoría financiera es altamente rentable, debido a que sus indicadores de evaluación económica y financiera arrojarán datos positivos.

#### IV. DISCUSIÓN

1. Según la teoría de Shujel (2018) dice que el estudio de mercado sirve para medir las necesidades de la población, así también tiene que ver con la satisfacción o insatisfacción del público objetivo. En la presente investigación se obtuvo como resultado que existe un mercado insatisfecho que requiere de los servicios de una asesoría financiera, esto se debe a que en la ciudad de Piura no se encuentra una empresa que brinde específicamente este servicio. En el antecedente de Revelo (2014), determina en su estudio de mercado que respecto a una empresa de asesoría de imagen integral personal y empresarial en la Ciudad de Quito-Ecuador, no se halla una empresa que tenga las características que necesita el mercado al cual se dirige, por lo tanto, el autor determina la demanda para este negocio es insatisfecha y asequible para el emprendedor.

Esto quiere decir que el estudio de mercado es muy importante porque ayuda a conocer si existe una oportunidad de negocio en el mercado que se pretende incursionar, esto se aprueba con la teoría que se menciona, la cual dice que este estudio permite determinar si existe una demanda insatisfecha, asimismo se refleja en el antecedente que muestra un mercado insatisfecho, de igual forma, en el resultado de esta investigación donde se afirma que existe la necesidad del servicio de asesoría financiera, aprovechando de esta manera la demanda.

2. Según Kotler (2018) expresa que las estrategias de marketing es un análisis que engloba cuatro aspectos: precio, plaza, promoción y producto, lo que permitirá captar y fidelizar a los clientes, logrando así el reconocimiento de la marca. Como investigadoras respecto a estrategias de marketing se obtuvo como resultado que se deben usar medios online tales como redes sociales y página web y offline así tenemos: periódicos (la hora, el popular, el correo y trome), radios (antena 10, radio girasol, radio Piura y cutivalú), boletines y paneles publicitarios. En cuanto a precio, se halló que debe ser en promedio a S/ 500 soles por servicios a una mype. En el antecedente de Bobbio (2016) que se refiere a la elaboración de un plan de negocios para la cooperativa Apucenfro LTDA que demuestre la viabilidad en el acceso a los servicios a los socios de la cooperativa de servicios múltiples CENFROCAFE, se consiguió como resultado que la empresa debería mantener una participación activa en diferentes actividades agro-empresariales a través de auspicios, crear una la página web para brindar información, implementar una banca

móvil que permita a los clientes acceder en todo momento, asignar un personal que se dedique a la promoción de los servicios que brinda la empresa.

Esto quiere decir que la presente tesis tiene una estrecha relación respecto a los resultados de la investigación de Bobbio (2016), dado que ambas concluyeron que se deben diseñar e implementar los distintos medios sociales que actualmente se utilizan, a su vez tienen una gran ventaja de ser gratuitos, estar al alcance del usuario y tienen una amplia cobertura en el entorno. Con esto se cumpliría la teoría de Kotler (2018) quien manifiesta que las estrategias de marketing tienen el propósito de incrementar el número de clientes.

3. Según Armijo (2009) manifiesta que la planificación estratégica es una herramienta que consiste en formular la misión, visión, metas, objetivos estratégicos y análisis FODA de la empresa, todo ello se realiza para analizar la situación actual de la empresa y precisar a donde se quiere llegar. En la presente investigación, se obtuvieron los resultados de los componentes de la planificación estratégica para un plan de negocio de una empresa de asesoría financiera, los cuales son: la misión que es brindar a los microempresarios soluciones financieras fomentando el desarrollo económico; así también la visión que proyecta al 2022 ser una asesoría líder en la región Piura ofreciendo diversidad de servicios, causando impacto positivo a la sociedad; posteriormente, una de las metas es posicionar la marca en el mercado piurano; en lo referente a objetivo estratégico para el 2022, se tiene: Incrementar en un 50% la cartera de clientes; por otro lado, se encuentra la organización de la empresa que se constituye por un gerente, una secretaria, el personal de promoción, contador, asesor financiero y el operario de limpieza; luego de ello, se encuentran las estrategias del análisis FODA, las cuales son: aprovechar las capacitaciones de la SBS para actualizar los conocimientos del personal, realizar estrategias de marketing para dar a conocer los servicios y experiencia en el rubro, entre otras.

En el antecedente de Moreno y Borda (2011) referente a un plan de negocio para una empresa de consultoría con enfoque en servicios de tecnología e innovación para sectores de clase mundial en Colombia, se obtuvo como resultado que en la etapa de planificación estratégica, la organización de la empresa está conformado por una junta de socios, gerencia de operaciones y gerencia comercial; por otra parte, han considerado las estrategias del análisis FODA, las cuales son: contar con profesional idóneo, establecer



acuerdos con el ministerio de industria y comercio, realizar un plan de marketing para hacer conocida la marca, expandir la gama de servicios, aplicar técnicas innovadoras en los procesos para mejorar la calidad de servicio, entre otras mas.

Esto quiere decir que, la planificación estratégica es un factor importante del plan de negocio porque permite al emprendedor desarrollar acciones de manera coherente para el funcionamiento de las actividades de la empresa, tales como, la misión, visión, metas, objetivos estratégicos y análisis FODA, con esto se cumple lo que menciona el autor Armijo (2009). En otra instancia se tiene el antecedente de Moreno y Borda (2011) quienes en la etapa de planificación estratégica consideran la organización de la empresa y el análisis FODA; sin embargo, en los resultados del plan de negocio de la empresa de asesoría financiera se determinó el organigrama, la misión, visión, metas, objetivos estratégicos y análisis FODA.

4. Según Paredes (2010) menciona que el plan de operaciones determina la capacidad de producción que tendrá la empresa e identifica la distribución de las áreas. En la presente tesis, en lo que se refiere a plan de operaciones se obtuvo como resultados que las áreas de distribución para una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera son: un área de atención al cliente, otro ambiente designado para que los clientes esperen su turno de atención y los servicios higiénicos; por otro lado, en cuanto a capacidad de atención se tiene para el 2020 un programa de ventas de 120 con un U.C.I. del 10%, para el 2021 de 180 servicios con un U.C.I. del 15% mientras que para el 2024 de 360 servicios con un 30% de U.C.I.. En el antecedente de Castillo (2014) el cual es diseñar el plan de negocios para el funcionamiento de un “fast food” saludable en el centro comercial Real Plaza Piura, determino que las áreas de la empresa sería un ambiente de cocina, área de jugos, un espacio para el almacén y un ambiente para la atención de clientes, asimismo la capacidad de atención al primer año 2014 es de 3 056 personas, para el año 2015 se proyecta una atención de 3 123 mientras que para el 2018 es de 3 333 personas.

Esto quiere decir, que el plan de operaciones es un factor importante dentro del plan de negocio porque partir de ello se determina como sería el funcionamiento de este, además ayuda a identificar la distribución de las áreas de la empresa, con ello se cumple la teoría de Paredes (2010). Por otro lado, se reconoce que para una empresa que brinde servicios

de asesoría financiera no se necesitan tantas áreas como en el caso de la empresa “fast food”, finalmente se puede concluir que mientras en el negocio de comida saludable se puede tener una afluencia de público de manera diaria y llevar un control de esta forma, en la empresa de asesoría financiera el manejo de los clientes se establece de diferente forma, en este caso se consigna un control de cliente de manera mensual, desde otro punto de vista es importante mencionar que para ambos casos la capacidad de producción va incrementando.

5. Según la teoría de Saquilla (2013) expresa que estas evaluaciones sirven para diagnosticar si el plan de negocio es rentable económica y financieramente, esto se efectúa a través de los indicadores, tales como, valor actual neto (VAN), donde este debe  $> 0$ , la tasa interna de retorno (TIR)  $> 1$  y la relación beneficio/costo (B/C)  $> 0$ . En los resultados de la evaluación económica y financiera de la presente tesis se consiguió que el plan de negocio es rentable, debido a que los indicadores arrojaron resultados positivos, donde en la evaluación económica el VAN es de 85, 914, la TIR de 55% y la Relación beneficio/costo (B/C) es de 1.38, por otro lado en la evaluación financiera se obtuvo que el VAN fue de 94, 459, la TIR de 79% y la Relación beneficio/costo (B/C) de 4.23. Por otra parte, en el antecedente de Casalino (2017) que se refiere a evaluar la viabilidad del plan de negocio para una empresa de transportes turístico en la ruta Piura-Máncora, se halló como resultado que en la evaluación económica el VAN es de 97, 176.06 y el TIR de 74.1%, mientras que en la evaluación financiera el VAN fue de 99, 860.01 y el TIR de 26.09%, lo cual quiere decir que el plan de negocio es rentable.

Esto quiere decir que es de vital importancia realizar una evaluación económica y financiera, puesto que según Saquilla (2013) dice que existen tres indicadores para hallar la rentabilidad del plan de negocio, estos son: valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y la relación beneficio/costo (B/C); sin embargo, en el trabajo previo de Casalino (2017) sólo ha considerado dos de ellos el VAN y TIR, los cuales dieron resultados positivos, por lo que el plan de negocio fue viable; mientras que, en los resultados de la evaluación económica y financiera del plan de negocio de la empresa de asesoría financiera se ha utilizado los tres indicadores (VAN, TIR Y B/C), de los cuales se obtuvo datos positivos por lo que quiere decir que es rentable dicho negocio.

## V. CONCLUSIONES

1. El estudio de mercado determinó que existe una demanda insatisfecha, es decir, hay microempresarios que necesitan de los servicios de asesoría financiera, debido a que en la ciudad de Piura específicamente en el Distrito 26 de Octubre carece de empresas que ofrezcan de manera directa estos servicios. (Ver plan de negocio - capítulo estudio de mercado)
2. Las estrategias de marketing a implementarse son las redes sociales, página web, correo electrónico, asimismo, se utilizará el boletín de publicidad, que en su contenido se colocarán las ofertas y promociones de los servicios, también se difundirá información mediante periódicos de la región (La hora, El popular, Correo y Trome) y radios (Antena 10, Girasol, Nova y Piura), se diseñó la señalética para la empresa, además se determinaron los precios de los servicios, los cuales son: Para la gestión de créditos y préstamos ( S/ 300), Gestión de inversiones (S/ 350) y asesoría contable (S/ 500). Finalmente se propone que el negocio deberá contar con un sistema de riesgo, el cual es Sentinel, que permite filtrar a los clientes para tener una visión general de su perfil. (Ver plan de negocio – Capítulo estrategias de marketing).
3. En cuanto a la planificación estratégica está compuesta por la misión “ Brindar soluciones financieras de forma eficiente a las mypes, promoviendo el desarrollo económico y social en cada uno de nuestros clientes”; la visión “Ser una consultora líder a nivel regional brindando servicios de asesoría financiera particular, en donde se englobe una diversidad de servicios para ser reconocidos por nuestros colaboradores y clientes, asimismo causando impacto social positivo en Piura”, los objetivos estratégicos que se refiere a incrementar la cartera de clientes al 2022, y la organización que esta conformada por asesores, una secretaria, personal de promoción y de limpieza; finalmente se realizó un análisis interno y externo del negocio. (Ver plan de negocio – Capítulo planificación estratégica)
4. Respecto al plan de operaciones para la empresa Consultora “Grupo Crediticio” especializada en asesoría financiera, la demanda debe atender al año 2020 a 120 mypes, mientras que al año 2024 se debe atender a 360. Por otro lado, se realizó la descripción de los procesos de cada servicio, luego se determinó que la estructura física para una

empresa de este rubro comprende de tres ambientes, las cuales son: área de espera, otro para la atención del cliente y un espacio para los servicios higiénicos, asimismo es importante mencionar que este negocio se ubicará en la Urb. Santa Margarita cuya dirección será Mz EC Lote 33- VIII Etapa. (Ver plan de negocio - capítulo plan de operaciones)

5. La evaluación económica y financiera determinó que este plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera es rentable, debido a que se obtuvieron resultados positivos, donde los indicadores de evaluación económica, tales como, VAN= 85,914, TIR=55% y Relación Beneficio costo (B/C)=1.38; mientras los indicadores de evaluación financiera, tales como, VAN= 94,459, TIR=79% y Relación Beneficio costo (B/C)=4.23. (Ver plan de negocio - capítulo evaluación económica y financiera)

.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 1.** Existiendo un mercado potencial, es decir, habiendo un requerimiento de asesoría financiera, se recomienda a los accionistas que hagan viable este plan de negocio, por lo tanto, deben tener en cuenta que la información que se brinda en este futuro negocio incurriere en el mercado.
- 2.** Además de las estrategias de marketing a implementarse, deberán mantener actualizadas constantemente su página web, redes sociales, entre otros medios, publicando todo tipo de información referida a promociones, los servicios, eventos y temas financieros, logrando con esto mantener una relación activa con los clientes, asimismo realizar una constatación de post venta mensual para tener conocimiento de que tan satisfechos se encuentran los clientes.
- 3.** La implementación de las estrategias que han sido obtenidas en el análisis FODA para que la empresa pueda alcanzar las metas y objetivos estratégicos, convirtiendo de esta manera las amenazas en oportunidades, asimismo las debilidades en fortalezas.
- 4.** Deberá existir un proceso de control y evaluación de manera mensual de los servicios, tales como, gestión de crédito y préstamo, gestión de inversiones y asesoría contable, con la finalidad de evitar el incumplimiento de las tareas y la no realización de los objetivos y metas, así también efectuar cambios en ellos si es conveniente. Por otro lado, respetar la capacidad de producción, dado que se ha estipulado de acuerdo a las condiciones necesarias para brindar un servicio de calidad, donde se cumplan las expectativas de los clientes.
- 5.** En la implementación de las estrategias de marketing, del análisis FODA, entre otras, deberán realizarse un control y evaluación económica y financiera de manera mensual para determinar si la empresa está cumpliendo con los índices de rentabilidad previstos para así poder subsanar los pendientes de pagos de servicios, entre otros.

## **PLAN DE NEGOCIO**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente plan de negocio para una empresa consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura; presenta una demanda insatisfecha que espera ser atendida con el fin de satisfacer las necesidades de los microempresarios, procurando ante todo un servicio de calidad realizado con profesionalismo.

Por otro lado, que los dueños de mypes dispongan de los servicios de una asesoría financiera crean en ellos una ventaja competitiva en el mercado, debido a que les permitirán fijar metas coherentes y realistas en concordancia con el negocio que se pretende realizar, por ejemplo, al momento de administrar un ahorro, invertir en un negocio, entre otros tipo de instrucción financiera; para tal motivo desarrollamos esta idea de negocio la cual ofrecerá los servicios de asesoría contable, gestión de inversiones, gestión de créditos y préstamos.

La empresa de asesoría financiera se ubicara en la ciudad de Piura, Urb. Santa Margarita cuya dirección será Mz EC Lote 33- VIII Etapa- Distrito 26 de octubre; el cual tiene un mercado para el año 2020 de 5,326 demandantes, se trabajará teniendo un programa de ventas por los 5 años de 1200 servicios, generando ingresos de S/ 480,000.00 soles y la unidad de capacidad instalada (U.C.I) es de 10%, 15%, 20%, 25% y 30%; por consiguiente, las inversiones a precios de mercado arrojan un total de S/ 53,025.00, realizando 2 préstamos en una Entidad privada la cual será el BCP-Piura de S/ 10,000.00 y S/ 3,000.00; mientras que, el costo total en el primer año es de S/25,315.03, el flujo de caja económico para el primer año es de S/ 16, 270.69 y el flujo de caja financiero oscila para el primer año con un total de S/ 12,887.41.

Finalmente, se procedió a efectuar la evaluación económica y financiera del presente plan de negocio el cual fue realizado con los indicadores del VAN, donde se obtuvo para lo económico un resultado positivo de 85,914 y en el financiero de 94, 459; la TIR con resultado altamente rentable de 55% en lo económico y 79% en el financiero; y la relación Beneficio costo (B/C) es de 1.38 en lo económico y de 4.23 en el financiero.

## **CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES**

### **1.1.NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO**

“Plan de negocio para una empresa Consultora especializada en Asesoría Financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019”

### **1.2.RESPONSABLES**

Alburqueque Sobrino, Maria Rosa

Chapilliquén Cánova, Cinthia Paola

### **1.3.DESCRIPCIÓN**

En este plan de negocio se realizarán las acciones a ejecutar para la implementación de una empresa que brinde servicios de asesoría financiera. Es de mucha utilidad realizar esta estructura por la razón de que disminuye significativamente el riesgo de fracasar, además, esto permitirá tener una ventaja competitiva frente a los negocios del mismo rubro.

La distribución de este plan, comprende un estudio de mercado, el cual tiene como objetivo determinar si existe una demanda insatisfecha para este tipo de negocio; luego se elabora el plan de marketing con sus respectivos objetivos y estrategias referidas a producto, plaza, promoción y precio, cabe resaltar que no se va a realizar el factor plaza de las estrategias de marketing, dado que no se considera necesario en la presente investigación. Por otra parte, se realiza el planeamiento estratégico, donde se especifica la misión, visión, organización y un análisis FODA con sus respectivas estrategias. Después, se diseña un plan de operaciones, que no es otra cosa que detallar los procesos, los servicios, definir la distribución de los equipos en el lugar de trabajo. Finalmente, se procede a determinar si el negocio es rentable todo ello mediante un análisis económico – financiero.

El negocio en cuestión, brindará servicios de asesoría financiera, dentro de esto tenemos: gestión de créditos y préstamos, asesoría contable, finalmente gestión de inversiones. Esta idea de negocio llevará como nombre Grupocredito SAC, asimismo estará ubicada en el Distrito 26 de Octubre de la ciudad de Piura y se dirigirá a las mypes.

## **1.4.MARCO LEGAL**

La constitución de una empresa es un proceso mediante el cual una persona o un grupo de personas registran su empresa ante el estado para recibir los todos los beneficios de ser formales.

Pasos para constituir una empresa:

### **❖ Reservar el nombre en SUNARP**

Es un paso que se realiza antes de constituir la empresa. Para buscar y reservar el nombre de la empresa, primero tienes que ir a registros públicos, SUNARP. Se debe llevar el DNI vigente del titular o de los socios, caso contrario el pasaporte vigente y ya tienes que tener claro el tipo de empresa que deseas constituir. Para ello tiene que realizar 2 pasos:

- Búsqueda de los índices:

Tiene la finalidad de saber si es que existe un nombre igual o parecido al que le quieres colocar a tu empresa, el resultado es inmediato. En caso no exista una empresa con la misma razón social entonces procedes al siguiente paso.

- Solicitud de la Reserva del nombre de la persona jurídica a constituir:

Una vez que se comprueba que no existe otra empresa con el mismo nombre, se procede a llenar una solicitud para registrar el nombre, el cual es un formulario que se llena con el nombre de los socios, el domicilio fiscal, indicar que tipo de sociedad se requiere, finalmente especificar si es micro o pequeña empresa.

### **❖ Elaborar el acto constitutivo**

En este documento los miembros de la sociedad van a manifestar que desean constituir la empresa y para el expediente o minuta se va a necesitar dos copias del DNI del dueño o de los socios, si están casados se debe también anexar los DNI de los conyugues, dos copias de la búsqueda que se realizó en SUNARP con la reserva del nombre que se hizo. Asimismo, un archivo digital con el giro de la empresa y la lista de bienes para capital. Finalmente se anexa el formato de declaración jurada con la fecha de solicitud de la constitución.

Una vez listo el expediente, te diriges a la notaria de tu preferencia y se solicita la elaboración del acta constitutiva, el costo va depender de la notaria que se ha elegido.



### ❖ **Abono de capital y bienes**

En este paso, se va necesitar el DNI, pasaporte o carnet de extranjería; también el formato del acta constitutiva. Luego se apertura una cuenta en un banco para depositar el dinero de los socios, lo cual representa el aporte a la empresa.

Posteriormente se realiza un inventario de los bienes, detallando la cantidad y los costos de los bienes que se está poniendo cada miembro de los socios.

### ❖ **Elaboración de la escritura pública**

Después de haber realizado el acto constitutivo, se debe apersonar a notaria para que un notario lo verifique y eleve la Escritura Pública.

Se va generar la Escritura Pública, Testimonio de la sociedad o Constitución Social, lo cual es un documento que tiene como finalidad dar fe de que el acto constitutivo es legal. Cabe resaltar, que este documento tiene que estar sellado y firmado por el notario junto con la firma de los socios o participantes de la sociedad (se incluye a los conyugues en caso sea el caso).

Los requisitos en este caso serían: DNI o pasaporte de extranjería, el formato del acto constitutivo y el Voucher de depósito del dinero.

### ❖ **Inscripción en Registros Públicos**

En este caso, es el notario quien llevara a cabo este paso. Lo llevará a SUNARP para realizar la inscripción de la empresa en registros públicos.

### ❖ **Inscripción del RUC para persona jurídica**

El registro único de contribuyentes (RUC) es un número que identifica a una persona jurídica o natural como contribuyente. Este número contiene los datos de identificación de las actividades económicas.

Cada contribuyente tiene un RUC único y consta de once dígitos y es de uso obligatorio en toda declaración o trámite que se realice en SUNAT.

Los requisitos son:

- DNI o pasaporte de extranjería
- Escritura pública, testimonio de sociedad o Constitución Social Inscrita.
- Recibo de servicios actualizado (no mayor a 2 meses), ya sea de luz o agua.

- Formulario N° 2119: Solicitud de Inscripción o comunicación de afectación de tributos.

### **Licencia de Funcionamiento Municipal**

Requisitos:

- Entregar solicitud con carácter de declaración jurada, en donde tenga como asunto la petición de licencia de funcionamiento.
- En caso de no realizar la gestión el representante legal de la empresa, deberá otorgar una carta poder legalizada a la persona que se hará cargo de dicha diligencia.
- Finalmente, se realizará una verificación del local para observar las Condiciones de Seguridad, esta función se deriva a Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria.

**TABLA N°1**

**RESUMEN DE LOS GASTOS DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>JUSTIFICACIÓN</b>
<b>SUNAT</b>	S/ 90.00	Elaboración de facturas
<b>SUNARP</b>	S/ 8.00 S/ 42.00	Búsqueda del nombre Registro del nombre de la empresa.
<b>NOTARÍA</b>	S/ 300.00	Elaboración de minuta, en el cual se constituye legalmente la empresa.
<b>Municipalidad 26 de Octubre</b>	S/ 400.00	Licencia de funcionamiento
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 840.00</b>	

**Fuente: Elaboración propia**

### **1.5.CIUU**

Según (SUNAT, 2015) , el presente negocio tiene el siguiente código de acuerdo a la actividad económica: 6499 que corresponde a otras actividades de servicios financieros, excepto las de seguros y fondos de pensiones.

## **CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1. DELIMITACIÓN DEL ÁMBITO DE ESTUDIO**

El presente plan de negocio efectuará sus actividades en la ciudad de Piura, Urb. Santa Margarita Mz EC Lote 33- VIII Etapa (como referencia, por los condominios de Santa Margarita). Asimismo, se realizarán todos los análisis correspondientes para determinar el mercado insatisfecho.

### **2.2. DEFINICIÓN DE SERVICIOS**

**Gestión de Créditos y Préstamos:** Es un proceso en el que el asesor cumple la función de orientar al cliente desde la selección de la entidad financiera hasta el término de pagos de cuotas del crédito o préstamo. Asimismo, el asesor brindará las herramientas necesarias al usuario para efectuar de manera exitosa la operación como, por ejemplo, obtener una mejor tasa de interés.

**Gestión de Inversiones:** Aparentemente la administración del dinero es algo fácil y sencillo de realizar, sin embargo, es algo mucho más complejo. La gente diariamente efectúa movimientos de dinero y de alguna manera elabora la función de gestión del mismo. No obstante, en el caso de los microempresarios o inversionistas, necesitan de un asesor financiero, dado que los movimientos de capital, son de alguna manera montos elevados, el cual representa un riesgo al momento de invertir en caso de no ser correctamente administrados. Es por ello, que se tiene la necesidad de un asesor específicamente financiero que, con sus conocimiento y experiencia en este ámbito, disminuirá significativamente el riesgo de perder el capital.

**Asesoría Contable:** Es un servicio técnico que cumple funciones esenciales para la mype, dado que es la que realiza el control general contable con la finalidad de llevar una gestión eficiente, por otro lado, asume obligaciones legales que tienen que ver también con temas de contabilidad, de igual forma, maneja las cuentas y los estados financieros de la organización, administra los activos, diseña estrategias financieras para la toma de decisiones, etc. Es decir, disponer de este servicio permitirá a la empresa obtener resultados favorables en cuanto a su crecimiento y desarrollo.

## 2.3. ESPECIFICACIONES DE LOS SERVICIOS

**Gestión de Créditos o Préstamo:** En este caso, lo primero que realizará el asesor es la evaluación del estado actual del cliente, luego buscará la entidad apropiada y acorde a él, de igual forma, tiene como prioridad velar por los intereses del inversionista, entre otras funciones que desempeñará el asesor financiero siempre buscando la mayor comodidad y rentabilidad para el usuario.

**Gestión de Inversiones:** Este servicio, se da inicio con la evaluación del capital que dispone el inversionista, luego se escucha al cliente para saber sus necesidades, objetivos, que ideas tiene y si tiene el conocimiento necesario para llevar a cabo ese negocio, de igual forma ordenar y analizar las ideas para finalmente resolver y plantear estrategias acordes a las expectativas del cliente, de esta manera se busca reducir las posibilidades de fracasar en dicho negocio o disminuir el riesgo de perder el capital.

**Asesoría Contable:** Este servicio, inicia cuando el contador revisa la administración contable que presenta la empresa, esto dado que tiene que realizar un estudio de dichos documentos, posteriormente, efectúa un diagnóstico de la situación actual de la mype. Por otra parte, ejecuta funciones como: asesorar en los procesos contables para la toma de decisiones al microempresario, desarrolla los libros contables, diseña un registro contable de acuerdo a situación actual del negocio, elabora estrategias financieras, entre otras funciones de vital importancia para el crecimiento de la organización.

## 2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### 2.4.1 DEMANDA ACTUAL

Se realizó una encuesta a 371 microempresarios ubicados en el distrito 26 de octubre de la ciudad de Piura. Después de analizar dichos cuestionarios se obtuvo que la totalidad de encuestados están interesados en adquirir los servicios de la empresa de asesoría financiera, donde la frecuencia para solicitar estos servicios de acuerdo a los resultados se consiguió que 72 dueños de mypes optan de manera semanal, 107 mensual, 36 trimestral, 110 semestral y 46 anual.

### 2.4.2 ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

TABLA N°02	
Mypes del Distrito 26 de Octubre	
Años	Mypes
2014	10,000
2015	10,160

2016	10,895
2017	11,024
2018	11,229

**Fuente: Produce**

TABLA N° 03: DEMANDA HISTORICA								
AÑOS	MYPES DISTRITO 26 OCTUBRE	MYPES DEMANDANTES	DEMANDA SEMANAL	DEMANDA MENSUAL	DEMANDA TRIMESTRAL	DEMANDA SEMESTRAL	DEMANDA ANUAL	DEMANDA TOTAL (SERVICIOS)
2018	11,229	371	3,744	1,284	144	220	46	5,438

**FUENTE:** Encuesta aplicada a dueños de mypes / Produce

Elaboración propia

### 2.4.3 PROYECCIONES DE LA DEMANDA

Para efectuar las proyecciones de la demanda, se ha tenido en cuenta la aplicación de la fórmula del método exponencial, donde se ha considerado la tasa de crecimiento del PBI regional que corresponde al 2.2% anual.

TABLA N°04	
PROYECCIÓN DE DEMANDA (2020 - 2024)	
AÑOS	PROYECCIÓN
2020	5,680
2021	5,805
2022	5,933
2023	6,063
2024	6,196

**Fuente: Elaboración propia**

## 2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

### 2.5.1 OFERTA ACTUAL

En el distrito de Piura, existen un total 50 empresas registradas formalmente que ofrecen servicios similares al que se pretende ofrecer, asimismo el crecimiento del PBI regional corresponde al 2.2% anual.

Según la investigación que se realizó, se tiene como competencia indirecta a las siguientes empresas:

- ICR Consultores: Brinda servicios de consultoría contable, asimismo desempeña capacitaciones, asesoría de tesis e investigaciones, de igual forma en proyectos de inversión
- Asesoría Saavedra y asociados: La cual brinda servicios contables, empresariales y laborales cuyo objetivo es contribuir al desarrollo de la empresa.

- Estudio contable Aliaga y Asociados: Ofrece asesoramiento comercial, legal y tributario.
- Estudio contable Sosa Gutiérrez: Brinda servicios de asesoría en proyectos de inversión, contable y tributaria.

Es importante hacer hincapié que, según la encuesta aplicada a los microempresarios, se obtuvo que estos son asesorados en un 20.8% por un contador esto corresponde a 77 dueños de mypes, asimismo un promedio de 40,2% correspondiente a 149 microempresarios por un administrador, finalmente, el 17% que equivale a 63 microempresarios son asesorados por un abogado financiero.

<b>TABLA N°05 OFERTA DEL MERCADO</b>				
<b>EMPRESAS CON SERVICIOS SIMILARES</b>	<b>ASESORADOS POR UN ADMINISTRADOR</b>	<b>ASESORADOS POR UN CONTADOR</b>	<b>ASESORADOS POR UN ABOGADO</b>	<b>TOTAL</b>
50	149	77	63	339

Fuente: Encuesta aplicada a dueños de mypes

Elaboración propia

### **2.5.2 PROYECCIONES DE LA OFERTA**

<b>TABLA N°06</b>	
<b>PROYECCIÓN DE OFERTA (2020 - 2024)</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>PROYECCIÓN</b>
2020	354
2021	362
2022	370
2023	378
2024	386

Fuente:Elaboración propia

### **2.6 MERCADO DEL PLAN DE NEGOCIO-BALANCE DEL MERCADO**

<b>TABLA N°07</b>			
<b>MERCADO DEL PROYECTO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA ANUAL</b>	<b>OFERTA ANUAL</b>	<b>MERCADO INSATISFECHO</b>
2020	5,680	354	5,326
2021	5,805	362	5,443
2022	5,933	370	5,563
2023	6,063	378	5,685
2024	6,196	386	5,810

Fuente: Elaboración propia

Después de haber realizado el análisis de mercado, se llegó a la conclusión que esta idea de negocio si puede efectuar actividades en la ciudad de Piura, dado que en el distrito veintiséis de octubre existe una demanda que no ha sido cubierta.

### CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING

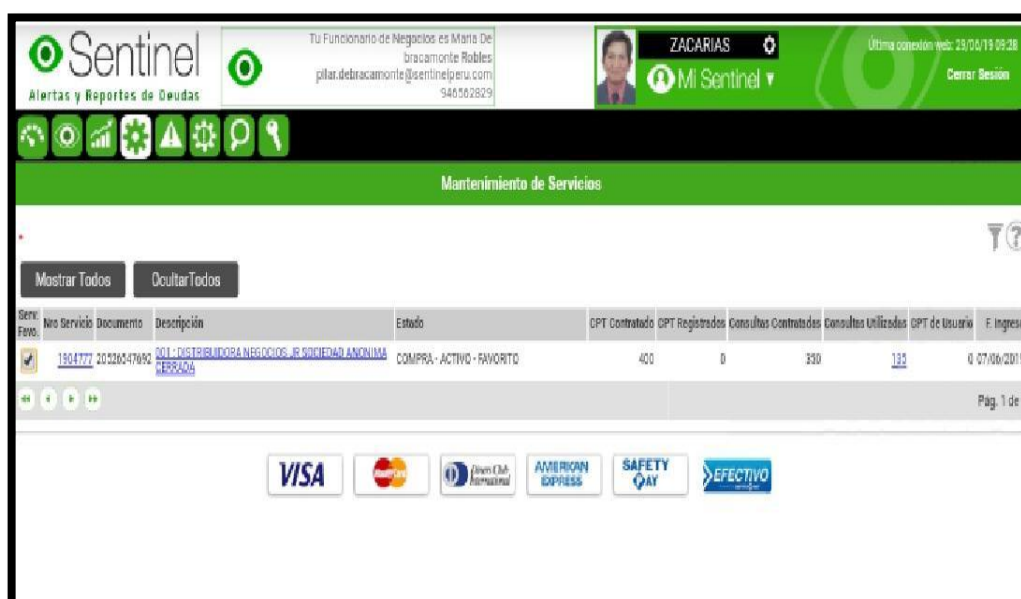
En esta etapa se describirá las estrategias de marketing mix que consiste básicamente en evaluar cuatro aspectos que son producto, precio, plaza y promoción, en este caso respecto a una empresa consultora especializada en asesoría financiera para mypes.

#### PRODUCTO/ SERVICIO

El servicio que se brindará se diferenciara de otras empresas que ofrecen servicios similares, en primer lugar, porque se dedicara exclusivamente a todo lo que es asesoría financiera para MYPES, muy diferente a la competencia que tiene varios rubros en un solo negocio.

Se brindarán tres tipos de servicios los cuales son gestión de crédito y préstamo, gestión de inversiones y asesoría contable. Estos son muy importantes porque muchos de los microempresarios serán asesorados en todo lo que es inversiones, gestión de créditos y préstamos con las distintas entidades financieras, de igual forma se realizará una evaluación del estado actual financiero del negocio, asimismo el planteamiento de estrategias para incrementar su capital, elaboración de PDT, llenado y presentación de libros contables, entre otros tipos de servicios.

La empresa Grupo Crediticio SAC contara con la central de riesgo la central de riesgo Sentinel, lo cual es muy importante para evaluar el estado actual financiero de los clientes, asimismo, es lo que la diferencia de los demás dado que no todas las empresas que brindan este servicio cuentan con un sistema de riesgo.



Finalmente, se menciona que la empresa cuenta con un logo atractivo, el cual es de color azul con anaranjado, asimismo está acorde al rubro que se pretende encaminar.



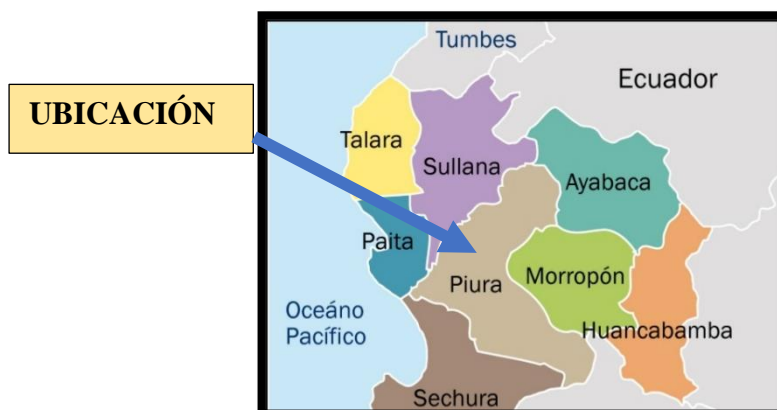
### **PLAZA**

Conforma uno de los factores de la mezcla de la mercadotecnia, conocida también como 4p. Se refiere a los canales de distribución para que el producto o servicio llegue al cliente, de igual forma se va realizar un estudio de macro y micro localización para establecer el lugar de atención al cliente, por otro lado, el servicio puede ser adquirido mediante página web, redes sociales y una central de llamadas telefónicas.

### **Estudio de Localización**

#### **Macro Localización**

El presente plan de negocio se ubicará en la ciudad de Piura, donde se desarrollarán las actividades correspondientes, para satisfacer la demanda insatisfecha de personas y empresas que requieran de los servicios de asesoría financiera



FUENTE: Comercio Internacional del Perú (Villanueva, 2017)



### Micro Localización

El lugar específico del desarrollo de las actividades será en la Urb. Santa Margarita cuya dirección será Mz EC Lote 33- VIII Etapa, la misma que se encuentra en una zona estratégica con gran demanda de clientes que esperan ser atendidos con los servicios que se ofrecerán.



FUENTE: (GOOGLE, 2019)

### **Señalética Corporativa:**

La empresa recurrirá a la estrategia de la señalética para que los clientes tengan mayor facilidad de ubicar el negocio, esto quiere decir, que este recurso sirva como guía para orientar a los clientes.

Seguidamente se coloca un boceto de señalética para la empresa:



## PRECIO

En esta fase se determinan los precios de los servicios que se brindaran. Dichos precios se establecen mediante un sondeo de mercado que fue efectuado por una entrevista dirigida a un abogado financiero, administrador y contador, a continuación, se detalla el precio por cada uno de los servicios:

SERVICIO	PRECIO (S/)
Gestión de crédito y préstamo	300
Gestión de Inversiones	350
Asesoría Contable	500

## PROMOCIÓN

Grupo crediticio desarrollará actividades de promoción para dar a conocer el nombre y marca de la empresa. A continuación, se describen dichas propuestas:

### **Página WEB:**

Este documento de tipo electrónico, será de mucha ayuda porque sirve para informar de noticias, casos, novedades de la empresa, entre otras cosas que serán de utilidad para el cliente.



**LINK:** <https://alburquequesobrino.wixsite.com/grupocrediticio>

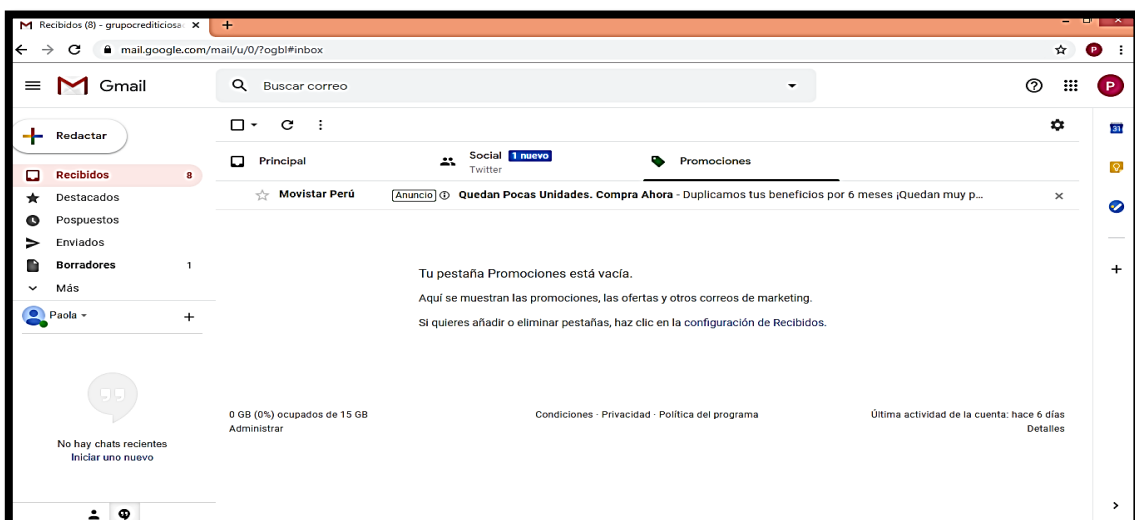
## Página de Facebook:

Es una cuenta comercial, en la cual se puede publicar todo de noticias relacionadas al rubro financiero, asimismo ayudará con la publicación o difusión de promociones y descuentos que otorgue la empresa.



## Correo electrónico:

Este servicio permitirá el intercambio de mensajes con los clientes, asimismo es de mucha utilidad porque se pueden enviar y recibir archivos y documentos. Es importante decir que es un medio mucho mas formal que los ya mencionados.



## Página de Twitter:

Es una red, va permitir que se pueda enviar y recibir mensajes con los clientes, de igual forma es muy útil para publicar fotos, anuncios o información relevante de la empresa o de temas relacionados al servicio que se brinda.



## Boletín de publicidad:

Es un método de publicidad que se utiliza para proporcionar información al público, asimismo cumple la función de fidelizar al cliente, captar a cliente potenciales, etc.



## Radio:

Es un medio de comunicación que se utiliza para transmitir noticias nacionales e internacionales, además se emite música y sirve como mecanismo para promocionar servicios y/o producto de negocios.

Mediante la encuesta realizada se llegó a la conclusión que la información de los servicios de la empresa Grupo Crediticio SAC, se promocionará mediante las siguientes emisoras de radios, dado que estas son las preferidas por los dueños de mype:



### Periódicos:

Al igual que la radio, el periódico es un medio de comunicación masivo, en el que se publica de manera escrita noticias locales e internacionales, asimismo, cuenta con un espacio de entretenimiento (chistes, el horóscopo, sección educativa, etc.). En este caso se considera este medio publicitario para promover los servicios de la empresa, a continuación, se nombran los periódicos preferidos por los microempresarios de veintiséis de octubre:



Es importante mencionar que de manera periódica serán publicadas tanto en las redes sociales, los periódicos de la región, radios, paneles publicitarios, etc. Las ofertas y/o promociones que la empresa Grupo Crediticio SAC brindará a los clientes.

A continuación, un ejemplo de spot publicitario:





## **CAPÍTULO IV: PLAN OPERATIVO**

En esta etapa se realiza el estudio del tamaño del plan de negocio, lo cual hace referencia a la capacidad de atención, luego se describen los procesos para llevar a cabo los servicios que ofrecerá la empresa, posteriormente se especifican los equipos que se utilizarán para el funcionamiento de este negocio. Por otra parte, se determinan las áreas del establecimiento en que se posicionara la empresa, finalmente se efectúa el programa de trabajo de este plan de negocio.

### **4.1. ESTUDIO DEL TAMAÑO DEL PLAN DE NEGOCIO**

En este apartado se desarrolla la capacidad de producción que consiste en realizar un pronóstico de atención a dueños de mype; donde el nivel máximo de los servicios disponibles es permanente, los cuales se encuentran representados por 1 turno diario cuyo horario de trabajo es de 10:00 a.m. a 6:00 p.m. (8 horas), atendiendo los 12 meses del año de Lunes a Sábados (6 días a la semana) teniendo así un total de 24 días al mes.

Teniendo en cuenta la entrevista realizada al abogado financiero, administrador y contador, para efectuar el servicio de gestión de crédito y préstamo, la empresa Grupo Crediticio SAC considera una capacidad para atender mensualmente a 25 dueños de mype, mientras que para el servicio gestión de inversiones la capacidad de atención mensual es 33 dueños de mype y para el servicio de asesoría contable es una capacidad de 41 atenciones; por lo tanto, esto hace un total de capacidad de atención mensual de 99 atenciones.

**TABLA N°08**

#### **CAPACIDAD DE ATENCIÓN PARA LOS SERVICIOS DE ASESORIA FINANCIERA**

<b>Servicios</b>	<b>Atención de dueños de mype al mes</b>	<b>Atención de dueños de mype al año</b>
Gestión de crédito y préstamo	25	300
Gestión de inversiones	33	400
Asesoría contable	41	500

**Fuente: Elaboración propia**

**TABLA N° 09**

**CANTIDAD DE ATENCIÓN MENSUAL DE DUEÑOS DE MYPES PARA EL 2020**

Turno	Gestión de Crédito Y Préstamo	Gestión de Inversiones	Asesoría Contable	Total de Atención Mensual	Total de Atención Anual
1	3	3	4	10	120

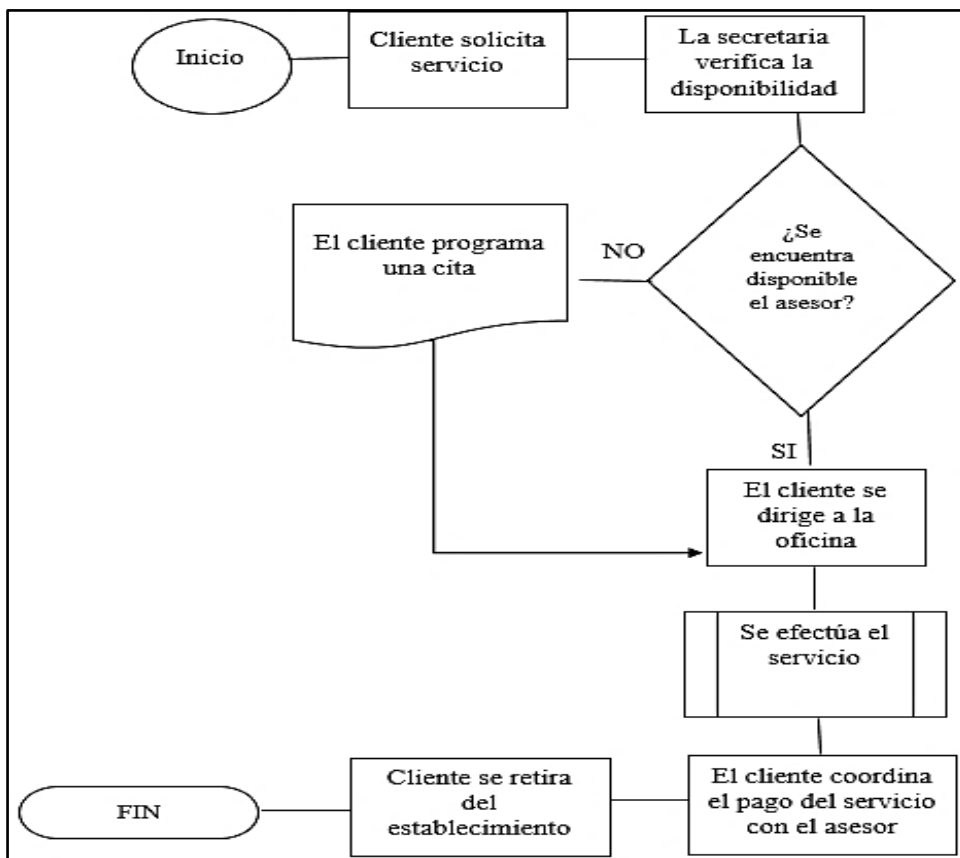
Fuente: Elaboración propia

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A ATENDER	%
2020	5,326	120	2.25%
2021	5,443	180	3.31%
2022	5,563	240	4.31%
2023	5,685	300	5.28%
2024	5,810	360	6.20%

Fuente: Elaboración propia

**4.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN**

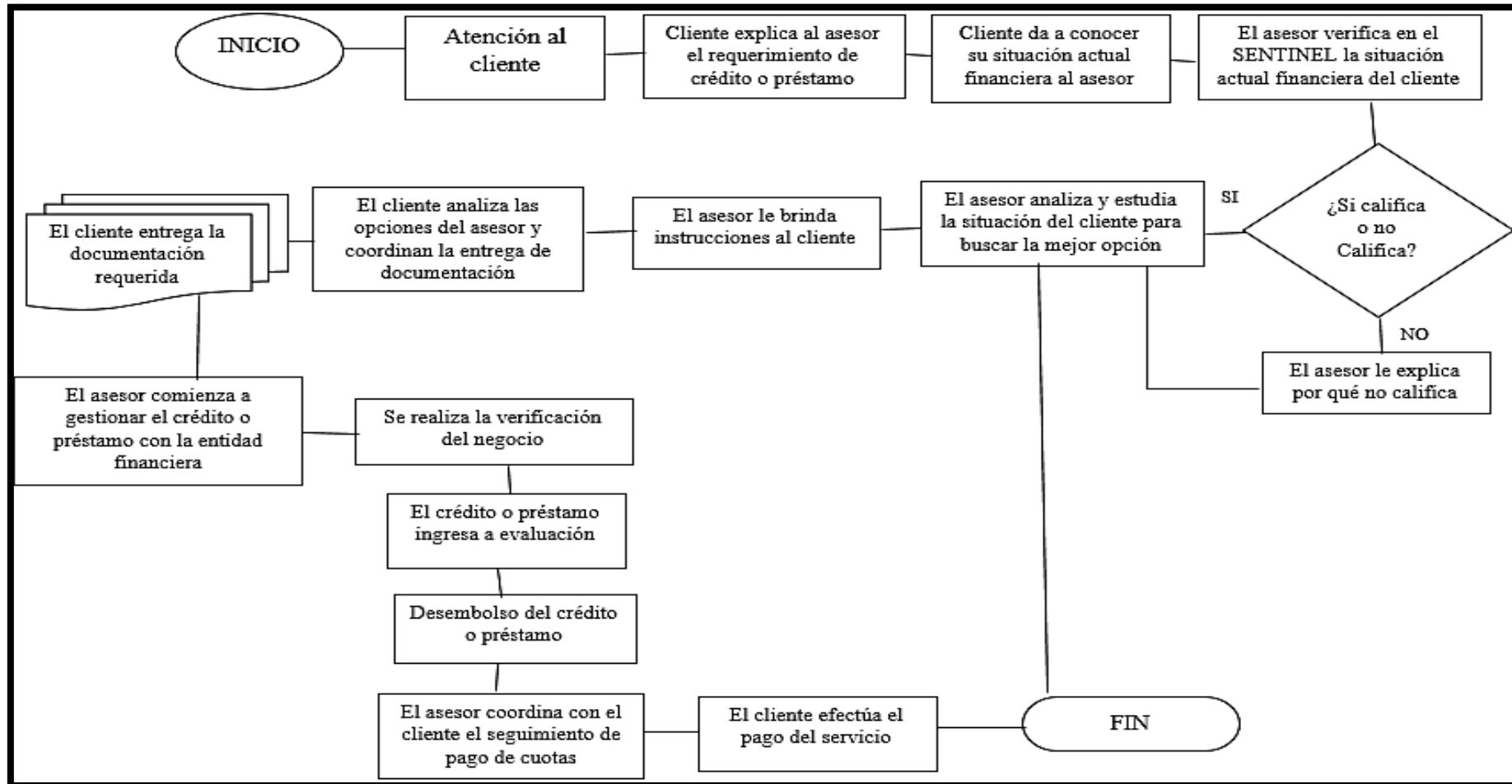
**PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**



Elaboración propia

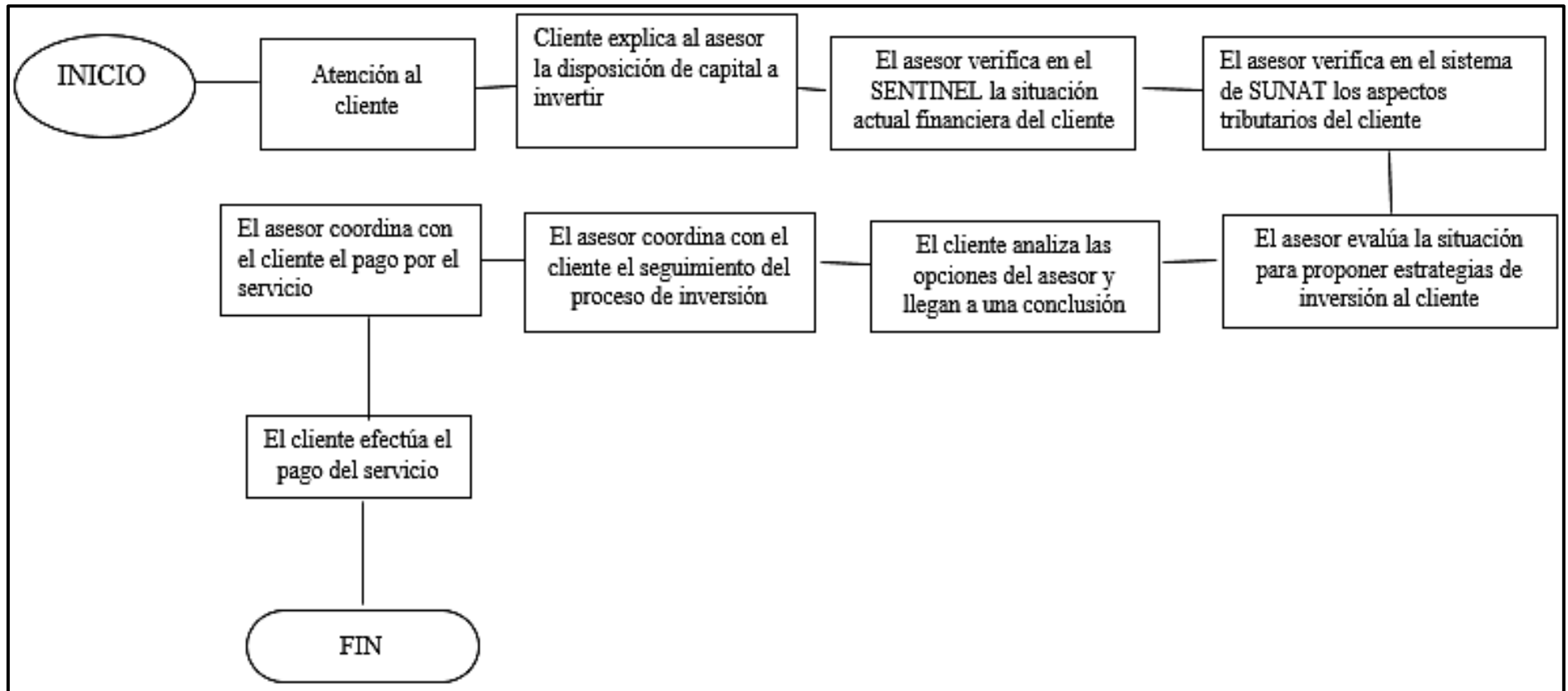


## PROCESO DEL SERVICIO DE GESTIÓN DE CRÉDITO Y PRÉSTAMO



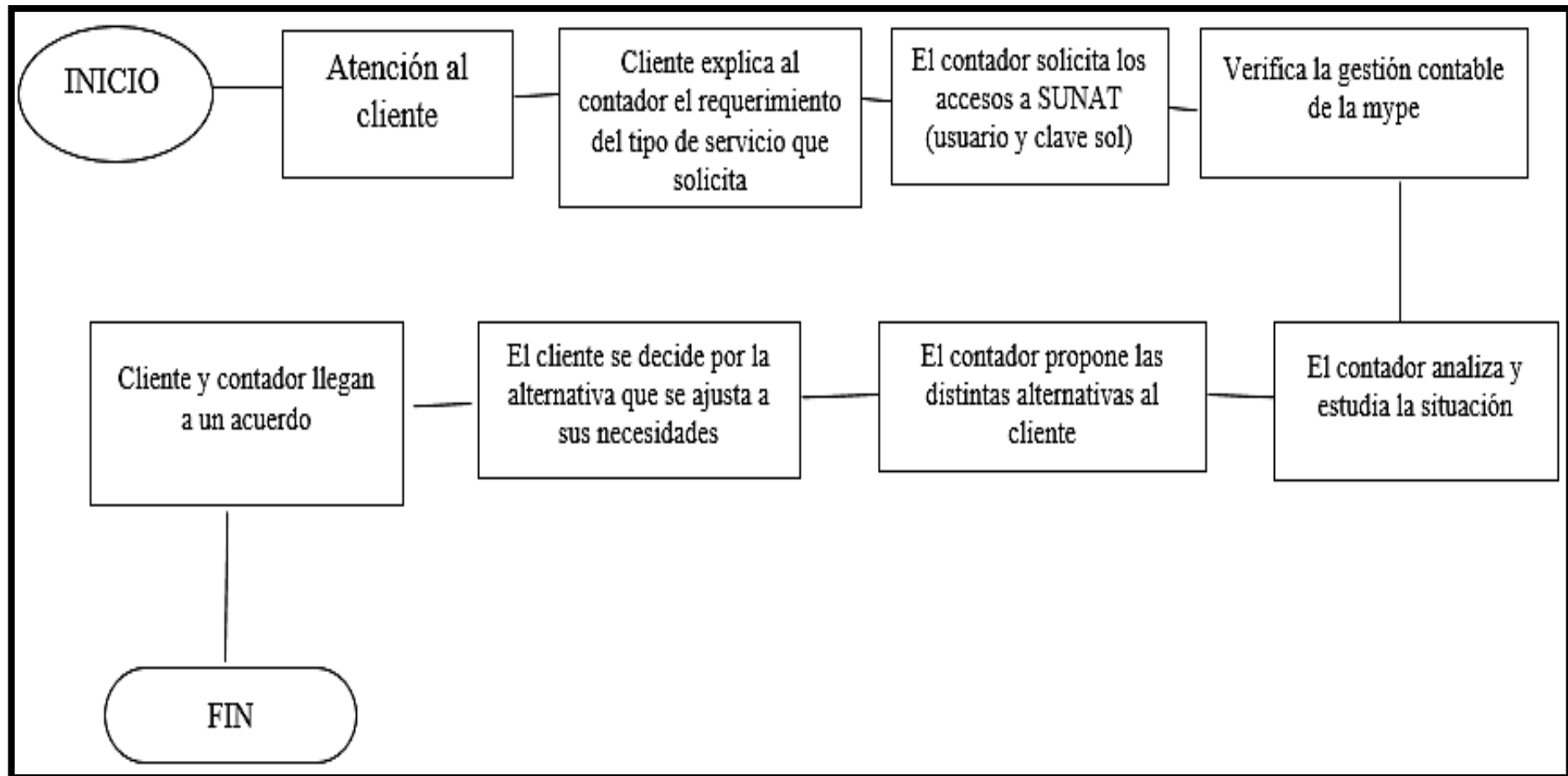
Elaboración propia

## PROCESO DEL SERVICIO DE GESTIÓN DE INVERSIONES



Elaboración propia

## PROCESO DEL SERVICIO ASESORÍA CONTABLE



Elaboración propia

### 4.3. SELECCIÓN Y ESPECIFICACIONES DE EQUIPOS

Para el presente plan de negocio se consideran los siguientes equipos que serán parte de la empresa Consultora especializada en Asesoría Financiera para el desarrollo de las actividades diarias, asimismo en cada uno de ellos se encuentran detalladas las especificaciones técnicas:

EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
<p data-bbox="347 551 707 584"><b>MÁQUINA POKET POS</b></p> 	<ul data-bbox="786 551 1287 976" style="list-style-type: none"><li>• Compatible para tarjetas débito y crédito que sean VISA, MasterCard, entre otras.</li><li>• Inalámbrico, portátil</li><li>• Funciona a través de una aplicación en el celular o PC.</li><li>• Se conecta al Wifi o datos de internet.</li></ul>
<p data-bbox="416 1059 639 1093"><b>VENTILADOR</b></p> 	<ul data-bbox="786 1059 1287 1373" style="list-style-type: none"><li>• Ventilador modelo torre</li><li>• 3 velocidades</li><li>• Ventilación mediante rejilla metálica en forma vertical.</li><li>• Con opción a disminuir el volumen del sonido.</li></ul>
<p data-bbox="504 1496 552 1529"><b>TV</b></p> 	<ul data-bbox="786 1496 1190 1697" style="list-style-type: none"><li>• Pantalla plana</li><li>• Con acceso a conexión Wifi</li><li>• Full HD</li><li>• Tamaño: 22 Pulgadas</li></ul>

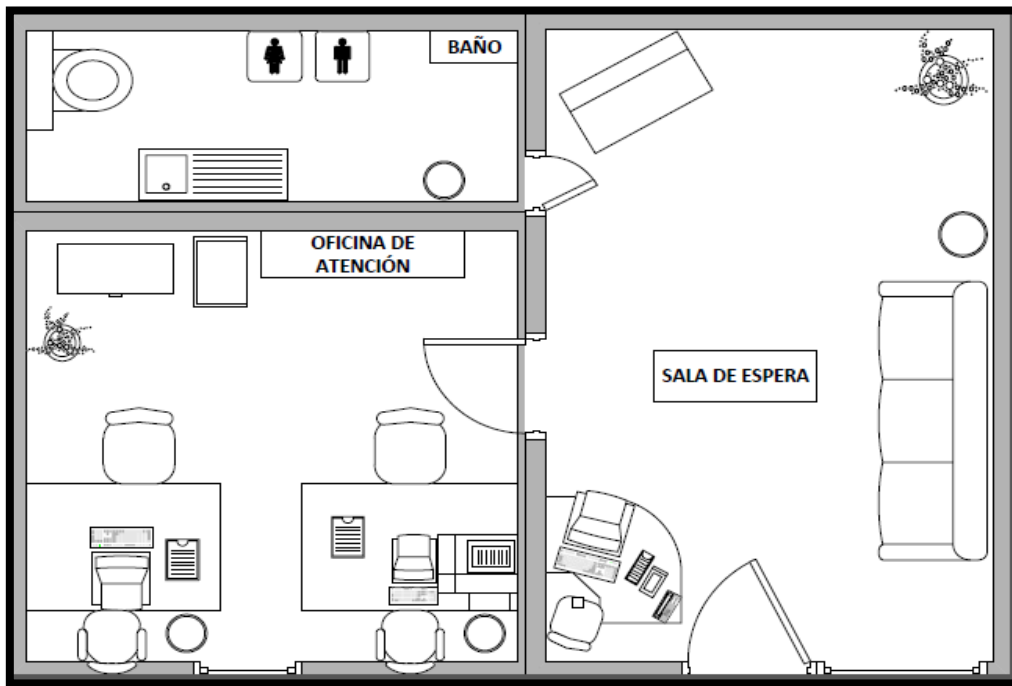
<p style="text-align: center;"><b>IMPRESORA</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Multifuncional</li> <li>• Tinta recargable</li> <li>• Conexión a Wifi</li> <li>• Realiza impresiones, fotocopias y escaneos.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>LAPTOP</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portátil</li> <li>• Procesador Intel</li> <li>• Core I-5</li> <li>• Capacidad de memoria RAM 4GB</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>TELÉFONO FIJO</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alámbrico</li> <li>• Se pueden realizar llamadas locales, nacionales e internacionales.</li> <li>• Modelo F317</li> <li>• Alta voz incluido</li> </ul>

**Elaboración propia**

#### **4.4.DISEÑO DE LA ESTRUCTURA Y DISTRIBUCIÓN DE LOS EQUIPOS**

En el presente plan de negocio para una empresa Consultora especializada en Asesoría Financiera, se diseña la estructura física en un área de 40  $m^2$ , la cual será habilitada en un local propio de una de las socias, donde se dispondrá de los siguientes espacios: una Sala de espera, un baño y una oficina de atención al cliente. En el siguiente gráfico se muestra el croquis de la empresa y una tabla con la distribución de los equipos en los espacios:

## Croquis Para La Empresa Consultora Especializada En Asesoría Financiera



Área = 40m<sup>2</sup>

Elaboración propia

**Tabla N° 10: Distribución de los equipos en los espacios**

En cada espacio de la empresa Consultora especializada en Asesoría Financiera se dispondrá de los siguientes equipos:

Lugar	Equipo
Sala de espera	Laptop Ventilador Tv Máquina POKET POS Teléfono Impresora
Oficina de Atención al cliente	Laptop Impresora Ventilador

Elaboración propia

#### 4.5. PROGRAMA DE TRABAJO

Para el presente plan de negocio se considera el siguiente programa de trabajo, donde se encuentran las actividades a ejecutarse de la empresa Consultora Especializada En Asesoría Financiera, las cuales se llevarán a cabo de manera mensual y harán posible el desarrollo de este negocio, por otra parte, es de vital importancia realizar este plan de trabajo porque generará una mejor organización para implementar la empresa.

Actividades	Tiempo (mes)				
	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
<b>Consultora Especializada En Asesoría Financiera</b>					
1. Estudio de mercado	X	X			
2. Gestión de préstamos en la entidad financiera BCP Piura	X				
3. Constitución de la empresa (Marco legal)	X	X			
4. Habilitación del local		X			
5. Adquisición de equipos, muebles y enseres			X		
6. Obtener usuario y contraseña en el sistema SENTINEL			X		
7. Selección de personal			X		
8. Realización de boletines, página web, Facebook, otros				X	
9. Capacitación de personal				X	
10. Inicio de Actividades					X

**Fuente: Elaboración propia**

## **CAPÍTULO V: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

En esta etapa se determinan los aspectos muy importantes dentro del plan de negocio, esto debido a que esta fase contiene la razón de ser de la empresa con su respectiva visión, por otro lado, se define cuáles son los objetivos y metas de este negocio. Finalmente, se efectúa el organigrama de la empresa, de igual manera se procede a realizar el análisis FODA.

### **5.1. MISIÓN**

Brindar soluciones financieras de forma eficiente a las mypes, promoviendo el desarrollo económico y social en cada uno de nuestros clientes.

### **5.2. VISIÓN**

En el 2022:

Ser una consultora líder a nivel regional brindando servicios de asesoría financiera particular, en donde se englobe una diversidad de servicios para ser reconocidos por nuestros colaboradores y clientes, asimismo causando impacto social positivo en Piura.

### **5.3. METAS**

- Brindar capacitación a los colaboradores para ser reconocidos como una empresa que brinda un servicio de calidad.
- Hacer conocida nuestra marca a través de la implementación de un plan de marketing.
- Posicionar la empresa en el mercado piurano convirtiéndola en una marca conocida y reconocida por los clientes.

### **5.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- Desarrollar y promocionar los servicios de asesoría financiera en un 75% con precios accesibles beneficiando a los clientes en los próximos tres años.
- Incrementar el portafolio de clientes en un 50% en múltiples sectores para el año 2022.
- Incrementar en un 70% la visibilidad de la empresa vía online con las diferentes redes sociales.

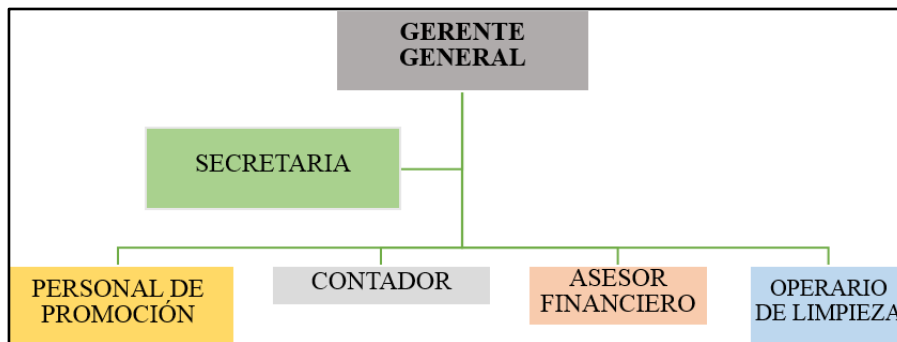


## 5.5 VALORES

Dado que esta empresa que brindará servicios de asesoría financiera, es de mucho interés combinar fines éticos y financieros. Los valores son:

- Respeto
- Responsabilidad
- Compromiso
- Honestidad

## 5.5. ORGANIZACIÓN



**Elaboración propia**

### GERENTE GENERAL

#### FUNCIONES

- Gestionar los servicios que ofrece la empresa de asesoría financiera, teniendo amplia capacidad de liderazgo y adaptación a los nuevos cambios respecto a las preferencias, gustos y tendencias que los clientes van adquiriendo a través del tiempo.
- Promover un clima laboral óptimo para los colaboradores de la empresa, de esta manera desempeñen sus funciones motivados generando mayor productividad, siendo esto muy importante porque las personas dedicadas a la atención al cliente son el rostro que la empresa muestra a los usuarios.
- Realizar las planificaciones, coordinaciones y controles de las actividades y estrategias del negocio, todo ello con el objetivo de velar por los intereses de los clientes.
- Realizar seguimiento a las inversiones de los clientes y brindar las facilidades para la gestión de las mismas.

## **REQUISITOS**

- Ser titulado(a) en carreras a fines de administración de empresas o ingeniería empresarial y con una experiencia mínima de 2 años en puestos similares.
- Poseer aptitudes y habilidades de trabajo en equipo, dominio de negociación, visionario y características de liderazgo.

## **SECRETARIA**

### **FUNCIONES**

- Recepcionar los documentos, revisar el correo de la empresa y recibir las llamadas
- Atender al cliente y según sus necesidades derivarlo al área correspondiente
- Distribuir los documentos de gerencia a las áreas
- Redactar documentos
- Revisar la agenda del gerente

### **REQUISITOS**

- Técnica en secretariado ejecutivo con experiencia mínima de 1 año
- Manejo de programas básicos (Word, Excel, entre otros)
- Ser dinámica, proactiva y cordial

## **ASESOR FINANCIERO**

### **FUNCIONES**

- Escuchar y atender al cliente, transmitiendo respeto, confianza y tranquilidad.
- Identificar las necesidades de los clientes.
- Filtrar en la central de riesgo a la empresa o persona, para visualizar el panorama total de su récord e historial crediticio. Esto se hace para evaluar los datos del cliente, identificar cómo salda sus deudas, verificar que tipo de antecedentes crediticios posee, informarse respecto a las deudas coactivas o multas, entre otros aspectos importantes al momento de asesorar al cliente.
- Diseñar estrategias de inversión y comercio velando por los intereses del cliente.
- Dar seguimiento del historial crediticio del cliente.
- Llevar un control diario, ordenado y detallado de las transacciones que se realizan con los clientes.

- Identificar mercados potenciales y diseñar estrategias para poder acceder a dichos mercados.

## **REQUISITOS**

- Ser un profesional titulado en carreras como derecho, economía, ingeniería empresarial, administración, ingeniería industrial y carreras afines.
- Tener amplia experiencia en temas financieros.
- Mantenerse actualizado a los cambios y novedades de la economía del país, tener conocimiento de los negocios en decadencia y rubros en auge.
- Poseer la vocación de servicio para poder escuchar y comprender las necesidades del cliente.
- Tener capacidad de liderazgo con actitudes positivas frente a los cambios y posibles problemas.
- Ser una persona analítica con la capacidad de formular estrategias para solucionar problemas tanto de la empresa como problemas externos de los clientes.

## **CONTADOR**

### **FUNCIONES**

- Llevar un control de los ingresos y egresos de la empresa.
- Realizar las declaraciones a SUNAT de manera oportuna.
- Apertura de libros de contabilidad de la empresa.
- Desarrollar un sistema de contabilidad.
- Asesorar en la toma de decisiones al microempresario.
- Elaborar los estados financieros de los clientes para presentar a las entidades financieras.
- Realizar las gestiones empresariales que requieran las mypes.

### **REQUISITOS**

- Ser una persona con valores y principios para ejercer sus funciones correctamente.
- No tener antecedentes penales.
- Tener una experiencia mínima de un año.
- Ser contador colegiado (CPC)

## **PERSONAL DE PROMOCIÓN**

### **FUNCIONES**

- Realizar campañas de promoción en zonas dentro y fuera de Piura.
- Estar constantemente recomendando nuestros servicios.
- Estar actualizándose respecto a los cambios de las políticas de la empresa, asimismo informarse sobre los temas de interés en este rubro para poder atender y responder a las consultas de los clientes.
- Asistir a las capacitaciones que programe la empresa.
- Estar en constante comunicándose con los asesores financieros, para que sean ellos quienes los orienten y sean guía de sus acciones.
- Reunir la documentación que haya solicitado el asesor a los clientes.

### **REQUISITOS**

- Ser proactivo, tolerante y dinámico
- Tener estudios secundarios concluidos.
- Que tenga facilidad de palabra, asimismo que tenga la capacidad de socializar rápidamente con la gente.
- Ser empático
- Buena presencia, esto quiere decir que sea muy correcto para expresarse, vestirse, etc.

## **OPERARIO DE LIMPIEZA**

### **FUNCIONES**

- Mantener limpio y ordenado el área interna y externa de trabajo.
- Limpiar los bienes tangibles de la oficina, tomando las precauciones necesarias para no dañarlo.
- Estar atento para realizar la reposición de los materiales tales como papel higiénico, jabón líquido, entre otros.

### **REQUISITOS**

- Tener la capacidad de realizar varias funciones en un ambiente activo y dinámico.
- Ser organizado, detallista, responsable y respetuoso en sus labores.
- Poseer una actitud positiva y ser amable con los clientes.

## 5.6. ANÁLISIS FODA

<p style="text-align: center;"><b>ASESORIA FINANCIERA</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p><b>F1-</b> Personal idóneo en cada uno de los servicios que brindará la empresa</p> <p><b>F2-</b> Ubicación estratégica</p> <p><b>F3-</b> Amplia experiencia en el giro del negocio</p> <p><b>F4-</b> Contar con un sistema riesgo</p>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p><b>D1-</b> Desconocimiento del rubro en Piura</p> <p><b>D2-</b> Asesoría financiera con servicios limitados</p> <p><b>D3-</b> Poca actualización en temas financieros por parte del personal</p> <p><b>D4-</b> Capital limitado</p>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p><b>O1-</b> Capacitaciones de la SBS</p> <p><b>O2-</b> Captar clientes potenciales</p> <p><b>O3-</b> Ser auspiciadores de cursos de la rama financiera</p> <p><b>O4-</b> Expansión del negocio a nivel nacional</p>	<p><b>F2O2-</b> Dado que el negocio está ubicado estratégicamente, hacer este aún más llamativo con paneles publicitarios para la captación de clientes potenciales.</p> <p><b>F3O4-</b> Utilizar nuestro conocimiento del rubro para enviar colaboradores a zonas estratégicas buscando así expandir la empresa.</p>	<p><b>D3O1-</b> La gerencia de la empresa inscribirá a los colaboradores de la misma a capacitaciones que brinde la SBS para que se mantengan informados y actualizados respecto a temas financieros.</p> <p><b>D1O3-</b> Grupocrediticio busca dar a conocer sus servicios manteniéndose activo en cursos de la rama financiera que se brinden en colegios, entidades del estado, universidades, empresas, entre otros.</p>

<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p><b>A1-</b> Fenómenos naturales</p> <p><b>A2-</b> Ingreso de nuevas empresas con el mismo rubro</p> <p><b>A3-</b> Cambio de políticas en las entidades financieras</p> <p><b>A4-</b> Incredulidad y desconfianza de los clientes potenciales hacia el equipo de trabajo.</p>	<p><b>F1A3-</b> El personal idóneo planteará nuevas estrategias para generar un ambiente de confianza entre el personal de la empresa con la finalidad de lograr la adaptación a los constantes cambios que se realizan en las entidades financieras.</p> <p><b>F4A2-</b> Contar con un sistema de riesgo creará una ventaja competitiva frente a otras empresas que no cuenten con dicho servicio, asimismo no tienen la orientación y el conocimiento para su manejo.</p>	<p><b>D2A1-</b> Cuando Piura es afectada por fenómenos naturales no se puede trabajar con los préstamos y créditos que otorgan los bancos a los clientes, por la razón de que estos ajustan sus políticas a la situación económica de la población, entonces nuestra empresa deberá ampliar sus servicios y enfocarse en otras actividades que pueda brindar un asesor financiero para generar ingresos y mantenerse en el mercado.</p> <p><b>D4A4-</b> Dado que se tiene un capital limitado se realizará estrategias de marketing utilizando las redes sociales, en donde se dé a conocer la experiencia en el rubro y amplia trayectoria mediante las referencias de clientes fijos con los que trabaja la empresa, de esta manera promover confianza en los posibles usuarios dudosos de adquirir este servicio.</p>
---	---	--

**Elaboración propia**

## CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA

En este capítulo se detalla las inversiones que corresponden al plan de negocio, asimismo se determinará las fuentes de financiamiento, esto va de la mano con el aporte de las socias y préstamo que se realizará en una entidad financiera en este caso en el BCP. Posterior a esto, se lleva a cabo el presupuesto de costo, ingresos y se efectúa los estados financieros. Por otro lado, para determinar la rentabilidad de negocio se procede a ejecutar la evaluación económica y financiera.

### 7.1. INVERSIONES

En este apartado se realizan las tablas donde se determinan las inversiones fijas tangibles (proyectadas a 5 años), asimismo las inversiones intangibles; luego, se efectúa el capital de trabajo, todo ello tiene una proyección de 3 meses; posteriormente, se muestra el cuadro resumen de la inversión del plan de negocio, en el cual se colocan los totales de inversión fija y capital de trabajo. Por otro lado, se ejecuta la operación para obtener un porcentaje en la inversión fija y capital de trabajo, donde la sumatoria de ambos dará el 100%.

<b>TABLA N° 11: MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Juego de Escritorio	4	S/850.00	S/3,400.00
Estante de metal	2	S/150.00	S/300.00
Silla de oficina	3	S/70.00	S/210.00
Silla de espera (4 Cuerpos)	1	S/180.00	S/180.00
Armario	1	S/350.00	S/350.00
<b>Fuente: Elaboración Propia</b>			<b>S/4,440.00</b>

<b>TABLA N° 12: MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
ventilador	2	S/100.00	S/200.00
Laptop	4	S/1,500.00	S/6,000.00
Impresora	2	S/650.00	S/1,300.00
TV	1	S/1,200.00	S/1,200.00
Maquina POKET POS	1	S/140.00	S/140.00
<b>Fuente: Elaboración Propia</b>			<b>S/8,840.00</b>

<b>TABLA N° 13</b>			
<b>Gastos preoperativos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit.</b>	<b>Total(s/)</b>
Habilitación del local	1	S/1,500.00	S/1,500.00
<b>Fuente: Elaboración Propia</b>			

<b>TABLA N° 14</b>			
<b>PUESTA EN MARCHA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>TOTAL(S/)</b>
Capacitación del personal	1	S/1,200.00	S/1,200.00
<b>Fuente: Elaboración Propia</b>			<b>S/. 1,200.00</b>

<b>TABLA N° 15: CAJA Y BANCOS</b>			
<b>CAJA Y BANCO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Útiles de oficina	3	S/ 10.00	S/ 30.00
Papelera	4	S/10.00	S/ 40.00
Polos	6	S/25.00	S/ 150.00
bolsas para desechos (pqt)	3	S/8.00	S/ 24.00
Trapeador	1	S/10.00	S/ 10.00
Escoba	1	S/8.00	S/ 8.00
Kit de limpieza	3	S/10.00	S/ 30.00
Energía eléctrica	3	S/100.00	S/ 300.00
Agua	3	S/50.00	S/ 150.00
Trio de telefonía	3	S/139.00	S/ 417.00
Publicidad	3	S/1,500.00	S/ 4,500.00
Sunat (declaraciones)	3	S/300.00	S/ 900.00
Sistema SENTINEL	3	S/450.00	S/ 1,350.00
Sellos Trodat	3	S/50.00	S/ 150.00
Perforador	2	S/6.00	S/ 12.00
Grapador	2	S/7.00	S/ 14.00
Alquiler de local	1	S/1,000.00	S/ 1,000.00
Archivadores	6	S/5.00	S/ 30.00
<b>Fuente: Elaboración Propia</b>			<b>S/9,115.00</b>

<b>TABLA N°16: INSUMOS</b>			
<b>INSUMOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Tinta de impresora	1	S/132.00	S/132.00
Tinta para sello	3	S/3.00	S/9.00
Grapas #26 (caja)	1	S/5.00	S/5.00
Folder manila (pqte)	3	S/ 10.00	S/ 30.00
Faster (caja)	3	S/ 4.00	S/ 12.00
Sobre manila (pqte)	3	S/ 10.00	S/ 30.00
Facturas (millar)	1	S/90.00	S/ 90.00
Hojas bond (pqte)	3	S/10.00	S/30.00
<b>Fuente: Elaboración Propia</b>			<b>S/338.00</b>



<b>TABAL N° 17: PLANILLA DE PERSONAL</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>REMUNERACIÓN MENSUAL</b>	<b>SUB-TOTAL</b>	<b>ESSALUD (9%)</b>	<b>CTS</b>	<b>TOTAL</b>
Gerente General	1	S/1,800.00	S/1,800.00	162.00	150.00	<b>S/2,112.00</b>
Secretaria	1	S/950.00	S/950.00	85.50	79.17	<b>S/1,114.67</b>
Asesor financiero	1	S/1,500.00	S/1,500.00	135.00	125.00	<b>S/1,760.00</b>
Personal de promoción	2	S/400.00	S/800.00	72.00	66.67	<b>S/938.67</b>
Operario de limpieza	1	S/950.00	S/950.00	85.50	79.17	<b>S/1,114.67</b>
Contador	1	S/1,600.00	S/1,600.00	144.00	133.33	<b>S/1,877.33</b>
<b>Fuente: Elaboración Propia</b>						<b>S/8,917.33</b>

<b>TABLA N°18</b>				
<b>RESUMEN DE LA INVERSIONES A PRECIOS DE MERCADO (SOLES)</b>				
<b>RUBROS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>I. INVERSIÓN FIJA</b>				<b>S/.16,820.00</b>
<b>1.1.Inv. Fija Tangible:</b>				<b>S/.13,280.00</b>
Maq. y Equipos	<b>Global</b>	<b>1</b>	S/.8,840.00	S/.8,840.00
Muebles y Enseres	<b>Global</b>	<b>1</b>	S/.4,440.00	S/.4,440.00
<b>1.2.Inv. Fija Intangible:</b>				<b>S/.3,540.00</b>
Gastos preoperativos	<b>Global</b>	<b>1</b>	S/.1,500.00	S/.1,500.00
Puesta en Marcha	<b>Global</b>	<b>1</b>	S/.1,200.00	S/.1,200.00
Gastos de Constitución	<b>Global</b>	<b>1</b>	S/.840.00	S/.840.00
<b>II. CAPITAL DE TRABAJO</b>				<b>S/.36,205.00</b>
Caja y Bancos	<b>GLOBAL</b>	<b>1</b>	S/.35,867.00	S/.35,867.00
Insumos	<b>Global</b>	<b>1</b>	S/.338.00	S/.338.00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>				<b>S/.53,025.00</b>
<b>Fuente: Elaboración Propia</b>				

### 7.1.1 Resumen de la Inversión

La inversión total del presente plan de negocio, el cual se refiere a una empresa consultora especializada en Asesoría Financiera, asciende a S/53,025.00 soles a precios de mercado, donde el 32% corresponde a la inversión fija mientras que el 68 % al capital de trabajo.

<b>TABLA N° 19: RESUMEN DE LA INVERSIÓN</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>
I. INVERSIÓN FIJA	S/16,820.00	32
II. CAPITAL DE TRABAJO	S/36,205.00	68
<b>INV.TOTAL</b>	<b>S/53,025.00</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente: Elaboración Propia</b>		

## 7.2. FINANCIAMIENTO DEL PLAN DE NEGOCIO

En este apartado se canalizan las fuentes de financiamiento, asimismo luego se establece la estructura de financiamiento más adecuada de recursos de capital con el fin de implementar la empresa consultora especializada en Asesoría Financiera.

### 7.2.1 Estructura de Financiamiento

Para el financiamiento este plan de negocio, se tiene como fuente interna el aporte de los socios que arroja un total de S/40,025.00 correspondiendo el 75% de la inversión; asimismo, se realizarán dos préstamos, uno a corto plazo de S/ 3,000.00 soles y otro a largo plazo de S/ 10,000.00 soles, en la entidad financiera BCP-PIURA, los cuales corresponden a un total de S/ 13,000.00 soles y este monto a financiar corresponde el 25% de la inversión.

TABLA N°20: ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO				
FUENTES	%	MONTO	USOS	
			INV.FIJA	CAP.TRABAJO
<b>I. FUENTES INTERNAS</b>				
1.1. APOORTE DE CAPITAL DE SOCIOS	75	S/40,025.00	S/13,820.00	S/26,205.00
<b>II. FUENTES EXTERNAS</b>				
2.2. PRÉSTAMO	25	S/13,000.00		
PRÉSTAMO CORTO PLAZO		S/3,000.00	S/3,000.00	
PRÉSTAMO LARGO PLAZO		S/10,000.00		S/10,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>S/53,025.00</b>	<b>S/16,820.00</b>	<b>S/36,205.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 7.2.2 Servicio de la deuda

Para el financiamiento del presente plan de negocio, se gestionarán dos préstamos que corresponde el primero a un monto de S/ 3,000.00 soles y será devuelto en 1 año equivaliendo a 12 meses (corto plazo); mientras que, el segundo es de S/10,000.00 donde será devuelto en 4 años equivaliendo a 48 meses (largo plazo) , los mismos que serán efectuados en la entidad financiera BCP-PIURA a una TEA (tasa efectiva anual) del 25%; esta tasa convertida a TEM(tasa efectiva mensual) arroja un resultado del 1.88%; por consiguiente, se realiza el servicio de la deuda en la modalidad de cuota constante; para ello, primero se ejecuta la fórmula para conocer el monto del servicio de la deuda:

**Datos del Primer préstamo:**

**P:** S/3,000.00

**i:** 1.88% =0.019

$$R = P \left[ \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right]$$

$$R = 281.94$$

n: 12 meses

**Datos del Segundo préstamo:**

P: S/10,000.00

i: 1.88% =0.019

n: 48 meses

$$R = P \left[ \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right]$$

**R= 319.42**

**Servicio de la deuda del Préstamo de S/10,000.00**

TABLA N° 21: SERVICIO DEUDA- CUOTA CONSTANTE				
N	SALDO PRÉSTAMO	AMORTIZACIÓN	INTERÉSES	SD-CUOTA CONSTANTE
0	10000	0	0	0
1	10000	129.42	190	319.42
2	9870.58	131.88	188	319.42
3	9738.70	134.38	185	319.42
4	9604.32	136.94	182	319.42
5	9467.38	139.54	180	319.42
6	9327.84	142.19	177	319.42
7	9185.65	144.89	175	319.42
8	9040.75	147.65	172	319.42
9	8893.11	150.45	169	319.42
10	8742.66	153.31	166	319.42
11	8589.35	156.22	163	319.42
12	8433.13	159.19	160	319.42
13	8273.94	162.22	157	319.42
14	8111.72	165.30	154	319.42
15	7946.42	168.44	151	319.42
16	7777.99	171.64	148	319.42
17	7606.35	174.90	145	319.42
18	7431.45	178.22	141	319.42
19	7253.23	181.61	138	319.42
20	7071.62	185.06	134	319.42
21	6886.56	188.58	131	319.42
22	6697.98	192.16	127	319.42
23	6505.82	195.81	124	319.42
24	6310.01	199.53	120	319.42
25	6110.48	203.32	116	319.42
26	5907.16	207.18	112	319.42
27	5699.98	211.12	108	319.42
28	5488.86	215.13	104	319.42
29	5273.73	219.22	100	319.42
30	5054.51	223.38	96	319.42
31	4831.12	227.63	92	319.42
32	4603.50	231.95	87	319.42

33	4371.54	236.36	83	319.42
34	4135.18	240.85	79	319.42
35	3894.33	245.43	74	319.42
36	3648.90	250.09	69	319.42
37	3398.81	254.84	65	319.42
38	3143.97	259.68	60	319.42
39	2884.28	264.62	55	319.42
40	2619.66	269.65	50	319.42
41	2350.02	274.77	45	319.42
42	2075.25	279.99	39	319.42
43	1795.26	285.31	34	319.42
44	1509.95	290.73	29	319.42
45	1219.22	296.25	23	319.42
46	922.96	301.88	18	319.42
47	621.08	307.62	12	319.42
48	313.46	313.46	6	319.42
<b>TOTAL</b>		<b>10000.00</b>	<b>5332.16</b>	<b>15332.16</b>

Fuente: Elaboración Propia

### Servicio de la deuda del Préstamo de S/3,000.00

<b>TABLA N°22: SERVICIO DEUDA- CUOTA CONSTANTE</b>				
<b>N</b>	<b>SALDO PRÉSTAMO</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>INTERÉSES</b>	<b>SD-CUOTA CONSTANTE</b>
0	3000	0	0	0
1	3000	224.94	57	281.94
2	2775.06	229.21	53	281.94
3	2545.85	233.57	48	281.94
4	2312.28	238.01	44	281.94
5	2074.27	242.53	39	281.94
6	1831.74	247.14	35	281.94
7	1584.60	251.83	30	281.94
8	1332.77	256.62	25	281.94
9	1076.15	261.49	20	281.94
10	814.66	266.46	15	281.94
11	548.20	271.52	10	281.94
12	276.68	276.68	5	281.94
<b>TOTAL</b>		<b>3000</b>	<b>383</b>	<b>3383.28</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 7.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS-COSTOS Y ESTADOS FINANCIEROS

#### 7.3.1 Presupuesto de Ingresos

Para el presente plan de negocio se ha elaborado el programa de atención, ventas e ingresos, con una unidad de capacidad instalada (U.C.I) del 10% para el 2020, 15% que corresponde para el 2021, 20% equivalente para el 2022, del 25% para el 2023 y del 30% para el 2024, asimismo se tiene en cuenta la siguiente información:

**Tabla N°23: Capacidad por servicio al año**

Servicios	Capacidad de dueños de mype al mes	Capacidad de dueños de mype al año	Precio (S/)
Gestión de crédito y préstamo	25	300	300.00
Gestión de inversiones	33	400	350.00
Asesoría Contable	41	500	500.00

**Fuente: Elaboración propia**

TABLA N° 24: PROGRAMA DE ATENCIÓN, VENTAS E INGRESOS DEL SERVICIO DE PRÉSTAMO Y CRÉDITO				
N	U.C.I (%)	PROGRAMA DE SERVICIO	PROGRAMA DE VENTAS	PROGRAMA DE INGRESOS (S/)
2020	10%	30	30	S/. 9,000.00
2021	15%	45	45	S/. 13,500.00
2022	20%	60	60	S/. 18,000.00
2023	25%	75	75	S/. 22,500.00
2024	30%	90	90	S/. 27,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>300</b>	<b>S/. 90,000.00</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

TABLA N° 25: PROGRAMA DE ATENCIÓN, VENTAS E INGRESOS DEL SERVICIO DE GESTIÓN DE INVERSIONES				
N	U.C.I (%)	PROGRAMA DE SERVICIO	PROGRAMA DE VENTAS	PROGRAMA DE INGRESOS (S/)
2020	10%	40	40	S/. 14,000.00
2021	15%	60	60	S/. 21,000.00
2022	20%	80	80	S/. 28,000.00
2023	25%	100	100	S/. 35,000.00
2024	30%	120	120	S/. 42,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>400</b>	<b>S/. 140,000.00</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

<b>TABLA N° 26: PROGRAMA DE ATENCIÓN, VENTAS E INGRESOS DE ASESORIA CONTABLE</b>				
<b>N</b>	<b>U.C.I (%)</b>	<b>PROGRAMA DE SERVICIO</b>	<b>PROGRAMA DE VENTAS</b>	<b>PROGRAMA DE INGRESOS (S/)</b>
<b>2020</b>	10%	50	50	S/. 25,000.00
<b>2021</b>	15%	75	75	S/. 37,500.00
<b>2022</b>	20%	100	100	S/. 50,000.00
<b>2023</b>	25%	125	125	S/. 62,500.00
<b>2024</b>	30%	150	150	S/. 75,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>500</b>	<b>S/. 250,000.00</b>
<b>Fuente: Elaboración Propia</b>				

<b>TABLA N° 27: RESUMEN DE ATENCION, VENTAS E INGRESOS DE SERVICIOS</b>				
<b>N</b>	<b>U.C.I (%)</b>	<b>PROGRAMA DE SERVICIO</b>	<b>PROGRAMA DE VENTAS</b>	<b>PROGRAMA DE INGRESOS (S/)</b>
<b>2020</b>	10%	120	120	S/. 48,000.00
<b>2021</b>	15%	180	180	S/. 72,000.00
<b>2022</b>	20%	240	240	S/. 96,000.00
<b>2023</b>	25%	300	300	S/. 120,000.00
<b>2024</b>	30%	360	360	S/. 144,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>1,200</b>	<b>S/. 480,000.00</b>
<b>Fuente: Elaboración Propia</b>				

### 7.3.2 Presupuesto de Costos

Luego que se ha realizado el programa de atención, ventas e ingresos; se procede, a desarrollar el presupuesto de costo de servicio y gastos de operación con sus respectivas cantidades y costos:

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>COSTO MENSUAL(S/)</b>	<b>PAGO DE IGV</b>	
Abogado financiero	S/1,760.00	<b>VENTAS NETAS</b>	S/406,779.66
Gerente General	S/2,112.00	<b>IGV</b>	S/73,220.34
	<b>S/3,872.00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>S/480,000.00</b>

<b>INSUMOS</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>COSTO</b>	<b>COSTO ANUAL (S/)</b>
Tinta de impresora	4	S/132.00	S/528.00
Tinta para sello	6	S/3.00	S/18.00
Folder manila (pqte)	12	S/10.00	S/120.00
Faster (caja)	12	S/4.00	S/48.00
Sobre manila (pqte)	12	S/10.00	S/120.00
Grapas #26 (caja)	4	S/5.00	S/20.00
Facturas (millar)	1	S/90.00	S/90.00
Hojas bond (pqte)	12	S/10.00	S/120.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/1,064.00</b>

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>COSTO</b>	<b>COSTO ANUAL (S/)</b>
Útiles de oficina	12	S/10.00	S/120.00
Papelera	4	S/10.00	S/40.00
Polos	12	S/25.00	S/300.00
Archivadores	12	S/5.00	S/60.00
Trapeador	2	S/10.00	S/20.00
bolsas para desechos (pqt)	12	S/8.00	S/96.00
Kit de limpieza	12	S/10.00	S/120.00
Sellos Trodat	3	S/50.00	S/150.00
Perforador	2	S/6.00	S/12.00
Grapador	2	S/7.00	S/14.00
Escoba	3	S/8.00	S/24.00
			<b>S/956.00</b>

<b>PAGO DE SERVICIOS</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>
Alquiler local	S/1,000.00
Energía eléctrica	S/100.00
Agua	S/50.00
Trio de telefonía	S/139.00
Sistema SENTINEL	S/450.00
Publicidad	S/1,500.00
	<b>S/3,239.00</b>

<b>REMUNERACIÓN DE PERSONAL</b>	<b>COSTO MENSUAL (S/)</b>
Secretaria	S/1,114.67
Personal de promoción	S/938.67
Operario de limpieza	S/1,114.67
Contador	S/1,877.33
<b>TOTAL</b>	<b>S/5,045.33</b>

Según la depreciación anual legal de SUNAT de maquinaria y equipo, muebles y enseres; los montos en porcentaje se muestran en el siguiente cuadro:

<b>DEPRECIACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
MAQ.EQUIPO	S/8,840.00	10%	S/884.00
MUEBLES Y ENSERES	S/4,440.00	10%	S/444.00
<b>FUENTE: SUNAT</b>			<b>S/1,328.00</b>

**TABLA N°28: PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION**

RUBROS	CANTIDAD	C.U.	TOTAL	1	2	3	4	5
				10%	15%	20%	25%	30%
<b>1.COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO</b>			S/61,782.00	S/6,178.20	S/9,267.30	S/12,356.40	S/15,445.50	S/18,534.60
M.O.D	15	S/3,872.00	S/58,080.00	S/5,808.00	S/8,712.00	S/11,616.00	S/14,520.00	S/17,424.00
INSUMOS	1	S/1,064.00	S/1,064.00	S/106.40	S/159.60	S/212.80	S/266.00	S/319.20
MATERIALES INDIRECTOS	1	S/956.00	S/956.00	S/95.60	S/143.40	S/191.20	S/239.00	S/286.80
DEPRECIACIÓN	1	S/1,328.00	S/1,328.00	S/132.80	S/199.20	S/265.60	S/332.00	S/398.40
AMORTIZACIÓN DE CARGAS DIFERIDAS	S/3,540.00	10%	S/354.00	S/35.40	S/53.10	S/70.80	S/88.50	S/106.20
<b>2.GASTOS DE OPERACIÓN</b>			S/191,368.34	S/19,136.83	S/18,488.45	S/23,364.71	S/28,978.84	S/34,723.53
<b>2.1. GASTOS DE VENTAS</b>			S/73,220.34	S/7,322.03	S/10,983.05	S/14,644.07	S/18,305.08	S/21,966.10
PAGO DE IGV	S/406,779.66	18%	S/73,220.34	S/7,322.03	S/10,983.05	S/14,644.07	S/18,305.08	S/21,966.10
<b>2.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			S/118,148.00	S/11,814.80	S/7,505.40	S/8,720.64	S/10,673.76	S/12,757.43
PAGO DE SERVICIOS	12	S/3,239.00	S/38,868.00	S/3,886.80	S/5,830.20	S/7,773.60	S/9,717.00	S/11,660.40
REMUNERACIÓN DE ADMINISTRATIVOS	15	S/5,045.33	S/75,680.00	S/7,568.00	S/1,135.20	S/227.04	S/56.76	S/17.03
SUNAT(DECLARACIONES)	12	S/300.00	S/3,600.00	S/360.00	S/540.00	S/720.00	S/900.00	S/1,080.00
<b>COSTO TOTAL</b>			S/253,150.34	S/25,315.03	S/27,755.75	S/35,721.11	S/44,424.34	S/53,258.13

**Fuente: Elaboración Propia**



### 7.3.3 Estados Financieros

<b>TABLA N°29: FLUJO DE CAJA PROYECTADO A PRECIOS DE MERCADO (5 AÑOS)</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>I.INGRESOS</b>		S/48,000.00	S/72,000.00	S/96,000.00	S/120,000.00	S/149,312.00
INGRESOS POR VENTAS		S/48,000.00	S/72,000.00	S/96,000.00	S/120,000.00	S/144,000.00
VALOR RESIDUAL						S/5,312.00
<b>II.EGRESOS</b>	S/53,025.00	S/31,729.31	S/39,301.89	S/51,795.31	S/64,851.05	S/78,039.67
COSTOS DE SERVICIOS		S/25,146.83	S/27,503.45	S/35,384.71	S/44,003.84	S/52,753.53
INV.PROYECTO						
INV.FIJA TANGIBLE	S/13,280.00					
INV.FIJA INTANGIBLE	S/3,540.00					
CAPITAL TRABAJO	S/36,205.00	S/338.00				
IMPUESTO RENTA		S/6,244.47	S/11,798.44	S/16,410.61	S/20,847.20	S/25,286.14
<b>III.FLUJO CAJA ECONÒMICO</b>	-S/53,025.00	S/16,270.69	S/32,698.11	S/44,204.69	S/55,148.95	S/71,272.33
<b>IV FINANCIAMIENTO</b>		-S/3,383	-S/3,833	-S/3,833	-S/3,833	-S/3,833
PRESTAMO	S/13,000.00					
AMORTIZACIÒN		S/3,000	S/1,726	S/2,163	S/2,712	3398.82
INTERESES		S/383	S/2,107	S/1,670	S/1,121	434
<b>V.FLUJO CAJA FINANCIERO</b>	-S/40,025.00	S/. 12,887.41	S/. 28,865.07	S/. 40,371.65	S/. 51,315.91	S/. 75,105.37

Fuente: Elaboración Propia

<b>TABLA N°30: IMPUESTO A LA RENTA</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
INGRESOS	S/ 48,000.00	S/ 72,000.00	S/ 96,000.00	S/ 120,000.00	S/ 144,000.00
EGRESOS	S/ 25,315.03	S/ 27,755.75	S/ 35,721.11	S/ 44,424.34	S/ 53,258.13
UTILIDAD OPERATIVA	S/ 22,684.97	S/ 44,244.25	S/ 60,278.89	S/ 75,575.66	S/ 90,741.87
GASTOS FINANCIEROS	S/ 383.27	S/ 2,106.98	S/ 1,669.59	S/ 1,121.37	S/ 434.22
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	S/ 22,301.69	S/ 42,137.27	S/ 58,609.30	S/ 74,454.29	S/ 90,307.65
IMPUESTO RENTA	S/ 6,244.47	S/ 11,798.44	S/ 16,410.61	S/ 20,847.20	S/ 25,286.14

Fuente: Elaboración Propia

I.R	28%
-----	-----

## 7.4. EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

Para determinar la rentabilidad del plan de negocio, se ha empleado las siguientes herramientas de indicadores económicos y financieros: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Relación Beneficio Costo (B/C); consignando una tasa de descuento del 14%.

**Flujo de caja económico proyectado a 5 años: evaluación económica**

TABLA N°31: EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PLAN DE NEGOCIO						
	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>		48,000.00	72,000.00	96,000.00	120,000.00	149,312.00
<b>EGRESOS</b>	53,025.00	31,729.31	39,301.89	51,795.31	64,851.05	78,039.67
<b>B.NETO</b>	-53,025.00	16,270.69	32,698.11	44,204.69	55,148.95	71,272.33

**Fuente: Elaboración Propia**

<b>VAN</b>	85,914
<b>TIR</b>	55%

<b>B/C</b>	310901.80	1.38
	224988.00	

Después de evaluar los indicadores de rentabilidad económicos se consiguió que el VAN >0; la TIR > 1 y la relación beneficio costo > COK, lo cual quiere decir que este plan de negocio si es rentable porque presenta resultados positivos.

**Flujo de caja financiera: evaluación financiera**

TABLA N° 32: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PLAN DE NEGOCIO						
	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>	13000	16270.69	32698.11	44204.69	55148.95	71272.33
<b>EGRESOS</b>	18715	3383	3833	3833	3833	3833
<b>B.NETO FINANCIERO</b>	-31715	12887.41	28865.07	40371.65	51315.91	67439.29

**Fuente: Elaboración Propia**

<b>VAN</b>	94,459
<b>TIR</b>	79%

<b>B/C</b>	133279.65	4.23
	31480.05	

Después de evaluar los indicadores de rentabilidad financieros se obtuvo que el VAN >0; la TIR > 1 y la relación beneficio costo > COK, lo cual quiere decir que este plan de negocio si es rentable porque presenta resultados positivos.

## REFERENCIAS

- **ANDRADE Lossio, David. 2016.** Plan de negocio para una Consultora de Pequeñas y Medianas empresas en el Perú. [Tesis] Lima : Universidad DE Piura, 2016.
- **ARMIJO, Marianela. 2009.** Manual de planificación estratégica e indicadores de desempeño del sector Público. 2009.
- **BOBBIO Nayra, Keyli Zaret.** Plan de negocios de la "Cooperativa Apucenfro LTDA", para los servicios rurales de ahorro y crédito a los socios de la Coop. de Servicios Múltiples CENFROCAFE Perú. [Tesis] Chiclayo : Universidad Cesar Vallejo, 2016.
- **CASALINO Gonzales, Jorge Michael.** Plan de negocios de una empresa de transportes turístico en la ruta de Piura-Máncora-Tumbes.2017. [Tesis] Piura : Universidad Nacional de Piura, 2017.
- **CASTILLO Sandoval, Laura Franchesca.** Plan de negocios para la puesta en marcha de un fast food saludable en la ciudad de Piura. [Tesis] Piura : Universidad de Piura, 2014.
- **CORRILLO Machicado, Fabiola. GUTIERREZ Quiroga, Maribel. 2016.** Estudio de la localización de un proyecto. mayo de 2016.
- **CUEVA Curo, Kelly Margarita.** “Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L, 2017”. [Tesis] Chiclayo : Universidad Cesar Vallejo, 2017.
- **Dinero. 2016.** Dinero . [En línea] Publicaciones Semana S.A, 2016. [Citado el: 13 de Abril de 2019.] <https://www.dinero.com/internacional/articulo/guerra-comercial-entre-europa-y-estados-unidos/269596>.
- **DURAND, Juan Carlos. 2014.** Estadística, población, muestra. [Documento] 19 de abril de 2014.
- **Educativas, Instituto de Tecnologías. 2019.** Población y muestra. s.l. : CEDEC, 2019.
- **FAJARDO Chacón, Maria; GIRALDO Martinez, Dolores.** Diseño de Propuesta de Creación del Centro de Asesoría Administrativa, Financiera, Tributaria en la Universidad

Politecnica Salesiana sede Guayaquil dirigido a los Microempresarios del Barrio Cuba.  
[Tesis] Guayaquil-Ecuador : Universidad Politécnica Salesiana, 2016.

- **Arias Odón, Fidias. 2013.** Planificación de Proyectos. Blog. [En línea] 21 de Abril de 2013. [Citado el: 06 de Mayo de 2019.] [http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion\\_21.html](http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html).
- **GONZALES Seminario, María Julia ; SEMINARIO Ruiz, Karina.** Plan de negocio para la transformación y comercialización de arroz integral en los distritos de Piura y Castilla. [Tesis] Piura : Universidad de Piura, 2016.
- **HERNÁNDEZ, Roberto. 2010.** Metodología de la Investigacion. México D.F. : s.n., 2010. 978-1-4562-2396-0.
- **KOTLER, Philip. 2018.** BLOG. [En línea] © 2018 Genwords, 2018. <https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>.
- **LUGO, Sara. 2019.** Misión y Visión. 2019. diferenciador.
- **MORENO Moncada, German; BORDA Gutierrez, Mario. 2011.** Plan de negocios para una empresa de consultoría con enfoque en servicios de tecnología e innovación para sectores de clase mundial en Colombia. [Tesis] Bogota D.C. : PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, 2011.
- **NOGUEZ, Octavio. 2018.** GESTION.ORG. [En línea] Gestion.Org - Promonet Comunicaciones S.L, 2018. <https://www.gestion.org/que-es-la-asesoria-financiera/>.
- **PADILLA, Raquel. 2018.** Genwords. [En línea] 2018. [Citado el: 14 de abril de 2019.] [https://www.genwords.com/blog/como-hacer-un-plan-de-marketing-ejemplos#Que\\_es\\_un\\_Plan\\_de\\_Marketing](https://www.genwords.com/blog/como-hacer-un-plan-de-marketing-ejemplos#Que_es_un_Plan_de_Marketing).
- **PAREDES, Eduardo. 2010.** Gestionando empresas - Conceptos, metologias y herraminetas. [En línea] 5 de agosto de 2010. [Citado el: 22 de abril de 2019.] <http://gestionando-empresas.blogspot.com/>.
- **PRODUCE. 2018.** Analisis Regional de Empresas Industrial. Piura : s.n., 2018.

- **REVELO Bustamante, Maria.** Plan de Negocios para la creación de una empresa de asesoría de imagen integral personal y empresarial en la Ciudad de Quito. [Tesis] Quito-Ecuador : Universidad de Las Americas, 2014.
- **RODRÍGUEZ Ariza, Lázaro. 2017.** UGR EMPRENDEDORA. [En línea] UNIVERSIDAD DE GRANADA, 01 de JUNIO de 2017. <https://ugremprendedora.ugr.es/viabilidad-de-proyectos/>.
- **RODRIGUÉZ, Hellin. 2015.** DEFINIR LAS METAS DE LA EMPRESA. [En línea] 02 de FEBRERO de 2015. [https://visaempresarial.com/pe/noticias/definir-las-metas-de-la-empresa\\_869](https://visaempresarial.com/pe/noticias/definir-las-metas-de-la-empresa_869).
- **ROMAN Cruz, Rodrigo. 2018.** TUS EJEMPLOS. [En línea] MAYO de 2018. <https://tusejemplos.com/ejemplos-de-objetivos-estrategicos/>.
- **SANCHEZ Diaz, Elver.** Plan de negocios para la rentabilidad en una empresa Consultora y Constructora de Lambayeque. [Tesis] Lambayeque : Universidad Cesar Vallejo, 2018.
- **SAQUILLA, Samuel. 2013.** MAILXMAIL. [En línea] GRUPO INTERCOM, 02 de ABRIL de 2013. <http://www.mailxmail.com/curso-plan-negocios-manual/plan-financiero-evaluacion-economica-financiera-van-tir>.
- **Shujel. 2018.** Emprendedores. [En línea] Emprendedores Copyright, 2018. [Citado el: 14 de abril de 2019.] <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>.
- **SUNAT. 2019.** EMPRENDER. [En línea] 19 de Febrero de 2019. [Citado el: 29 de Abril de 2019.] <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>.
- **TRENZA, Ana. 2018.** Mision, Vision y valores de una empresa. Definicion y ejemplos . [prod.] AT Ana Trenza. 22 de marzo de 2018.
- **VARGAS, Marco. 2017.** OCCMUNDIAL.COM. [En línea] DICIEMBRE de 2017. <https://www.occ.com.mx/blog/que-es-un-analisis-foda-y-como-se-hace/>.
- **VINDAS Quirós, Leticia. 2013.** El financiero. [En línea] 07 de Julio de 2013. <https://www.elfinanciero.cr.com/negocios/cantidad-de-consultores-crecio-un-93-en-cuatro-anos/25HXFQVJINDCVMLDQ6T3DOFCE4/story/>.
- **ZORITA Lloreda, Enrique. 2015.** Plan de negocios. [ed.] Eduardo Lastra Alejandro Arce. ESPAÑA : ESIC, 2015. pág. 152. 978-84-16462-85-8.

## ANEXOS

### Anexo N° 01: Matriz de consistencia

Tema	Problema de investigación	Objetivos	Hipótesis	Método
<p>Plan de negocio para una empresa consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019</p>	<p><b>Problema General</b></p>	<p><b>Objetivo General</b></p>	<p><b>No presenta</b></p>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Diseño:</b> No Experimental</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo</p> <p>Transversal- Aplicada</p> <p><b>Población:</b></p> <p>11,229 mypes 1 abogado financiero 1 administrador 1 contador</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>371 mypes 1 abogado financiero 1 administrador 1 contador</p>
	<p>¿Qué se necesita en un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?</p>	<p>Desarrollar un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019</p>		
	<p><b>Problemas Específicos</b></p>	<p><b>Objetivos Específicos</b></p>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es el resultado del estudio de mercado de un plan de negocio para una empresa consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?</li> <li>• ¿Cuáles son las estrategias de marketing de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar el resultado del estudio de mercado de un plan de negocio para una empresa consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019</li> <li>• Elaborar las estrategias de marketing de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019.</li> </ul>		

	<p>localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son los componentes de la planificación estratégica en un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?</li> <li>• ¿Cuáles son las etapas del plan de operaciones en un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?</li> <li>• ¿Cuál es el resultado de la evaluación económica y financiera de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los componentes de la planificación estratégica de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019</li> <li>• Elaborar el plan de operaciones de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019</li> <li>• Determinar el resultado de la evaluación económica y financiera de un plan de negocio para una empresa Consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el distrito 26 de octubre. Piura. 2019.</li> </ul>	<p><b>Técnicas de recolección de datos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> <li>• Entrevista</li> </ul> <p><b>Instrumentos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario</li> <li>• Guía de entrevista</li> </ul>
--	---	--	---

Elaboración propia

## **Anexo N°02: Instrumento Cuestionario**

El presente instrumento de investigación es un cuestionario para recoger información de la primera y segunda dimensiones referidas a estudio de mercado y plan de marketing, en el marco de la realización de la investigación “Plan de negocio para una empresa consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el Distrito 26 de Octubre. Piura. 2019”

Para ello le brindamos un alcance de lo que es una asesoría financiera. Esto trata de una guía para temas referidos al ámbito financiero, por ejemplo, cuando se necesite tomar decisiones al momento de invertir el dinero, llevar un balance financiero de la empresa, buscar nuevas oportunidades de negocio, financiar un activo (inmueble, vehículo, equipos, maquinaria, etc.), gestionar un capital, así mismo ver temas legales como embargos, entre otros servicios propios de este rubro.

### **Referencia técnica, contextual y demográfica del cuestionario:**

Tipo de técnica: Encuesta

Tipo de instrumento: cuestionario

Fecha: 13 septiembre

Duración: 3 días

Sujetos a encuestar: 371 dueños y/o representantes de mypes

### **Indicaciones:**

Lea cuidadosamente cada pregunta y tenga en cuenta las alternativas al momento de responder

<b>Dimensión:</b> Estudio de mercado
<b>Indicador:</b> N° de ofertantes
<b>1. ¿Conoce usted alguna empresa que brinde servicios de asesoría financiera en Piura?</b> a) nunca    b) casi nunca    c) a veces    d) casi siempre    e) Siempre
<b>2. Si la respuesta anterior es Si ¿Cuántas empresas con servicios similares a una asesoría financiera conoce?</b> a) 1    b)2    c) 3    d) 4    e) 5 a más Mencione su nombre _____
<b>3. ¿Quién le asesora en temas financieros?</b> a) Contador b) Administrador



<p>c) Abogado</p> <p>d) No requiere asesoría</p> <p>e) Ninguna de las anteriores</p>
<p><b>Indicador:</b> N° de demandantes</p>
<p><b>4.¿Le gustaría adquirir los servicios de una asesoría financiera?</b></p> <p>a) nunca    b) casi nunca    c) a veces    d) casi siempre    e) Siempre</p> <p><b>5. ¿Cree usted que su negocio necesita asesoría financiera?</b></p> <p>a) nunca    b) casi nunca    c) a veces    d) casi siempre    e) Siempre</p> <p><b>6.¿Ud. Con que frecuencia solicitaría el servicio de asesoría financiera?</b></p> <p>a) Semanal    b) Mensual    c) Trimestral    d)semestral    e) anual</p>
<p><b>Dimensión:</b> Estrategias de marketing</p>
<p><b>Indicador:</b> Producto</p>
<p><b>7. ¿Cree usted que una empresa consultora debería brindar asesoría técnica operativa (constitución de empresa, diseño de estrategias financieras, etc.)?</b></p> <p>a) nunca    b) casi nunca    c) a veces    d) casi siempre    e) Siempre</p> <p><b>8. ¿Cree usted que una empresa consultora debería brindar asesoría legal?</b></p> <p>a) nunca    b) casi nunca    c) a veces    d) casi siempre    e) Siempre</p> <p><b>9. ¿Cree usted que una empresa consultora debería brindar asesoría contable?</b></p> <p>a) nunca    b) casi nunca    c) a veces    d) casi siempre    e) Siempre</p> <p><b>10.¿Cree usted que una empresa consultora debería brindar asesoría en marketing?</b></p> <p>a) nunca    b) casi nunca    c) a veces    d) casi siempre    e) Siempre</p> <p><b>11.¿Cree usted que una empresa consultora debería brindar asesoría económica y financiera?</b></p> <p>a) nunca    b) casi nunca    c) a veces    d) casi siempre    e) Siempre</p> <p><b>12. ¿Con que tipo de financiación le gustaría trabajar?</b></p> <p>a) Bancos    b) Cajas municipales    c) Financieras    d) casas de cambio    e) prestamistas</p>
<p><b>Indicador:</b> Precio</p>
<p><b>13. En caso usted haga uso de los servicios de asesoría ¿Cómo le convendría realizar el pago del mismo? Puede marcar más de una opción</b></p> <p>a) Al contado</p> <p>b) Fraccionado en partes</p> <p>c) Pago con tarjeta de crédito</p> <p>d) Pago con tarjeta de débito</p>

e) Con cheque
<b>Indicador:</b> Promoción
<p><b>14. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante las redes sociales (Facebook, whatsapp, Instagram, youtube, etc) ?</b></p> <p>a) nunca   b) casi nunca   c) a veces   d) casi siempre   e) Siempre</p> <p><b>15. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante página web?</b></p> <p>a) nunca   b) casi nunca   c) a veces   d) casi siempre   e) Siempre</p> <p><b>16. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante correo electrónico?</b></p> <p>a) nunca   b) casi nunca   c) a veces   d) casi siempre   e) Siempre</p> <p><b>17. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante periódico de la región?</b></p> <p>a) nunca   b) casi nunca   c) a veces   d) casi siempre   e) Siempre</p> <p>¿Qué periódico? _____</p> <p><b>18. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante radios de la región?</b></p> <p>a) nunca   b) casi nunca   c) a veces   d) casi siempre   e) Siempre</p> <p>¿Qué radio? _____</p> <p><b>19. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante revistas de especializadas (financieras)?</b></p> <p>a) nunca   b) casi nunca   c) a veces   d) casi siempre   e) Siempre</p> <p><b>20. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante paneles publicitarios?</b></p> <p>a) nunca   b) casi nunca   c) a veces   d) casi siempre   e) Siempre</p> <p><b>21. ¿Le gustaría mantenerse informado del servicio de asesoría financiera mediante boletines?</b></p> <p>a) nunca   b) casi nunca   c) a veces   d) casi siempre   e) Siempre</p>

### **Anexo N°03: Instrumento Guía De Entrevista**

El presente instrumento de investigación es una guía de entrevista para recoger información de la tercera y cuarta dimensiones referidas a planificación estratégica y plan de operaciones, en el marco de la realización de la investigación “Plan de negocio para una empresa consultora especializada en asesoría financiera para mypes localizadas en el Distrito 26 de Octubre. Piura. 2019”

#### **Referencia técnica, contextual y demográfica de la guía de entrevista:**

Tipo de técnica: Entrevista

Tipo de instrumento: Guía de entrevista

Fecha: 17 de septiembre

Duración: 3 días

Sujetos a encuestar: Un administrador, un abogado financiero y un contador

#### **Indicaciones:**

Responder cada interrogante de acuerdo a su experiencia y criterio

<b>Dimensión:</b> Planificación estratégica
<b>Indicador:</b> Misión
1. ¿Cuál es la razón de ser de una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera?
<b>Indicador:</b> Visión
2. ¿Cuál es la aspiración que debe tener una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera?
<b>Indicador:</b> Metas
3. ¿Qué debe tener en cuenta una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera para captar clientes?
<b>Indicador:</b> Objetivos estratégicos
4. ¿Cuál cree usted debe ser el propósito de una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera?
<b>Indicador:</b> Estructura organizacional

<p>5. ¿Con que personal cree usted que debería contar una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera?</p>
<p><b>Indicador:</b> FODA</p>
<p>6. ¿Cuál cree usted que deben ser las fortalezas con la que cuente una empresa consultora especializada en asesoría financiera?</p> <p>7. ¿Qué oportunidades cree usted que debería aprovechar una empresa consultora especializada en asesoría financiera a la actualidad?</p> <p>8. Bajo su perspectiva y experiencia ¿Cuáles son las debilidades que están presentes en una empresa consultora especializada en asesoría financiera?</p> <p>9. Bajo su perspectiva y experiencia ¿Cuáles son las amenazas con las que cuenta a la actualidad una empresa consultora especializada en asesoría financiera?</p>
<p><b>Dimensión:</b> Plan de operaciones</p>
<p><b>Indicador:</b> Estructura física</p>
<p>10. Bajo su perspectiva y experiencia ¿Cuántas y cuales son las áreas que debería contar necesariamente en sus inicios una empresa consultora especializada en brindar servicios de asesoría financiera?</p>
<p><b>Indicador:</b> Estudio del tamaño</p>
<p>11. De acuerdo a su perspectiva y experiencia ¿Con cuantas mypes debería trabajar mensualmente una empresa de asesoría financiera para ser rentable?</p> <p>12. Según su perspectiva y experiencia ¿Cuánto debería ser el ingreso mensual por pago de asesorías de una empresa consultora especializada en asesoría financiera?</p>
<p><b>Dimensión:</b> Plan de marketing</p>
<p><b>Indicador:</b> Precio</p>
<p>13. De acuerdo a su perspectiva y experiencia ¿Cuánto cree usted que se debería cobrar a una mype por servicio de asesorías?</p>

Anexo N° 04 Constancias de Validación de los instrumentos



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, *Agustín Medina Marchena* con DNI N° *02897150*  
 Magister en *Matemática Aplicada* N° ANR: <sup>CIP</sup> *227343*  
 de profesión *Ingeniero Economista* desempeñándome actualmente  
 como *Coordinador de Escuela* en *UCV-Piura*

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- Cuestionario
- Entrevista

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			/		
2. Objetividad			/		
3. Actualidad			/		
4. Organización			/		
5. Suficiencia			/		
6. Intencionalidad			/		
7. Consistencia			/		
8. Coherencia			/		
9. Metodología			/		

Entrevista	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			/		
2. Objetividad			/		
3. Actualidad			/		
4. Organización			/		
5. Suficiencia			/		
6. Intencionalidad			/		
7. Consistencia			/		
8. Coherencia			/		
9. Metodología			/		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de junio del Dos mil diecinueve



.....  
**AGUSTIN MEDINA MARCHENA**  
**INGENIERO ECONOMISTA**  
 Reg. CIP N° 227343

Mgr. : Agustín Medina Marchena  
 DNI : 02897150  
 Especialidad : Ing. Economista  
 E-mail : amedina@ucr.edu.pe

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, *María Zulema Nuñez Estrada* con DNI N° *40667753*  
 Magister en *Administración con Mención Gerencia Empresarial* N° ANR: .....  
 de profesión *Ing. Informático* desempeñándome actualmente  
 como *Docente tiempo parcial* en *Ing. Empresarial - UCV Piura*.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- Cuestionario
- Entrevista


Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			✓		
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

Entrevista	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de junio del Dos mil diecinueve

Mgtr. : Marcia Zulema Nuñez Estrada.  
DNI : 40667753  
Especialidad : Adm. atención a usuarios.  
E-mail : zulemyta80@hotmail.com.

  
-----  
MARCIA ZULEMA  
NUÑEZ ESTRADA  
INGENIERA INFORMÁTICA  
C.I. Nº 1-23321



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, *Maria del Rosario Saldarriaga Castillo* con DNI N° *02609026*  
 Magister en *Administración* N° ANR: \_\_\_\_\_,  
 de profesión *Lic. en Comunicaciones* desempeñándome actualmente  
 como *Docente Tiempo completo* en *Jefatura de investigación UCV-Piura*

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- Cuestionario
- Entrevista

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				/	
2. Objetividad				/	
3. Actualidad				/	
4. Organización				/	
5. Suficiencia				/	
6. Intencionalidad				/	
7. Consistencia				/	
8. Coherencia				/	
9. Metodología				/	

Entrevista	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				/	
2. Objetividad				/	
3. Actualidad				/	
4. Organización				/	
5. Suficiencia				/	
6. Intencionalidad				/	
7. Consistencia				/	
8. Coherencia				/	
9. Metodología				/	

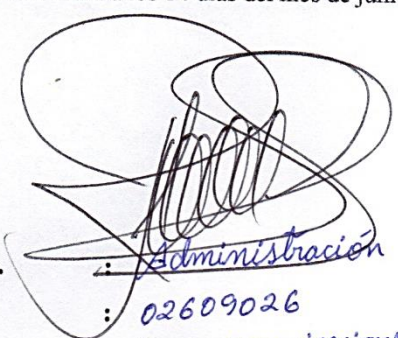
En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de junio del Dos mil diecinueve

Mgtr.

DNI

Especialidad

E-mail

  
: Administración

: 02609026

: Lic. en comunicaciones

: msaldarriaga@ucv.edu.pe

Anexo N° 05: Formato de Confiabilidad del instrumento

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	--------------------------

**I. DATOS INFORMATIVOS**

<b>1.1. ESTUDIANTES</b>	:	Alburqueque Sobrino, Maria Rosa Chapilliquén Cánova, Cinthia Paola
<b>1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b>	:	Plan de negocio para una empresa Consultora especializada en Asesoría Financiera para mypes localizadas en el Distrito 26 de Octubre. Piura.2019
<b>1.3. ESCUELA PROFESIONAL</b>	:	Ingeniería Empresarial
<b>1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)</b>	:	Cuestionario para dueños de mype
<b>1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO</b>	:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ( )
		<i>Alfa de Cronbach.</i> ( x )
<b>1.6. FECHA DE APLICACIÓN</b>	:	14/06/2019
<b>1.7. MUESTRA APLICADA</b>	:	10 dueños de mype

**II. CONFIABILIDAD**


<b>ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:</b>	0,890
---	-------

**III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)**

El valor alcanzado como resultado del análisis de fiabilidad es 0,890, para el coeficiente global Alfa de Cronbach; dentro de cada dimensión los valores arrojados son mayores a 0,600. El coeficiente Alfa de Cronbach, que determina la consistencia interna e indica una alta homogeneidad y equivalencia de respuesta para todos los ítems. La alta consistencia interna es un indicador suficientemente valido de la unidimensionalidad de la escala usada, lo que se interpreta como garantía de una alta fiabilidad de la medida.



Estudiante: Chapilliquén Cánova,  
Cinthia Paola  
DNI :74746708



Estudiante: Alburqueque Sobrino, Maria  
Rosa  
DNI : 70205019



Docente: Núñez Estrada, Marcia Zulema  
DNI: 40667753