



ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE  
BRINDE SERVICIOS DE ANÁLISIS, PROCESAMIENTO Y ENTREGA DE  
INFORMACIÓN FINANCIERA, COMERCIAL Y SECTORIAL A LAS  
PYMES DE LA CIUDAD DE QUITO.

AUTOR

ANDREA GABRIELA PROAÑO QUINCHUQUI

AÑO

2019



ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE ANÁLISIS, PROCESAMIENTO Y ENTREGA DE INFORMACIÓN FINANCIERA, COMERCIAL Y SECTORIAL A LAS PYMES DE LA CIUDAD DE QUITO.

“Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para optar por el título de Magister en Administración de Empresas”.

Profesor Guía:

Mg. Jesenia Edelmira Verdezoto Camacho

Autor:

Ing. Andrea Gabriela Proaño Quinchuquí

Año

2019

## DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, Plan de negocio para la creación de una empresa que brinde servicios de análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial a las pymes de la ciudad de Quito, a través de reuniones periódicas con el estudiante Andrea Gabriela Proaño Quinchuquí, en el semestre 202000, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

JESENIA EDELMIRA  
VERDEZOTO  
CAMACHO

Digitally signed by  
JESENIA EDELMIRA  
VERDEZOTO CAMACHO  
Date: 2020.07.17  
17:35:19 -05'00'

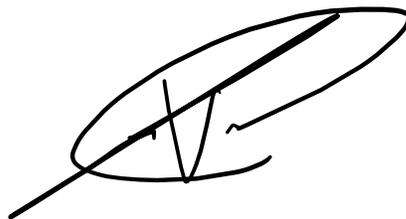
---

Mg. Jesenia Edelmira Verdezoto Camacho

C.I. 1716280563

## DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, Plan de negocio para la creación de una empresa que brinde servicios de análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial a las pymes de la ciudad de Quito, de la estudiante Andrea Gabriela Proaño Quinchuquí, en el semestre 202000, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



---

Msc. Luis Antonio Vaca Hinojosa

C.I. 1712949534

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”



---

Ing. Andrea Gabriela Proaño Quinchuquí

C.I. 0502889314

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco en primer lugar a Dios por haber guiado cada uno de mis pasos y darme la fortaleza de seguir adelante cada día, a mis Padres por darme el cariño, apoyo y aliento necesario durante el desarrollo de la tesis y ser el pilar fundamental en mi vida, a mis hermanos y familiares por su voz de aliento, a mis amigos que cada día me alentaron a seguir adelante.

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto en primer lugar a Dios, el ser supremo que cada día me bendice y guía mis pasos, a mis Padres, por brindarme su amor, comprensión, apoyo y palabras de aliento cada día de mi existencia, también lo dedico a toda mi familia y amigos que me brindaron su apoyo durante el trayecto de este proyecto.

## RESUMEN

Con el auge de la tecnología y desarrollo de herramientas de analítica en el mercado, las empresas cada vez van implementando en sus actividades diarias el análisis de datos con el objetivo de resaltar información importante, dar soluciones y apoyo en la toma de decisiones.

Por tal motivo se plantea una propuesta de modelo de negocio para la creación de una empresa denominada DATAMETRICA enfocada a brindar servicios de análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial a las pymes de la ciudad de Quito, mediante el apoyo de una base de datos con información actual del mercado del Ecuador y otras fuentes que se utilizarán para generar reportes a los clientes, con la finalidad de ayudar a estas empresas a su crecimiento y fortalecimiento de capital.

De acuerdo a una investigación realizada por la Superintendencia de Compañías, en la provincia de Pichincha existen aproximadamente 21.055 empresas, de las cuales 9.474 se localizan en la ciudad de Quito y son consideradas como medianas y pequeñas empresas. De este segmento en particular, el negocio pretende captar el 2% con la finalidad de ayudar a estas empresas en su desempeño mediante el diseño e implementación de soluciones analíticas de negocio, a través del estudio y análisis del mercado existente.

Para determinar los procesos más apropiados a seguir en un negocio enfocado en el análisis de información y generación de reportes, fue preciso investigar y recopilar información necesaria para determinar los canales de distribución, publicidad, los estándares de calidad del servicio y posicionamiento de la marca, información esencial para el recomendable funcionamiento del negocio.

Con respecto a la factibilidad económica del plan de negocios planteado, se realizó una proyección de estados financieros, cálculo de índices y de acuerdo a los resultados obtenidos se llegó a la conclusión de que el plan de negocios es factible.

## **ABSTRACT**

With the rise of technology and the development of analytical tools in the marketplace, companies are increasingly implementing data analytics in their daily activities to highlight important information, provide solutions, and support decision-making.

For this reason, a business model proposal is proposed for the creation of a company called DATAMETRICA focused on providing analysis, processing and delivery of financial, commercial and sectoral information to SMEs in the city of Quito, through the support of a Database with current information. In the Ecuadorian market and other sources that will be used to generate reports to clients, in order to help these companies grow and strengthen capital.

According to an investigation carried out by the Superintendence of Companies, in the province of Pichincha there are approximately 21,055 companies, of which 9,474 are located in the city of Quito and are considered medium and small companies. Of this particular segment, the company intends to capture 2% to help these companies in their performance by designing and implementing business analytical solutions, through the study and analysis of the existing market.

In order to determine the most appropriate processes to follow in a business focused on the analysis of information and the generation of reports, it was necessary to research and collect the necessary information to determine distribution channels, advertising, quality service standards and brand positioning, Essential information for the recommended operation of the business.

## ÍNDICE DEL CONTENIDO

1.	CAPÍTULO 1: PRESENTACIÓN DEL TEMA Y MARCO TEÓRICO .....	1
1.1.	ANTECEDENTES QUE PERMITEN COMPRENDER EL TEMA, CUÁL ES EL NEGOCIO QUE SE PLANTEA ABORDAR Y PERTINENCIA DEL MISMO.....	1
1.2.	OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS DEL PLAN DE NEGOCIO PLANTEADO.....	2
	OBJETIVO GENERAL:.....	2
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS: .....	2
1.3.	HALLAZGOS DE LA REVISIÓN DE LA LITERATURA ACADÉMICA RELACIONADA CON EL NEGOCIO PLANTEADO .....	3
1.4.	PROYECTOS SIMILARES QUE SE HAYAN DISEÑADO, ANALIZADO Y/O PUESTO EN PRÁCTICA PREVIAMENTE. ....	4
1.5.	CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO .....	5
2.	CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	5
2.1.	ENTORNO MACROECONÓMICO Y POLÍTICO .....	5
2.1.1.	TAMAÑO DE LA INDUSTRIA .....	7
2.1.2.	CICLOS ECONÓMICOS.....	9
2.2.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	10
2.3.	ANÁLISIS DEL MERCADO/ INVESTIGACIÓN DEL MERCADO/MERCADO OBJETIVO .....	12
2.4.	ANÁLISIS FODA:.....	19
2.5.	DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA GENÉRICA ESPECÍFICA DEL NEGOCIO	20
2.6.	CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO .....	21

<b>3. CAPÍTULO 3: MERCADO Y ESTRATEGIAS</b> .....	23
3.1. NATURALEZA, FILOSOFÍA DEL NEGOCIO Y ESTILO CORPORATIVO....	23
3.2. MISIÓN Y VISIÓN. ....	24
3.3. OBJETIVOS DE CRECIMIENTO Y FINANCIEROS CONSIDERANDO EL ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA. ....	25
3.4. INFORMACIÓN LEGAL .....	26
3.4.1. TIPO DE EMPRESA, ESTADO LEGAL ACTUAL O PARA CONSTITUCIÓN .....	26
3.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	28
3.6. UBICACIÓN.....	30
3.7. VENTAJA COMPETITIVA Y PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO .....	30
3.8. ESTRATEGIAS DE MERCADEO:.....	31
3.8.1. PRODUCTO O SERVICIO .....	31
3.8.2. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN .....	34
3.8.3. ESTRATEGIAS DE PRECIOS.....	35
3.8.3.1. ANÁLISIS DE COSTOS DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	35
3.8.3.2. ANÁLISIS DEL PRECIO DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	36
3.8.4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN .....	39
3.9. PRESUPUESTO .....	39
3.10. PROYECCIONES DE VENTAS .....	41
3.11. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO .....	44
<b>4. CAPÍTULO 4: OPERACIONES</b> .....	44
4.1. GESTIÓN TÁCTICA DE OPERACIONES .....	44
4.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	46
4.3. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS/CAPACIDAD INSTALADA .....	49
4.4. PLAN DE PRODUCCIÓN.....	51
4.5. PLAN DE COMPRAS .....	52

4.6. KPI'S DE DESEMPEÑO DE LA GESTIÓN TÁCTICA Y PROCESOS INTERNOS	
52	
4.7. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO .....	53
<b>5. CAPÍTULO 5: PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>54</b>
5.1. SUPUESTOS A CONSIDERAR PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN	
FINANCIERO .....	54
5.2. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS .....	55
5.2.1. ESTADO DE RESULTADOS .....	55
5.2.2. ESTADO DE SITUACIÓN O BALANCE GENERAL .....	57
5.2.3. ESTADO DE FLUJOS DE CAJA.....	58
5.2.4. ANÁLISIS DE RELACIONES FINANCIERAS.....	60
5.3. IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL.....	65
5.4. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO .....	66
<b>6. CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES GENERALES Y</b>	
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>67</b>
REFERENCIAS .....	69
ANEXOS.....	73

## INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. EVOLUCIÓN DE INGRESOS Y UTILIDADES ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS DURANTE PERIODO 2013-2017.....	7
FIGURA 2. SITUACIÓN DE LOS SERVICIOS EN EL ECUADOR. TOMADO DE <a href="https://www.eltelegrafo.com.ec/images/eltelegrafo/economia/2015/02-07-15-eco-empleos.jpg">HTTPS://WWW.ELTELEGRAFO.COM.EC/IMAGES/ELTELEGRAFO/ECONOMIA/2015/02-07-15-ECO-EMPLEOS.JPG</a> .....	8
FIGURA 3. PARROQUIAS URBANAS Y RURALES DE LA CIUDAD DE QUITO. TOMADA DE GORAYMI.COM .....	15
FIGURA 4. PROYECCIÓN MICROEMPRESAS-PICHINCHA. TOMADA DE UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR, 2017 .....	16
FIGURA 5. LOGO EMPRESARIAL .....	24
FIGURA 6. ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	28
FIGURA 7. MODELO REPORTE DATAMETRICA.....	32
FIGURA 8. DISTRIBUCIÓN EMPRESA-CLIENTE.....	35
FIGURA 9 RESPUESTA 4 ANÁLISIS COMPETENCIA.....	37
FIGURA 10 RESPUESTA 4 TENDENCIA DEL MERCADO .....	37
FIGURA 11 RESPUESTA 4 PROSPECCIÓN DE CLIENTES.....	38
FIGURA 12 RESPUESTA 4 ANÁLISIS COMPLETO.....	38
FIGURA 13. CADENA DE VALOR.....	46
FIGURA 14. DIAGRAMA DE FLUJO DATAMETRICA .....	48
FIGURA 15. CRECIMIENTO PYMES EN EL ECUADOR. TOMADA DE EKOS NEGOCIOS.SUPERCIAS.....	77

## INDICE DE TABLAS

TABLA 1 ANÁLISIS PESTEL.....	5
TABLA 2 MATRIZ OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	13
TABLA 3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....	14
TABLA 4 MATRIZ FODA.....	19
TABLA 6 PRESUPUESTO ESTRATEGIAS .....	40
TABLA 7 PROYECCIÓN DE VENTAS .....	42
TABLA 8 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS.....	49
TABLA 9 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO .....	50
TABLA 10 KPI'S .....	53
TABLA 11 ESTADO DE RESULTADO PROFORMA.....	55
TABLA 12 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL ANUAL .....	57
TABLA 13 ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROFORMA .....	58
TABLA 14 FLUJO DE CAJA LIBRE DEL PROYECTO.....	59
TABLA 15 FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.....	60
TABLA 16 ÍNDICES FINANCIEROS.....	61
TABLA 17 DATOS VALORACIÓN .....	63
TABLA 18 RESUMEN FLUJOS DE EFECTIVO LIBRE .....	64
TABLA 19 TASA DE DESCUENTO .....	64
TABLA 20 EVALUACIÓN FLUJOS PROYECTO E INVERSIONISTA.....	64

# 1. CAPÍTULO 1: Presentación del tema y Marco Teórico

## 1.1. Antecedentes que permiten comprender el tema, cuál es el negocio que se plantea abordar y pertinencia del mismo.

Según (IBM, 2013), menciona que “los datos se han convertido en uno de los mayores activos de muchas empresas. En plena Era de la información, las grandes multinacionales de Internet consiguen ingresos millonarios a través de las bases de datos de sus usuarios y su análisis.

Sin embargo, la simple acumulación de información y datos no es suficiente. Conocer, clasificar, filtrar y utilizar la información mediante un análisis exhaustivo de esos datos se hace imprescindible para que los datos se conviertan en verdaderos activos y generadores de negocio de la empresa.

En la actualidad son muchos los ejemplos que podemos encontrar en el mundo sobre los beneficios de la analítica de datos. Un caso interesante es el de Siemens, que tiene en Amberg (Baviera) una de las plantas más automatizadas del mundo gracias a la analítica de datos con la inteligencia artificial. Cada día se gestionan 50 millones de datos, al lado de los 5.000 que manejaba hace poco más de dos décadas”.

En el Ecuador la demanda de sistemas de análisis de datos ha ido incrementado, lo que ha provocado que el análisis de datos se convierta en el eje fundamental en la toma de decisiones, con el fin de obtener mejores resultados y generar valor para las empresas.

Por otro lado, el Ecuador ha tenido un vertiginoso crecimiento de las Pymes, razón por la cual se ha identificado a este como un mercado potencial.

Así que, de acuerdo a las ideas mencionadas en los párrafos precedentes, se plantea crear una empresa dedicada a brindar servicios de análisis de datos, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial a las Pymes de la ciudad de Quito.

El mercado que se pretende captar son las empresas denominadas Pymes de la ciudad de Quito, con la finalidad de mejorar el rendimiento, incrementar las ventas, búsqueda de clientes potenciales, etc.; situación que permitirá que el plan de negocios pueda captar una parte del mercado y brindar ayuda a las pequeñas y medianas empresas con el diseño e implementación de soluciones analíticas de negocio.

## **1.2. Objetivos generales y específicos del plan de negocio planteado**

### **Objetivo General:**

- Desarrollar un plan de negocios para una empresa de servicios de análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial a las Pymes de la ciudad de Quito.

### **Objetivos Específicos:**

- Investigar la industria de análisis de datos e inteligencia de negocios en el Ecuador, así como la situación actual de las pymes.
- Realizar el análisis de los diferentes factores macroeconómicos para identificar las causas que afectan o influyen en el mercado.
- Desarrollar una investigación de mercado que permita determinar el porcentaje de clientes potenciales a captar y estrategias a implementar.
- Desarrollar la estructura organizacional y operativa del proyecto propuesto.
- Evaluar la factibilidad económica del plan de negocios planteado.

### **1.3. Hallazgos de la revisión de la literatura académica relacionada con el negocio planteado**

Según (Estupiñan & Rodriguez, 2006) mencionan que “las organizaciones sienten la necesidad de mirarse a sí mismas cuando sufren algún tipo de tensión por las demandas sociales, por la suficiencia de sus recursos o por el desborde de sus capacidades; cuando sienten que su estilo de trabajo no arroja todos los buenos resultados que de ellas se esperan o cuando perciben un cierto estancamiento relacionado con su modo de atención. Estas miradas se convierten en un primer reconocimiento hacia el cambio, una forma de comprender que las cosas pueden ser de otra manera”.

Según (Toro, 2017) menciona que “Hoy en día, la competencia es feroz en casi todos los sectores empresariales y las industrias. La constante aparición de nuevos productos, formas de distribución y modelos de negocio, apoyados por los vertiginosos avances tecnológicos, hace que las reglas básicas del juego también cambien constantemente. La democratización de la tecnología y las fuerzas de la globalización han acabado con las principales ventajas competitivas de las grandes corporaciones de antaño. La propiedad sobre un proceso productivo o la cercanía a los consumidores y las fuentes de capital ya no implican una ventaja diferencial significativa. El compromiso del factor humano más capacitado para con la organización tampoco suele durar tanto como antes, y más bien está a disposición del mejor postor. En definitiva, las barreras de entrada que solían proteger a muchas industrias y sectores ya no existen o son insignificantes.

El diseño organizacional es el proceso de construir y ajustar la estructura de la organización para conseguir sus objetivos. El proceso, que parte de las metas que tiene la empresa, convierte estas en tareas que, a su vez, sirven de base para la definición de los puestos de trabajo. Los puestos de trabajo se conectan para formar departamentos, y estos se enlazan para formar la estructura organizacional”.

#### **1.4. Proyectos similares que se hayan diseñado, analizado y/o puesto en práctica previamente.**

Dentro de la investigación de temas similares para el desarrollo de el plan de negocios encontré los siguientes proyectos:

Según (Aguirre, 2018), en su tesis se enfocó en desarrollar un plan de negocios para una empresa en el área de análisis de datos y soluciones analíticas; el cual se basó en ser una guía descriptiva para la creación de una start up, orientada a brindar soluciones en el área del análisis de datos e inteligencia de negocios, definida para el mercado interno del país, específicamente la región Metropolitana de Chile.

Otro proyecto similar es de (Tovar, 2017), una investigación enfocada a la aplicación de Business Intelligence en la Gestión de la Pymes de Argentina, la cual analiza a las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), que se caracterizan por tomar decisiones con información incompleta y basadas en predicciones; sin embargo, la incorporación de datos de calidad podría mejorar significativamente sus niveles de innovación y competitividad. Dicha investigación menciona que la extrema competencia y los desarrollos tecnológicos presionan a las organizaciones a realizar cambios constantes, que son el resultado de decisiones internas tomadas a partir de tener en cuenta distintos factores. De tal realidad no escapan las Pymes, cuyos dueños, socios y ejecutivos principales deben -día a día- definir la resolución de distintas problemáticas. Además, se observa que, en las Pymes y a diferencia de las grandes empresas, se repite el hecho que las decisiones -por lo general- son tomadas en base a experiencias previas e intuición, dejando de lado los datos y estadísticas que podrían marcar una diferencia en los resultados obtenidos.

Según (Baquero, Mendez, & Julio, 2014), dentro de sus objetivos fue realizar un plan de negocios para la creación e internacionalización de una empresa de Consultoría Financiera, la cual consistió en realizar una simulación para estudiar las relaciones internas de sistemas complejos, derivándose estos desde los procesos internos hasta la viabilidad técnica de nuevos proyectos. De esta manera se pudo

obtener una visión general de las diferentes operaciones de los sistemas, verificando el impacto de cambios en el desempeño de dicho sistema, además de encontrar políticas óptimas y nuevas configuraciones, traduciéndose finalmente en ahorros potenciales al reducir costos de implementaciones que pueden no ser las indicadas para la operación.

## 1.5. Conclusiones del capítulo

En conclusión, dadas las teorías expuestas por diferentes investigadores alrededor del mundo, a la tendencia creciente de Analítica de Datos en el Ecuador y el mundo y a la oportunidad de mercado existente en las Pymes, se desarrollará el presente plan de negocios.

## 2. CAPÍTULO 2: Análisis de la industria

### 2.1. Entorno macroeconómico y político

Para el análisis de los diferentes factores macroeconómicos se ha podido identificar las causas que afectan o influyen positivo o negativamente en el mercado del plan de negocios propuesto, el cual se detalla en la siguiente Tabla 1.

Tabla 1 *Análisis PesteI*

POLITICOS	ECONÓMICOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Actualmente el gobierno central a través de los siguientes incentivos, propone mejor el aparato productivo en las diferentes tipo empresas, los cuales se detalla a continuación (<b>Anexo 1</b>) : -0% Impuesto a la Renta, Impulsando el crecimiento del</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La economía del estado con perspectiva de crecimiento, debido a los acuerdos firmados con los Organismos Internacionales.</li> <li>Las medidas económicas tendientes a lograr la suspensión de ciertos subsidios a los derivados del petróleo, en especial caso a la gasolina extra, súper y</li> </ul>

<p>sector productivo del país. -0% impuesto a la salida de Divisas -0% impuesto al valor agregado -Contratos de Inversión -Exoneración del Impuesto a la salida de divisas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incertidumbre política, dada por las movilizaciones de los diferentes factores de riesgo y amenazas.</li> <li>• Políticas salariales</li> </ul>	<p>diésel crearon un caos en todos los ámbitos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La tendencia ascendente del crecimiento de las PYMES (<b>Anexo 2</b>): : <ul style="list-style-type: none"> <li><b>2014=22.757</b></li> <li><b>2015=23.915</b></li> <li><b>2016=24.668</b></li> </ul> </li> <li>• Incremento salarial, salario básico de \$394 a \$400 dólares.</li> <li>• Tasas de interés elevadas.</li> <li>• Supresión de impuestos a las importaciones de artículos tecnológicos.</li> </ul>
<b>SOCIAL</b>	<b>TECNOLOGIA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Migración de países vecinos, ha incrementado el subempleo.</li> <li>• Inestabilidad laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de tecnología 5G en el ámbito de la telefonía.</li> <li>• Capacitaciones en alistamiento digital.</li> <li>• Tendencia creciente en el uso de medios tecnológicos: 55,7% de las personas de Pichincha usan el Internet para obtener información. 48% usan redes sociales en el celular.</li> <li>• Inversión del estado en fibra óptica</li> <li>• Costos elevados en Investigación y Desarrollo.</li> <li>• Ataques cibernéticos</li> <li>• Uso de Internet, plataformas y servicios web</li> <li>• Facilidades en la adquisición de software y hardware.</li> </ul>

### 2.1.1. Tamaño de la industria

El plan de negocios planteado se encuentra en el sector de Actividades profesionales, científicas y técnicas; de servicio administrativo y de apoyo de acuerdo al servicio que se pretende ofrecer, con el apoyo de las herramientas en este caso análisis de datos que son los elementos primordiales para que el negocio pueda funcionar y entregar el producto final.

De acuerdo a la investigación realizada por (Dirección Nacional de Investigación y Estudios de la Superintendencia de compañías, 2018) señala que “las actividades profesionales, científicas y técnicas registraron en promedio ingresos por servicios prestados de 5,426 millones de USD anuales. Los ingresos de este sector han presentado un decrecimiento promedio anual del 4.4%, siendo los años 2016 y 2017 los que presentan las caídas de ingresos más pronunciadas con tasas de -13.7% y -5.9% anual, respectivamente. Las utilidades, por otro lado, en promedio decrecieron en un 2.2% anual, siendo los años 2016 y 2017 los que presentaron las mayores caídas”.



Figura 1. Evolución de ingresos y utilidades actividades profesionales, científicas y técnicas durante periodo 2013-2017

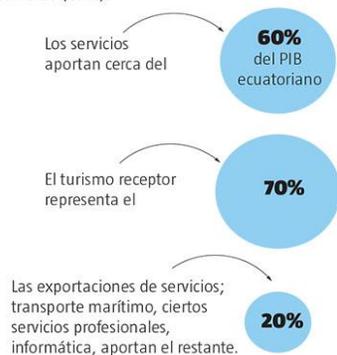
Además, en el Ecuador, el 68% de los empleos generados a nivel nacional provino de las empresas dedicadas a actividades de servicios. Con el estudio realizado se puede visualizar la importancia que tiene este renglón dentro de la economía del país frente a los demás sectores. Es importante mencionar que el 69,4% de ingreso total proviene de los servicios, es así que cada vez más las empresas del sector contribuyen al desarrollo macroeconómico y social. ( Hipp & Grupp, 2015)

La actividad de servicios en el país cada mes va incrementando, a pesar de las crisis atravesadas en años pasados, pero con la ayuda de herramientas tecnológicas los procesos cada vez se van automatizando y mejorando, así lo menciona el artículo de (eltelegrafo, 2015) que “los servicios aportan cerca del 60% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, según cifras del Banco Central del Ecuador (BCE). El sector servicios o terciario es el que engloba las actividades relacionadas con las labores materiales no productoras de bienes. Incluye subsectores como comercio, transportes, comunicaciones, centro de llamadas, finanzas, turismo, hotelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención al cliente), entre otros”.

### Exportación de servicios ecuatorianos

Los servicios son considerados como el sector terciario de la economía. El Gobierno busca que se posicione como el principal motor de la economía.

Constituyen: turismo, servicios profesionales, software, construcción, telecomunicaciones. En total 152 subsectores define la Organización Mundial del Comercio (OMC).



**Según el Banco Central del Ecuador**, existen alrededor de un 1,9 millones de empleos en el sector de los servicios, lo que significa el 49% total de empleo. La tasa de productividad laboral en 2011 fue \$ 8.696 por trabajador en esta área.

**Ecuador** mantiene un acuerdo comercial sobre servicios solamente con la Unión Europea. El proceso está aún bajo discusión, en la CAN.



**Los ingresos de la industria de servicios oscilan en \$ 350.000 millones** en el mundo

A los principales países que se exportan estos servicios son



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior

**Figura 2.** Situación de los servicios en el Ecuador. Tomado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/images/eltelegrafo/Economia/2015/02-07-15-eco-empleos.jpg>

Al mismo tiempo es importante mencionar que el uso de datos e información según (Zambrano, 2017), señala que en “el país está listo tecnológicamente para estos proyectos pues ya no somos únicamente consumidores de contenido, sino que también generamos información. Hay varios profesionales con conocimientos en el tema, sin embargo, son pocos los que se han especializado en Big Data.

Actualmente hay empresas de telecomunicaciones que saben dónde nos encontramos, dependiendo de la celda o estación base a la que nos conectamos. De la misma manera cuando pasteamos en redes sociales se publica nuestra geolocalización. Muchas empresas llaman para ofrecer "cenas gratuitas" o "premios sorpresas" a las cuales nunca nos inscribimos, es decir que se utiliza nuestra información para recibir este tipo de llamadas. Este tema se lo debe dialogar entre actores civiles, políticos y empresarios para establecer una línea de privacidad.

En una publicación realizada en la Conferencia Internacional de Ciencia de Datos y Sistemas Intensivos, en Sídney, Australia, escribió sobre la identificación y validación de eventos de salud en tiempo real a través de los medios de comunicación. En la investigación se encontraron patrones y comportamientos en los datos de redes sociales que se alineaban con síntomas de enfermedades estacionales en Australia”.

### **2.1.2. Ciclos económicos**

El servicio propuesto no es de carácter estacional, debido que el sector empresarial de servicios es muy dinámico y está sujeto a las necesidades del mercado.

Por ende, el ciclo económico de este servicio es irregular, así como gradual y progresivo, de acuerdo al crecimiento de la demanda y de lo atractivo que puede llegar a ser la oferta.

Se ha identificado por el dinamismo de la Economía Ecuatoriana que una de las afectaciones que puede tener el plan de negocios planteado, es la inestabilidad

laboral y la falta de fuentes de empleo que debilita el sistema económico del país, por ende, la contratación de servicios se vería afectada al no tener los recursos.

## **2.2. Análisis de la competencia**

### **Poder de negociación de los clientes (alta)**

El poder de negociación de los clientes es alto, debido que al existir empresas que brindan servicios similares, el cliente tiene el poder de optar y elegir a las empresas que satisfaga sus necesidades sean en términos de precio y servicio, por ende, el plan de negocios planteado debe desarrollar estrategias que sean competitivas y atractivas para el cliente.

### **Rivalidad entre las empresas (media)**

La competencia de este tipo de negocio es media, lo que demanda que este plan de negocios debe innovar ante los servicios existentes que permitan alcanzar la competitividad, y satisfacer las necesidades del mercado.

En el mercado actual hay varias empresas que utilizan la información existente o son catalogadas como empresas consultoras.

### **Amenaza de los nuevos entrantes (alta)**

La tendencia académica universitaria está encaminada a preparar profesionales que en un futuro organicen o formen sus propias empresas para evitar la explotación laboral, por ende, la amenaza de nuevos entrantes es alta, debido que, con el avance tecnológico, siempre habrá oportunidades de mejorar y brindar un mejor servicio.

### **Poder de negociación de los proveedores (media)**

De acuerdo al giro de negocio, el poder de negociación de los proveedores es media, debido que al tratarse de un servicio en donde se enfoca a realizar estudios, extracción de datos, procesamiento y entrega de información, si se desea brindar

un servicio de calidad se debe optar por herramientas tecnológicas que permitan mejorar la obtención y seguridad de la información, así como garantizar la seguridad de la información a entregar a los clientes.

Actualmente en el mercado hay una variedad de proveedores que pueden ofrecer estos servicios de forma gratuita y a altos costos, todo depende de la cantidad de datos que se desee manejar.

### **Amenaza de productos sustitutos (media)**

Al momento no existe un producto sustituto que reemplace al modelo de negocio, posiblemente se puede considerar como sustituto a las empresas que se dedican a la extracción de datos, pero no brindan el servicio propuesto que es el análisis, procesamiento y entrega de información a través de reportes.

### **La Competencia**

De acuerdo al tipo de negocio al cual se pretende desarrollar y dadas las características que deseamos implementar, se ha considerado como referencia mas que competencia a la empresa Aval, por ciertos servicios que dicha empresa oferta la cual se detalla a continuación:

- **AVAL**

Aval, es una empresa ecuatoriana establecida en el año 2015 dedicada al análisis y procesamiento de información, en la prospección y selección de clientes. Su misión es ayudar a sus clientes a tomar las mejores decisiones aportando con conocimiento, habilidades, actitudes y comportamientos necesarios para tomar decisiones financieras informadas que generen un impacto positivo y bienestar personal a cada uno de sus clientes.

Dentro del mercado de análisis de datos, en el Ecuador hay varias empresas que utilizan esta herramienta para la entrega de información, pero la mayoría de empresas lo realiza a manera de consultorías o asesorías, por temas de estudio no

se ha considerado este tipo de empresas ya que el fin del plan de negocios no es ser una consultora, pero quizás algunos de los servicios que ofrecen se puede considerar como competencia, y entre ellas tenemos a:

- NOVATECH
- ACTUARIA
- CLICKSOFT
- INGELSI

### **2.3. Análisis del mercado/ investigación del mercado/mercado objetivo**

El gobierno del Ecuador con el ánimo de incentivar el desarrollo tecnológico ha quitado los impuestos a todos los implementos tecnológicos, hecho que facilitará cumplir con los objetivos de este plan de negocios con mayor facilidad y de igual forma permitirá utilizar herramientas tecnológicas para la evaluación y validación de información, así como la implementación de estrategias.

De la investigación de campo, así como de las entrevistas preliminares con empresarios de la ciudad de Quito, es viable la conformación de una empresa dedicada a brindar servicios de asesoramiento, análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial a las Pymes, dado que dicho segmento de mercado necesita de la ayuda de este servicio para mejorar su rendimiento, por tal motivo se desarrolla la siguiente investigación.

#### **Metodología de la investigación**

Para el desarrollo del estudio de mercado se aplicará los siguientes tipos de investigación:

## Investigación Descriptiva

Para la investigación de mercado del plan de negocios se utilizará la investigación descriptiva la cual nos permitirá conocer la situación actual de las empresas (Pymes) de la ciudad de Quito.

## Instrumentos

Se describe la siguiente matriz correspondiente a la Tabla 2:

Tabla 2 *Matriz Operacionalización de Variables*

OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLE	SUB VARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTO
<b>Investigar la situación actual de las empresas Pymes en la ciudad de Quito.</b>	Situación actual Pymes	Pymes	Número de empresas	Cuestionario
		Actividad económica	Tipo de empresas	
		Posición de mercado	Porcentaje participación mercado	
<b>Desarrollar una investigación de mercado que contengan estrategias y pronósticos para el mercado del servicio de análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial.</b>	Observación de campo	Servicios a ofrecer	a Tipos de servicio	Cuestionario
		Investigación de mercado	Nicho de mercado	Clasificación de la industria

<b>Captar el 5% del mercado objetivo en el trayecto de un año.</b>	Mercado objetivo	Estrategias	% mercado potencial	Cuestionario
<b>Desarrollar la estructura organizacional y operativa del proyecto propuesto.</b>	Estructura organizacional y operativa	Organigrama Cadena de valor	Número de empleados Numero de departamentos	Cuestionario
<b>Elaborar un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto en el periodo de un año.</b>	Estudio financiero Viabilidad del proyecto	Tipo de servicios ofrecer % ventas	de Índices de rentabilidad de Índices de operatividad	Cuestionario
		Balance general		
		Situación financiera		
		Flujo de efectivo		

Tabla 3 *Instrumentos de Investigación*

<b>TEMA</b>	<b>TÉCNICA (Metodología)</b>	<b>HERRAMIENTA (Instrumento)</b>
Encuesta online	Investigación descriptiva	Cuestionario

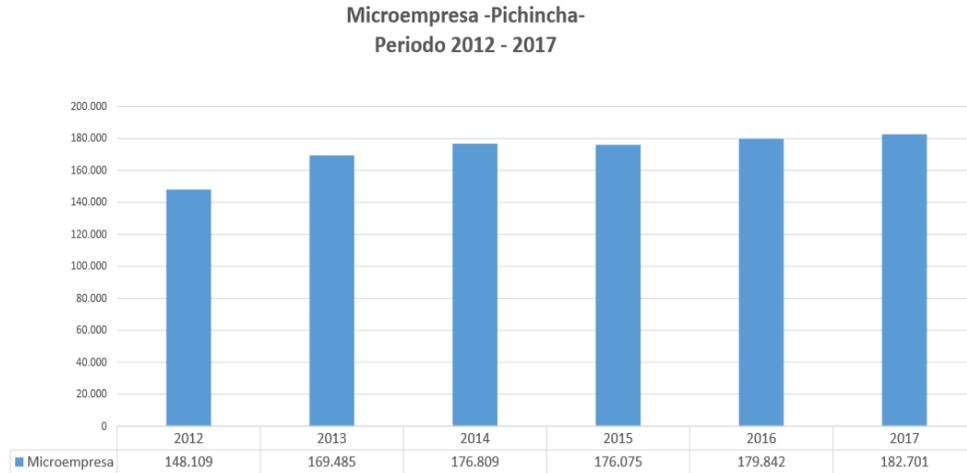
### **Mercado Potencial**

El mercado potencial que es objeto de estudio son las empresas dedicadas a la actividad empresarial (Pymes) de la ciudad de Quito.



*Figura 3. Parroquias Urbanas y Rurales de la ciudad de Quito. Tomada de Goraymi.com*

De acuerdo a la información del Área de Gestión de la (Universidad Andina Simón Bolívar, 2017) a través del observatorio de la Pequeña y Mediana Empresa – Pyme, publica lo siguiente:



*Figura 4.* Proyección Microempresas-Pichincha. Tomada de Universidad Andina Simón Bolívar, 2017

En donde se puede determinar un crecimiento del 1,05% anual, lo que significa que cada año hay nuevos emprendimientos y mercado para poder comercializar y ofrecer servicios.

Cabe recalcar que la información indicada corresponde a toda la provincia de Pichincha, pero para temas de estudios y proceso de investigación, el plan de tesis está enfocado en la ciudad de Quito.

### **Cálculo de la Población**

Para el cálculo de la población, se utilizó la información de (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018) basado en un archivo en Excel correspondiente al Ranking empresarial, lo cual ha permitido realizar los cálculos pertinentes y estimar el mercado, información que se detalla a continuación:

Total empresas Pichincha	21.055
Total mediana y pequeñas empresas Quito	9.474
<b>Total mercado potencial analizar</b>	<b>9.474</b>

Para el presente estudio de mercado el Universo es de 9.474 empresas pymes.

### **Tamaño de la muestra**

El tamaño de la población para este plan de negocios es de 9.474 pymes de la ciudad de Quito, por lo que se procede a utilizar el cálculo del tamaño de la muestra a través de la plataforma virtual SurveyMonkey.

Se eligió el 95% en el nivel de confianza ya que es el parámetro que más se lo utiliza en una investigación, y un margen de error del 5%, aplicando los datos indicados, se debe realizar 370 encuestas.

### **Elaboración de Encuesta**

La encuesta presenta siete (7) preguntas diseñadas en la herramienta Google Analytics, dirigida a los gerentes de las diferentes empresas pymes de la ciudad de Quito, con la finalidad de obtener información que nos permita determinar la aceptación o rechazo del plan de negocios y estimación del precio que estarían dispuestos a pagar por la prestación de este servicio.

### **Modelo de Encuesta**

(Se adjunta **Anexo 3**)

### **Procesamiento de la Información**

Una vez realizadas las 370 encuestas, se procede a la tabulación de los datos, información que se procesó mediante la herramienta Google Analytics, la cual proporcionó los datos necesarios con los respectivos gráficos, mismos que se reflejan en el Anexo 4.

## **Gráficas y resultados de la encuesta**

(Se adjunta **Anexo 4**)

### **Perfil del consumidor**

El mercado al cual se pretende captar para el estudio de mercado, son las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito denominadas pymes, sin discriminación de su actividad económica.

Según las investigaciones sobre las Pymes, desarrolladas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), estas empresas se caracterizan por el uso intensivo de la mano de obra, poca aplicación de la tecnología, baja división del trabajo, reducido capital, baja productividad, mínima capacidad de ahorro y limitado uso de los servicios financieros y no financieros. (INEC, 2007)

Las Pymes contribuyen a dinamizar la economía nacional, debido a que sus costos de inversión son bajos, lo que permite enfrentar favorablemente los cambios del mercado.

Las Pymes, se originan en su gran mayoría del patrimonio familiar, con el propósito de ser dueños de su propio negocio y de esta manera dejar de ser dependiente de una empresa.

En el Censo Nacional Económico 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) se agrupa a las empresas por el número de personas que la conforman, así tenemos que, una micro empresa es aquella que está conformada entre 1 y 9 personas, se consideran empresas pequeñas las que tienen de 10 a 49 empleados, una empresa mediana estaría conformada desde 50 a 199 colaboradores y una grande por más de 200 empleados.

Además de las características mencionadas, de acuerdo a los resultados de la investigación de mercado determinó la necesidad que este tipo de empresas

requieren, ya que al ofrecer el servicio de análisis de datos permitirá tener una mejor proyección de su negocio.

## 2.4. Análisis FODA:

Se ha determinado lo siguiente:

Tabla 4 *Matriz FODA*

		OPORTUNIDAD	AMENAZAS
		Incrementar la diversidad de ofertas de servicios.	Políticas y normativa existente en el país.
		Desarrollo y la tendencia de uso de tecnología en el mercado actual.	Empresas posicionadas en el mercado.
		Crecimiento en el mercado de Quito, emprendimientos nuevos (pymes).	Coyuntura económica del país que genera un decrecimiento del consumo.
		Incentivos por parte del estado para el mercado empresarial.	Enfermedades/ pandemias
FORTALEZAS	OF: ESTRATEGIAS	AF: ESTRATEGIAS	
Personal especializado para el análisis de datos.	Mediante la página web, se implementara servicio en línea a través de la herramienta WhatsApp en línea se brindará soporte y atención al cliente.	Uso de medios tecnológicos, redes sociales para dar a conocer el servicio de análisis de información.	
Base de datos actualizada del mercado ecuatoriano.	Crear alianzas estratégicas con proveedores, para dar a	Ofrecer servicios de captación de clientes, a través del estudio de perfiles de empresas competitivas.	
Conocimiento amplio del sector.			

<p>Adaptabilidad</p> <p>Servicio de calidad, basado en la entrega a tiempo de los reportes.</p>	<p>conocer el servicio y captar un mayor mercado.</p>	
<p><b>DEBILIDAD</b></p>	<p><b>OD: ESTRATEGIAS</b></p>	<p><b>AD: ESTRATEGIAS</b></p>
<p>Débil imagen en el mercado.</p> <p>Marca no posicionada.</p> <p>Altos costos de manejo de servicios de tarjetas de crédito (datafast) y altos porcentajes de comisión por tarjetas por parte de las Instituciones financieras.</p>	<p>Aprovechar todo medio de publicidad para captar más mercado.</p> <p>Contratar gente con experiencia y especialización en el análisis de datos y generación de reportes.</p>	<p>Desarrollar un departamento destinado a la investigación y desarrollo de actividades y mejoras.</p> <p>Dar charlas ilustrativas acerca de la empresa y los servicios que brinda a través de ferias empresariales.</p>

## 2.5. Definición de la estrategia genérica específica del negocio

La estrategia genérica considerada para el desarrollo de este plan de negocios está basada en la estrategia de segmentación de mercado, la cual consiste en ofertar un servicio a un mercado en específico, en este caso a las Pymes de la ciudad de Quito, ya que al realizar una breve investigación se estableció que este tipo de empresas carecen de información del mercado, por ende no cuentan con herramientas que les permita expandirse o crecer su negocio, además, les resulta imposible contratar asesorías por los costos altos, por tal motivo se ve la necesidad de ofertar este tipo servicio con la finalidad de ayudar a la pequeña y mediana empresa a tener una opción para mejorar el rendimiento de su empresa.

Para alcanzar el objetivo propuesto hemos establecido las siguientes estrategias:

- Presentación de oferta del servicio de forma masiva, empleando los medios tecnológicos, así como reuniones directas con los gerentes de las empresas.
- Difusión de la marca a través del uso de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, blogs), radiales y escritos.
- Participación en ferias empresariales.
- Visitas personales puerta a puerta a cada una de las empresas potenciales.
- Referencia positiva de clientes.
- Emplear el marketing boca a boca con el objetivo que la gente hable sobre el negocio y destaque las ventajas del mismo.

## **2.6. Conclusiones del capítulo**

De acuerdo al análisis de los diferentes factores macroeconómicos, se ha podido identificar las posibles causas que pueden afectar o influir en el mercado de forma positiva o negativa, entre ellas podemos mencionar que la inestabilidad laboral es una amenaza que puede provocar que las empresas no consuman el servicio debido a la falta de ingresos, a pesar de este tipo de problema cada año hay nuevas emprendimientos y creación de empresas, que representa un nicho de mercado creciente. Cabe señalar que la coyuntura económica del país genera un decrecimiento del consumo, lo que significa ir replanteando estrategias para captar clientes potenciales.

Con respecto a la investigación de mercado realizada a través de las 370 encuestas se obtuvo los siguientes resultados:

El 91,60% de la población encuestada contestó que están interesados en contratar un servicio encaminado al análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial, quedando el 8,40% de los encuestados en el grupo de neutros, poco interesados y/o nada interesados.

Las respuestas acerca de qué aspectos el cliente valoraría importante a la hora de contratar el servicio, basado en los siguientes aspectos: precio justo, información completa y segura, calidad del servicio, especialización y experiencia y capacidad de respuesta, considerando una puntuación del 1 al 7 (siendo 1 el menos y 7 el más importante), por temas de análisis se consideró el criterio en función el más importante (7) donde se obtuvo que el 70,50% de los encuestados desean que la información sea completa y segura, en referencia al segundo criterio el 70% consideran importante la especialización y experiencia, en relación al tema de calidad de servicios el 63,78% considera importante al momento de contratar un servicio, el 31,89% considera importante la capacidad de respuesta del servicio, finalmente el 25,68% de los encuestados esperan que el servicio tenga un precio justo, lo que nos permite conocer que aspectos el plan de negocios tendrá que trabajar para que el cliente se sienta satisfecho con el servicio.

La oferta del presente estudio, cuenta con cuatro servicios detallados de la siguiente manera: análisis completo (servicio 1), prospección de clientes (servicio 2), análisis de mercado (servicio 3) y análisis de la competencia (servicio 4) de los cuales se determinó que el 31,1% de los encuestados estarían interesados en contratar el servicio 1, a continuación el 28,40% de la población están interesados en contratar el servicio 2, así como el 23,20% de los encuestados el servicio 3 y finalmente el 17,30% estarían interesados en el servicio 4.

Respecto a las respuestas obtenidas en relación al precio que el cliente estaría dispuesto a pagar por los servicios ofertados, los rangos que presentaron las respuestas oscilan entre USD \$1,00 a USD \$8.500,00 dólares, por esta razón se optó por aplicar la fórmula estadística MODA, la cual se alinea a los resultados obtenidos en la encuesta y calcula el valor con mayor frecuencia en una distribución de datos. Resultado de la aplicación de la fórmula se determinó que el precio para los servicios 2, 3 y 4 corresponde a USD \$200,00 dólares y USD \$500,00 dólares para el servicio 1.

En referencia a las respuestas de cuantas veces estaría dispuesto a contratar el servicio en el año, el 64,90% de la población encuestada señaló que lo realizaría una sola vez, el 24,9% de los encuestados contratarían el servicio dos veces, el 6,5% tres veces y el 3,8% cuatro o más veces.

Las respuestas acerca del medio por el cual estarían interesados en contratar el servicio de análisis de datos, el 56,20% de la población indicó que les interesaría obtener información a través de un asesor de negocios, el 27,30% por medio de una página web y el 16,50% restante opto por video llamadas, teleconferencias, vía WhatsApp, entre otras.

Las respuestas en relación a la forma de pago por los servicios ofertados, señalaron los siguientes datos: el 68,90% a través de transferencia bancaria, seguido por el 17,60% tarjeta de crédito, el 12,70% en efectivo y el 0,8% cualquier otro medio.

Con la información recopilada se concluye que hay un mercado potencial para el desarrollo del plan de negocios planteado.

### **3. CAPÍTULO 3: Mercado y Estrategias**

#### **3.1. Naturaleza, filosofía del negocio y estilo corporativo**

La naturaleza de este plan de negocios está apoyada en una base de datos con información financiera de las empresas de todos los sectores económicos del Ecuador, datos contemplados de los tres últimos años (2016-2017-2018), información que fue recopilada de la página de la Superintendencia de Compañías, Cámara de Comercio de Quito y de otras fuentes, al contar con toda esta información, algunas de conocimiento público nace la idea en desarrollar una empresa que se dedique a brindar servicios de análisis de datos, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial a las Pymes de la ciudad de Quito mediante la generación de reportes.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación de mercado se pudo identificar que las empresas están interesadas en contratar un servicio donde se brinde información relacionada a un análisis financiero/económico de la industria, conocer la tendencia del mercado, prospección de clientes, análisis de la competencia, con la finalidad de mejorar el rendimiento de sus actividades comerciales.

Al tratarse de una empresa que se basa en el análisis de información o conocida como inteligencia de negocios, se ha considerado el nombre de “DATAMETRICA”, cuyo diseño del nombre y logo para el estilo corporativo, va acorde a la actividad principal del plan de negocios que es el análisis de datos.

Por tal motivo el logotipo de la empresa está representado por la siguiente imagen:



*Figura 5. Logo empresarial*

Se ha utilizado un diseño abstracto, sencillo y de color naranja, dando énfasis con la letra D, en representación del nombre comercial de la empresa, y diseñado con puntos que representan la información que hay en nuestro entorno.

### **3.2. Misión y visión.**

#### **Misión**

Somos una empresa que brindamos servicios de análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial a las pequeñas y medianas empresas, se caracteriza por ofrecer servicios de calidad destinados a satisfacer las

necesidades de nuestros clientes, ayudando a conseguir mejoras tangibles y duraderas en la aplicación de sus negocios.

### **Visión**

Ser la empresa líder en servicios de análisis, procesamiento y entrega de información del mercado empresarial en la ciudad de Quito, brindando ayuda a las pequeñas y medianas empresas con el diseño e implementación de soluciones analíticas de negocio.

### **3.3. Objetivos de crecimiento y financieros considerando el análisis de la industria.**

El desarrollo del plan de negocios se fundamenta en los siguientes objetivos:

#### **Objetivos de corto plazo**

- Desarrollar estrategias de marketing como top of mind, que permita posicionar la marca DATAMETRICA en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito.
- Implementar mecanismos de posicionamiento para dar a conocer a la empresa a través de: página web del negocio, Instagram, Facebook, twitter, blogs empresariales, ferias empresariales, entre otros.
- Seleccionar al personal especializado y calificado para el desarrollo de las actividades que DATAMETRICA ofrecerá.
- Considerar un portafolio mínimo de 200 clientes en el año 2021.

#### **Objetivos de mediano plazo**

- Mantener un margen de ganancia mínima del 8%, que permitirá apalancar los gastos.
- Recuperar la inversión total dentro de los dos primeros años del negocio.
- Organizar el espacio físico adecuado para el crecimiento de la empresa.

- Definir procesos de calidad para la gestión de análisis de reportes.

### **Objetivos de largo plazo**

- Desarrollar alianzas estratégicas con empresas, para captar una mayor cuota del mercado.
- Definir un plan de incentivo para el personal, con la finalidad de garantizar estabilidad laboral.
- Desarrollar nuevas líneas de negocios con el fin de ampliar mercado e incrementar en un 5% los ingresos para diversificar la empresa.
- Adquirir un software para almacenamiento, organización y mejora del servicio.

## **3.4. Información Legal**

### **3.4.1. Tipo de empresa, estado legal actual o para constitución**

DATAMETRICA será constituida como persona jurídica natural a cargo de su propietaria.

Se ha elegido la figura de persona natural, debido al tamaño de la empresa y las ventajas que ofrece las cuales se detallan a continuación:

- La constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima (no se necesita, entre otras cosas, elaborar una minuta de constitución y hacer un inventario de los bienes aportados).
- La constitución de la empresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales.
- No se le exige llevar y presentar tantos documentos contables.
- La propiedad, el control y la administración recaen en una sola persona.

- Se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción.
- Si la empresa no obtiene los resultados esperados, el giro del negocio puede ser replanteado sin ningún inconveniente.
- Si las empresas constituidas bajo la forma de Persona Natural pueden cerrarse o venderse fácilmente.
- Pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.  
(Kamiya, 2018)

Una de las principales desventajas de constituir una empresa como persona natural la persona (el dueño de la empresa) asume a título personal todas las obligaciones de la empresa, lo cual implica que asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea (los bienes que estén a su nombre), las deudas que pueda contraer la empresa. (Kamiya, 2018)

El nombre comercial de la empresa se denominará DATAMETRICA.

Para la constitución de este tipo de negocio, se debe considerar los siguientes requisitos:

1. Obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) o el Régimen Impositivo Simplificado (RISE) en el SRI.
2. Inscripción como patrono en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).
3. Patente municipal
4. Permiso del Cuerpo de Bomberos
5. Imprimir facturas
6. Licencia única de actividades económicas (LUAE)
7. Registro de la marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, IEPI.
8. Escritura de compra venta del inmueble o certificado del registrador de la propiedad.

Adicional se adjunta en el **Anexo 5** algunos artículos referentes al Código Orgánico de la Económica social de los conocimientos, creatividad e innovación, así como el Código Orgánico de Regulación y control del poder Mercado, puntos esenciales para la implementación de este plan de negocios.

### 3.5. Estructura Organizacional

La estructura organizacional de DATAMETRICA plantea contar con la siguiente estructura organizacional:

- Gerente General (Ingeniero Comercial, Licenciado en Administración en Empresas, u otras ramas afines)
- Analista de Datos (economista, estadístico, matemático, ingeniero en sistemas, entre otros)
- Analista de sistemas Externo (ingeniero o tecnólogo en sistemas)
- Contador Externo (contador público autorizado)
- Asesor comercial (Ingeniero comercial, marketing, administración u otros)

#### Organigrama funcional:

A continuación, se detalla el organigrama funcional de la empresa:



Figura 6. Organigrama Funcional

**Descripción de cargos y responsabilidades del personal permanente:**

El personal contratado bajo la modalidad de contratación permanente estará sujeto a lo establecido por la ley, con los beneficios respectivos.

***Gerente General***

El Gerente General tiene la función de planificar, organizar y supervisar las actividades de la empresa, así como ejecución de los procedimientos operativos, comerciales, marketing y financieros que rigen el funcionamiento interno de la organización de la empresa.

***Analista de Datos***

El Analista de Datos tiene la función de actualizar, organizar y retroalimentar la base de datos, así como el análisis, investigación, entrega de reportes y archivo de los mismos, así como generar reportes de gestión acerca de las ventas realizadas y entregar a la administración.

***Asesor Comercial***

El asesor comercial tiene la función directa con el cliente, por lo que debe conocer el mercado, crear estrategias de marketing, así como detectar clientes potenciales, manejo de redes sociales, brindar la asesoría pertinente acerca del servicio y concretar la firma de la orden de compra, adicionalmente realizará las actividades de cobranza e ingresos a la caja de la empresa todos los días.

**Descripción de cargos y responsabilidades del personal por prestación de servicios:**

El personal contratado bajo la modalidad de contratación por prestación de servicios se pagará de acuerdo a los honorarios profesionales.

***Analista de sistemas***

Tiene la función de asesorar en temas informáticos y de sistemas, así como el soporte y mantenimiento de los equipos de tecnología.

***Contador***

Tiene como función de llevar la contabilidad de la empresa; así como las declaraciones de ley, permisos y pagos de impuestos en base a la normativa legal vigente.

**3.6. Ubicación**

El Negocio estará ubicado:

País:	Ecuador
Provincia:	Pichincha
Cantón:	Quito
Parroquia urbana:	Cumbaya
Sector:	El Nacional

**Lugar donde se ubicará la empresa/proyecto, y por qué**

La ubicación de la oficina donde se gestionará las actividades de la empresa, es de propiedad familiar y se encuentra ubicada en un sector comercial de Cumbaya, donde los clientes van a tener el acceso y facilidades, así como nuestro personal pueda movilizarse a los distintos destinos para brindar el servicio.

**3.7. Ventaja competitiva y propuesta de posicionamiento**

La ventaja competitiva de este plan de negocios, se basará en lo siguiente:

- Información actualizada, retroalimentada y organizada.

- Calidad del Servicio basada en información real y segura, fuente Superintendencia de Compañías.
- Brindar seguimiento del servicio al cliente.
- Diagnóstico post venta sin costo.
- Brindar un servicio personalizado, el asesor comercial se encargará de ofrecer toda la información necesaria al cliente de una forma adecuada y eficiente
- Servicio basado en la experiencia y profesionalismo del personal.
- Servicio a un precio competitivo.
- Generación de reportes, con estándares de calidad y tiempo de entrega eficiente.
- Ofertas y promociones de los diferentes servicios con la ayuda de las diferentes redes sociales (facebook, instagram, twitter).

### **3.8. Estrategias de Mercadeo:**

Para el desarrollo de las distintas estrategias de mercado, se basará en la propuesta de valor que consiste en brindar un servicio de calidad y personalizado a través del uso de una base de datos existente actualizada de información del mercado empresarial del Ecuador, con la ayuda de la experiencia y especialización del personal que se contratará con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente.

#### **3.8.1. Producto o servicio**

El servicio a ofrecer se encuentra encaminado al análisis, procesamiento y entrega de Información Financiera y Comercial a las pymes de la ciudad de Quito, proceso que se apoyará en una base de datos existente y diseñada con información financiera del segmento empresarial del país de los tres últimos años, y en otros casos con el estudio de campo efectivo y real del mercado, esta información será

consolidada, mejorada y entregada a través de un reporte de acuerdo a las características determinadas en el estudio de mercado, cuyo modelo se detalla a continuación:



- **Análisis de la tendencia del mercado**

Reporte que se basará en investigar el comportamiento del consumidor mediante la oferta y demanda de los diferentes productos y servicios, información que será analizada por el equipo de trabajo, con las conclusiones y recomendaciones del caso.

- **Diagnóstico acerca de la competencia en el mercado actual**

Este reporte consistirá en analizar las empresas afines consideradas como competencia en función de la actividad económica, ventas, estados financieros y demás información, también se brindará la opción de analizar alguna empresa en particular que desee el cliente y considere de su interés.

- **Prospección de clientes**

Reporte en el cual consistirá en un análisis de una posible lista de clientes potenciales de interés para la empresa en función de la actividad económica, ventas, productos, servicios con el fin de incrementar la cartera e ingresos del cliente.

- **Análisis completo (tendencia, competencia, prospección de clientes)**

Este reporte es el más completo (considerado como servicio estrella) que consiste en la consolidación de la información de los tres servicios anteriores y estará dividido en tres partes: análisis de la tendencia del mercado, análisis de la competencia y prospección de clientes.

La información de estos reportes estará respaldada por gráficos, diagramas, líneas de tendencia, indicadores financieros, detalle de estados financieros, flujos de efectivo, y dependiendo el caso se incluirá información adicional, así como conclusiones y recomendaciones para la toma de decisiones de las empresas contratantes.

El cliente puede elegir las opciones mencionadas acorde al interés y necesidad de la empresa.

El asesoramiento de los servicios ofertados por la empresa será mediante un asesor de negocios, el cual se encargará de ofrecer los diferentes servicios y explicar en qué consiste cada uno de ellos, también se brindará asesoramiento en línea mediante la aplicación de WhatsApp en línea, que se instalará en la página web de la empresa (DATAMETRICA), para que el cliente pueda acceder a información que le permita tomar la decisión de contratar el servicio y pactar una cita con el asesor.

Con la finalidad de dar una atención de calidad con eficiencia, eficacia y efectividad, DATAMETRICA brindará formación continua al personal, respecto a la atención al cliente y temas afines de manera de mantener estándares de calidad del servicio ofertado.

### **3.8.2. Estrategias de distribución**

Las estrategias de distribución a desarrollarse estarán contempladas:

- En la experiencia positiva de los clientes, es decir información boca a boca, publicidad a través de las redes sociales y visitas a las distintas empresas catalogadas como Pymes a cargo del Administrador y Asesor comercial de la empresa, con el fin de dar a conocer el servicio, las ventajas y beneficios que pueden obtener al contratar el servicio ofertado por la empresa DATAMETRICA.
- El servicio será ofertado a través de la página web y las diversas redes sociales, con publicidad atractiva que permitirá al cliente generar interés y posteriormente contactar a los asesores para planificar la visita del cliente al local donde estarán las oficinas de DATAMETRICA, y brindar el asesoramiento necesario.

- Con la ayuda de las herramientas tecnológicas y las diferentes plataformas de acceso gratuito como Zoom, Teams y otros, que permitirán el acceso a información al cliente aun cuando no se encuentre en el país.

Con estas estrategias la venta del servicio se realizará de forma directa al segmento del mercado seleccionado, con la ayuda del asesor comercial.

De esta manera se desarrolla el canal de distribución:



*Figura 8. Distribución Empresa-Cliente*

### 3.8.3. Estrategias de precios

#### 3.8.3.1. Análisis de costos del producto o servicio

Al tratarse de una empresa de servicios se ha considerado los siguientes gastos para el desarrollo de la misma:

- Mano de obra
- Servicios
- Insumos y tecnología

Rubros que se detallan en el **Anexo 6**.

### **3.8.3.2. Análisis del precio del producto o servicio**

DATAMETRICA aplicará una estrategia de penetración de mercado de precios más bajos que la competencia, con el objetivo de captar más mercado, tomando en cuentas las capacidades económicas de los clientes.

Para determinar el precio, se tomó como referencia los precios de servicios similares y los gastos directos e indirectos y margen de ganancia que implica poner en marcha la operación del plan de negocios propuesto.

Actualmente los precios de servicios similares están entre los \$400,00 a \$1.000,00 dólares americanos, todo depende del tipo de análisis que desee el cliente y el tamaño de la empresa.

Cabe mencionar que hay factores internos y externos que pueden afectar al precio como son: los costos variables, costos fijos, el mercado, la demanda, condiciones económicas, percepciones del consumidor acerca del valor y del precio, entre otros.

Para este tipo de negocio, se estableció los siguientes precios:

- Análisis de competencia, análisis del mercado y prospección de clientes USD a \$285,00 sin IVA.
- Análisis completo (unión de los tres reportes) a USD \$500,00 sin IVA.

Estos valores fueron calculados considerando tres rubros: los gastos directos e indirectos que incurren en el funcionamiento de la empresa, la cantidad que se desea vender con margen de ganancia del 2%, el segundo rubro es el estimado en función del precio del mercado, y el tercero el precio encuestado, finalmente se realizó un promedio de estos tres rubros y se redondeó el precio.

Los cálculos de los mismo se detallan en el **Anexo 7**.

Para validar estos rubros, tenemos los resultados de la encuesta aplicada al segmento objetivo que nos confirma que el precio de los servicios establecidos por DATAMETRICA están dentro de la capacidad de pago del mercado.

4. Si su respuesta fue análisis de la competencia, ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio? (El servicio incluye análisis de 3 empresas)

64 respuestas

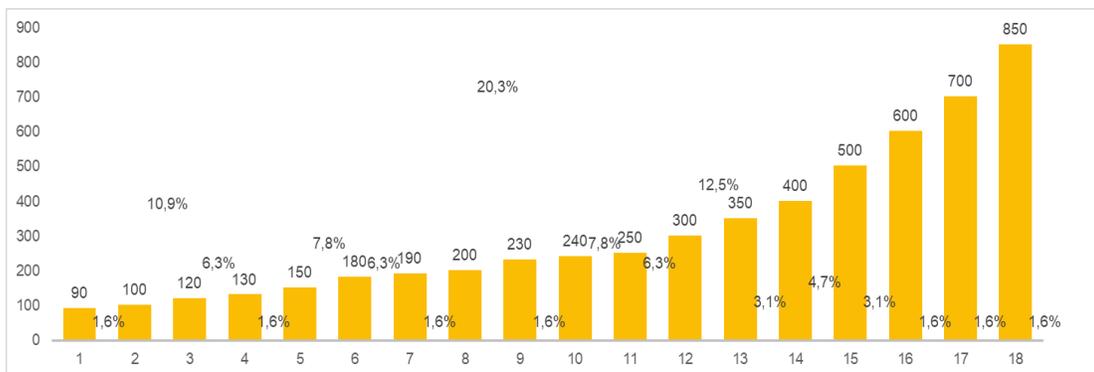


Figura 9. Respuesta 4 Análisis competencia

4. Si su respuesta fue análisis del mercado (tendencia del sector) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio?

86 respuestas

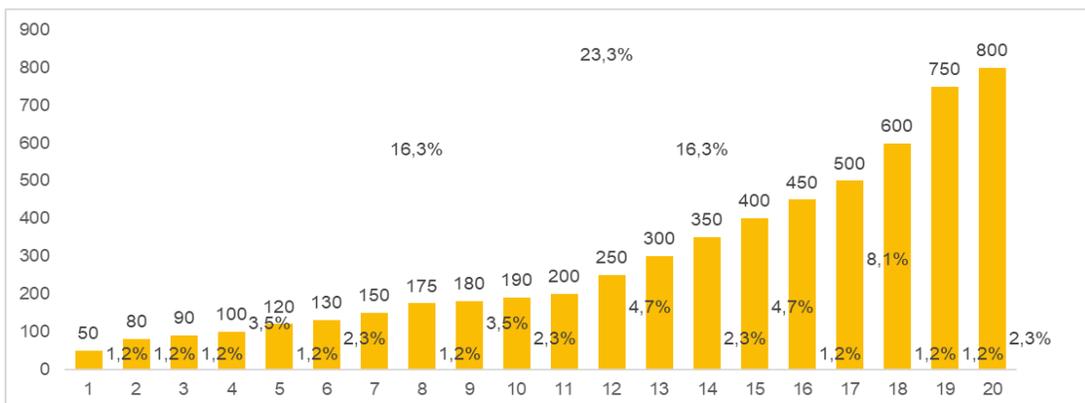


Figura 10. Respuesta 4 Tendencia del mercado

4. Si su respuesta fue Prospección de clientes (búsqueda de clientes potenciales) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio?

105 respuestas

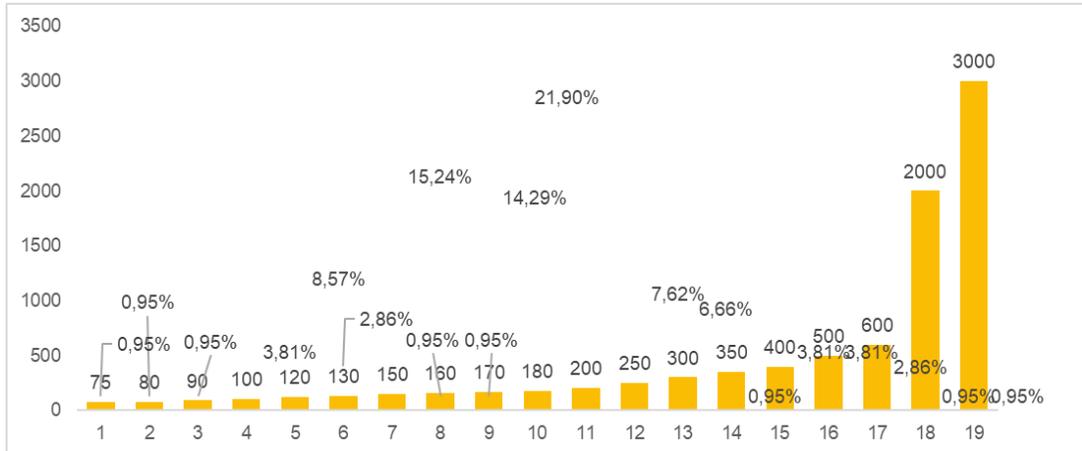


Figura 11. Respuesta 4 Prospección de clientes

4. Si su respuesta fue todas ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio completo? El cual consistiría consolidar la información de cada reporte en uno solo.

115 respuestas

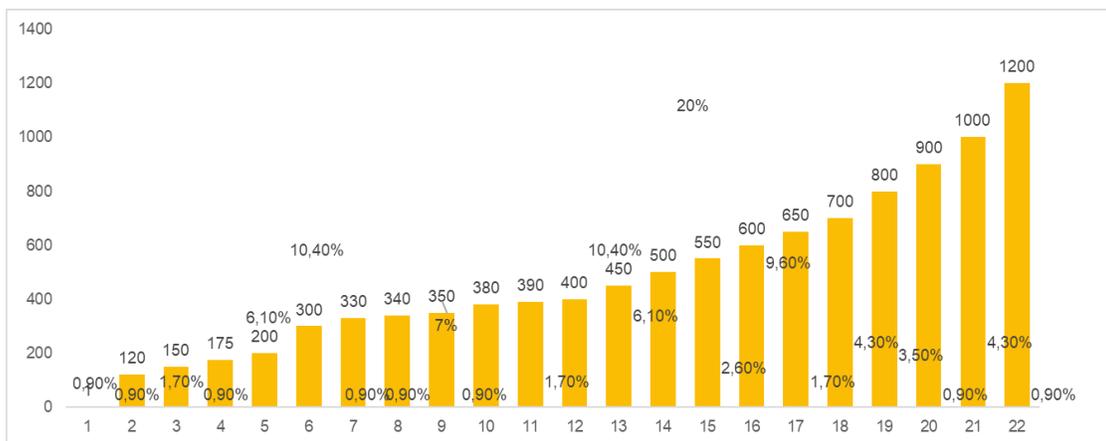


Figura 12. Respuesta 4 Análisis completo

Con respecto a las condiciones de pago, se ha establecido pagos al contado se aceptará transferencias bancarias, tarjetas de crédito, débito y efectivo.

#### **3.8.4. Estrategias de Promoción y Comunicación**

- La promoción y comunicación del servicio se pretende realizar a través de las redes sociales (Facebook, Instagram, twitter), la cual consiste en realizar una campaña de expectativa en redes sociales, para dar a conocer el servicio y posicionar la marca en la mente de los clientes.
- También se realizará visitas puerta a puerta a cargo del asesor comercial a las distintas empresas de la ciudad de Quito, se programará un día en la semana con la intención de informar los servicios que oferta DATAMETRICA.
- Publicidad de la empresa a través de blogs sobre emprendimientos empresariales, espacios de empresas, así como publicidad en comercios y diarios online.
- Se creará una página web como principal fuente de información, la cual estará acompañada de la herramienta whatsapp en línea, donde se brindará la asesoría en línea y agendar citas.
- Contratar un plan de telefonía móvil para que el personal pueda contactarse con los clientes y realizar la asesoría pertinente.
- Participación en ferias y eventos empresariales para dar a conocer el servicio ofertado, así como la contratación de publicidad impresa, volantes entregadas a las pequeñas y medianas empresas.

#### **3.9. Presupuesto**

Para la implementación de cada una de las estrategias, se estima el siguiente costo total que la empresa necesita para posicionar su servicio en el mercado:

Tabla 5 Presupuesto Estrategias

<b>Estrategias</b>	<b>Meses</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo anual</b>	<b>Total</b>
<b>Estrategia de Servicio</b>				<b>\$ 536,00</b>
Capacitación atención al cliente / 16 horas	12	\$ -	\$ 320,00	\$ 320,00
1 Plan de telefonía Móvil (\$15,00 c/u)	12	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 216,00
<b>Estrategia de Distribución</b>				<b>\$ 779,88</b>
Movilización personal	12	\$ 50,00	\$ 600,00	
Plataforma ZOOM	12	\$ 14,99	\$ 179,88	
<b>Estrategia de producto</b>				<b>\$ 1.140,80</b>
Diseño de imagen corporativa (logo y papelería básica)	12	\$ 0,00	\$ 400,00	
Desarrollo y diseño Página web (hosting y dominio)	12	\$ 0,00	\$ 660,80	
Diseño gráfico volantes	12	\$ 0,00	\$ 50,00	
Tarjetas de presentación	12	\$ 0,00	\$ 30,00	
<b>Estrategias de Promoción y Comunicación</b>				<b>\$ 1.530,00</b>
Promoción página Facebook (mensual, clics)	12	\$ 50,00	\$ 600,00	
Charlas eventos y ferias empresariales	6	\$ 40,00	\$ 240,00	
Impresión de 1500 volantes	12	\$ 0,00	\$ 90,00	
Contratación de publicidad sitios web	12	\$ 50,00	\$ 600,00	
<b>Costo Total Estrategias</b>				<b>\$ 2.845,88</b>

### **3.10. Proyecciones de ventas**

La metodología aplicada para la proyección de ventas, está basada en la cantidad de reportes que se generaran en el plazo de un año, de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de mercado; el universo para este plan de estudio es de 9.474 empresas, de lo cual se pretende captar el 2% del mercado, que representa a 189 clientes potenciales, para determinar el número de reportes se procedió a calcular con el porcentaje obtenido de la pregunta numero de 3 de la encuesta (Ver Anexo 3) donde se realizó la pregunta en referencia al interés de qué servicio estaría interesado en contratar, del cual se obtuvo que el 31,1% están interesados en contratar el servicio completo (análisis de competencia, análisis de mercado y prospección de clientes), seguido por el 28,40% están interesados en prospección de clientes, el 23,20% análisis de mercado y el 17,30% análisis de la competencia. De esta información se multiplicó por las veces que el cliente desea contratar dicho reporte considerando de 1 a 2 veces en el año, con esos cálculos se obtuvo la demanda estimada, multiplicando por el precio de venta al público (sin contemplar IVA).

Cabe mencionar que las ventas no son estacionales, son de venta esporádica, pero para poder apalancar los costos del servicio, se ha establecido una cantidad meta mensual de reportes con la finalidad de cubrir los gastos, el número mínimo estimado es de 18 reportes mensuales.

En referencia al crecimiento anual de las ventas, se calculó la tasa promedio de crecimiento de la industria de servicios en la ciudad de Quito de los últimos 5 años, que representa el 3% (Estudio Sectorial: Panorama de las actividades de servicios en el Ecuador, 2018), cabe indicar que los ingresos de este sector han presentado un comportamiento decreciente, por la crisis económica de años pasado, por tal motivo se promedió entre el valor más alto y bajo para

estimar la tasa, considerando un escenario conservador. Es importante mencionar que cada año hay nuevos emprendimientos y eso significa el crecimiento en número de clientes potenciales para el plan de negocios propuestos.

De estos datos, se ha realizado la siguiente proyección de ventas a 5 años:

Tabla 6 *Proyección de ventas*

Detalle	Inicial		Año 1											Total de reportes
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Cantidad proyectada de ventas 1	-	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	38
Cantidad proyectada de ventas 2	-	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
Cantidad proyectada de ventas 3	-	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	62
Cantidad proyectada de ventas 4	-	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	68
														<b>218</b>

Ventas 1- Reportes Análisis de la competencia

Ventas 2- Reporte Análisis del mercado

Ventas 3- Reporte Prospección de clientes

Ventas 4-Reporte Análisis completo

**Proyección mensual**

<i>Incremento porcentual precio de venta</i>	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Precio unitario	\$285,00	\$285,00	\$285,0	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS SERVICIO 1</b>	<b>\$855,00</b>	<b>\$855,00</b>	<b>\$855,0</b>	<b>\$855,00</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$ 1.140</b>							
<i>Incremento porcentual precio de venta</i>	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Precio unitario	\$285,00	\$285,00	\$285,0	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS SERVICIO 2</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$1.140</b>	<b>\$1.425</b>	<b>\$1.425</b>

<b>Incremento porcentual precio de venta</b>	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Precio unitario</b>	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00	\$285,00
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS SERVICIO 3</b>	<b>\$1.425</b>	<b>\$ 1.710</b>	<b>\$ 1.710</b>									
<b>Incremento porcentual precio de venta</b>	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Precio unitario</b>	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS SERVICIO 4</b>	<b>\$ 3.000</b>	<b>\$ 2.500</b>	<b>\$ 2.500</b>	<b>\$ 2.500</b>	<b>\$ 2.500</b>	<b>\$ 3.000</b>	<b>\$ 3.000</b>	<b>\$ 3.000</b>				
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS SERVICIOS</b>	<b>\$6.420</b>	<b>\$6.420</b>	<b>\$6.420</b>	<b>\$6.420</b>	<b>\$6.420</b>	<b>\$ 5.920</b>	<b>\$ 5.920</b>	<b>\$ 5.920</b>	<b>\$ 5.920</b>	<b>\$ 6.420</b>	<b>\$ 7.275</b>	<b>\$ 7.275</b>

#### INGRESOS POR VENTAS ANUAL

Porcentaje de crecimiento ventas a partir 2do año 3%

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS SERVICIOS</b>	\$ 76.750,00	\$ 79.052,50	\$ 81.424,08	\$ 83.866,80	\$ 86.382,80

### **3.11. Conclusiones del capítulo**

La empresa DATAMETRICA plantea varias estrategias de captación clientes potenciales diferenciándose de la competencia a través de un trabajo basado en la calidad del servicio, con personal calificado y especializado en el manejo de datos y generación de reportes, así como con herramientas de fácil acceso para cliente.

El precio ofertado para los servicios de análisis de información es competitivo y acorde a la capacidad adquisitiva del cliente. Cabe recalcar que, para la fijación del precio de los servicios ofertados, se tomó en cuenta los gastos directos e indirectos, margen de ganancia y la relación con el precio del mercado.

El presupuesto establecido para las estrategias de servicio, promoción/comunicación y distribución permitirá desarrollar las diferentes estrategias con la finalidad de posicionar el servicio en el mercado, captar clientes y poner en marcha la operación del plan de negocios propuesto.

Para el crecimiento anual de las ventas se calculó la tasa promedio de crecimiento en la ciudad de Quito de los últimos 5 años, que representa el 3%.

Finalmente, cabe recalcar que para poner en marcha las actividades operacionales se requiere de un equipo de trabajo profesional, eficiente, insumos y servicios que permitan garantizar la calidad del servicio ofertado.

## **4. CAPÍTULO 4: Operaciones**

### **4.1. Gestión Táctica de Operaciones**

Una vez detectadas las necesidades y requerimientos de los clientes potenciales, para el desarrollo exitoso de las actividades que DATAMETRICA pretende ofrecer, se debe considerar un espacio físico atractivo, de fácil acceso, que cuente con todos los servicios tanto para el personal y los clientes.

En segundo lugar, contará con mobiliario, equipos y herramientas tecnológicas necesarias e insumos que facilitarán el trabajo para la entrega de los servicios y reportes ofertados.

Para brindar el servicio es importante contar con la información actualizada, retroalimentada que respalda el análisis y servicio ofertado, basándose en información real del mercado empresarial del Ecuador, acorde con los lineamientos de la Superintendencia de Compañías.

En tercer lugar, se contará con capital humano calificado y con experiencia en el manejo de análisis de datos, informática, marketing, economía, finanzas, lo que permitirá ofrecer un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes.

El personal contará con los beneficios de ley, mismos que les garantizará una estabilidad laboral, adicionalmente recibirán capacitaciones que les permitirá su crecimiento profesional a fin de cumplir de forma adecuada y eficiente las actividades programadas por la empresa.

Se establecerá un horario de atención flexible sujeto a la disponibilidad del tiempo del cliente, de manera que su requerimiento sea solventado de acuerdo a la demanda.

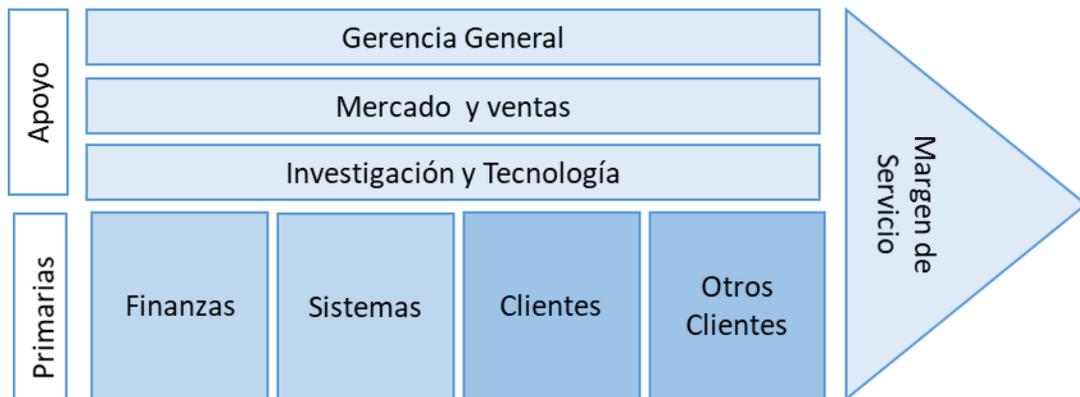
Las estrategias operativas que DATAMETRICA contemplará son las siguientes:

1. Planificación y asignación de actividades del personal con la finalidad de cumplir con las metas mensuales propuestas con la finalidad de alcanzar las ventas programadas.
2. Realizar un calendario anual de los principales eventos que ocurrirá en el año, en temas informáticos, clientes y empresariales a través de las diferentes asociaciones y corporativos que desarrollan emprendimientos.
3. Realizar encuestas de satisfacción a los clientes, para evaluar y mejorar la calidad del servicio ofertado.

4. Establecer tiempos óptimos de entrega de los reportes para garantizar la formalidad de la empresa.
5. Retroalimentar la información existente, de acuerdo a las tendencias e información del mercado.
6. Contar con el personal calificado, motivado y comprometida con la empresa, para incrementar la productividad individual y colectiva de la misma.

## 4.2. Descripción del proceso

Al ser una empresa de servicios de análisis de información, se concentra en los procesos operativos, por tal motivo para el presente proyecto se desarrolla la siguiente cadena de valor con sus respectivas actividades:



*Figura 13. Cadena de Valor*

Actividades de la Cadena de Valor

*De apoyo*

- Gerencia General: Administración de la operatividad y cumplimientos de metas.
- Mercado y ventas: Fuerza de ventas, publicidad y atención al cliente.
- Investigación y Tecnología: Análisis, investigación de información, procesamiento y entrega del servicio final.

***Primarias***

- Finanzas: Control del proceso contable y financiero.
- Sistemas: Soporte de los equipos, software y sistemas internos.
- Clientes y otros clientes: Pagan por la prestación del servicio.

### Diagrama de Flujo

El diagrama de flujo, respecto a la venta del servicio de DATAMETRICA es el siguiente:

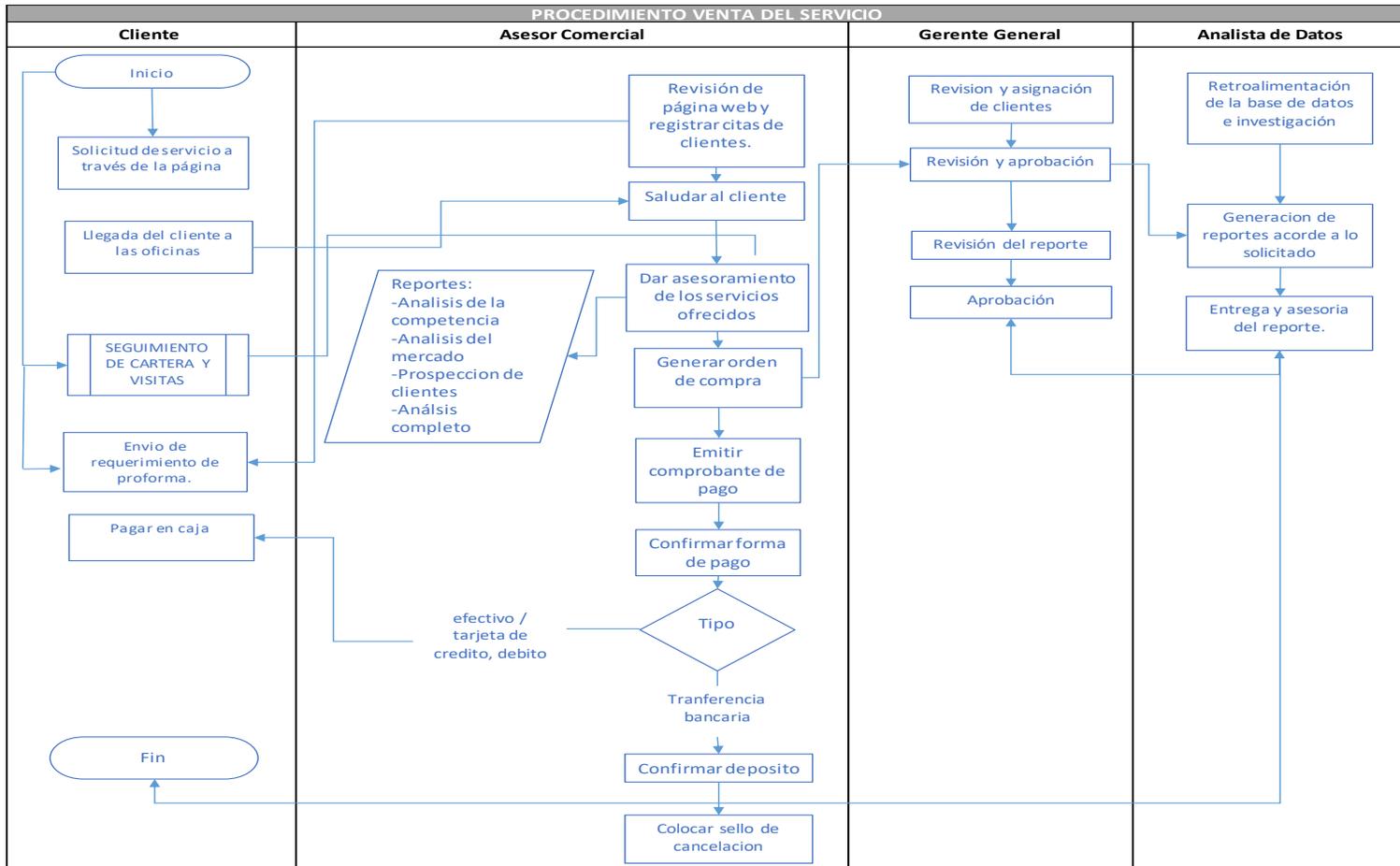


Figura 14. Diagrama de Flujo DATAMETRICA

### 4.3. Necesidades y requerimientos/capacidad instalada

Para poder realizar la actividad comercial de la empresa DATAMETRICA, se requiere de insumos, mano de obra, tecnología y servicios que permitirán poner en marcha la operación de la misma.

A continuación, se presentan las siguientes necesidades y requerimientos para desarrollar el plan de negocio:

Tabla 7 *Mano de Obra requerida*

Concepto	cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte patronal IESS	Gasto total
Gerente General	1	\$1.300,00	\$15.600,00	\$1.300,00	\$ 400,00	\$1.739,40	\$19.039,40
Analista de Datos	1	\$ 900,00	\$10.800,00	\$ 900,00	\$ 400,00	\$1.204,20	\$13.304,20
Asesor comercial	1	\$ 650,00	\$ 7.800,00	\$ 650,00	\$ 400,00	\$ 869,70	\$ 9.719,70
Contador (honorarios)	1	\$ 250,00	\$3.000,00	N/A	N/A	N/A	\$ 3.000,00
Sistemas (honorarios)	1	\$ 250,00	\$3.000,00	N/A	N/A	N/A	\$ 3.000,00
						<b>Total</b>	<b>\$48.063,30</b>

Tabla 8 *Necesidades y Requerimientos*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
<b>Activo Fijo</b>			<b>\$ 5.686,00</b>
<b>Mobiliario Oficina</b>			<b>\$ 2.187,00</b>
Escritorios	5		
Estación administrativo	5	\$ 244,00	\$ 1.220,00
Sillas	7		
ergonómicas	5	\$ 65,00	\$ 325,00
Normales	6	\$ 32,00	\$ 384,00
Mesa de reuniones	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Sillas reuniones	8	\$ 14,00	\$ 112,00
Otros	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>Equipo de computo</b>			<b>\$ 3.499,00</b>
Computadoras	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Laptop	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
Proyector	1	\$ 70,00	\$ 70,00

Impresora multifuncional	1	\$	300,00	\$	300,00
Teléfono Motorola (4 unidades)	1	\$	134,00	\$	134,00
Datafast	1	\$	195,00	\$	195,00
<b>Activo Intangible</b>				<b>\$</b>	<b>1.800,00</b>
Software				<b>\$</b>	<b>1.800,00</b>
Licencias	5	\$	360,00	\$	1.800,00
<b>Otros Activos</b>				<b>\$</b>	<b>2.240,80</b>
Permisos de funcionamiento	1	\$	500,00	\$	500,00
Materiales de oficina	1	\$	300,00	\$	300,00
Almacenamiento nube	1	\$	300,00	\$	300,00
Diseño y creación página web, logo, otros.	1	\$	1.140,80	\$	1.140,80
<b>Capital de trabajo (60 días)</b>	1	\$	8.866,53	<b>\$</b>	<b>8.866,53</b>
<b>Total Inversión Inicial</b>				<b>\$</b>	<b>18.593,33</b>

Los demás rubros serán detallados en el estudio financiero.

### Financiamiento:

La inversión Inicial para la implementación del proyecto, es de \$ 18.593 ,33 dólares, y se considera un capital de trabajo por 60 días de \$8.866,53, cuya estructura de financiamiento será la siguiente:

Tabla 9 *Estructura de Financiamiento*

Detalle	Porcentaje	Valor
<b>Capital Propio</b>	20%	\$ 3.593,33
<b>Crédito</b>	80%	\$ 15.000,00

La estructura de financiamiento de DATAMETRICA será del 20% de capital propio, monto a cargo del propietario del negocio y el 80% será financiando a través de una institución Financiera, cuyo interés oscila en el 9,00%.

Tabla de Amortización del negocio se adjunta en el **Anexo 8**.

#### **4.4. Plan de producción**

Al tratarse de una empresa de servicios, no cuenta con un plan de producción, sin embargo, se puede analizar la capacidad de ofertar el servicio de análisis, procesamiento, entrega de información comercial, financiera y sectorial a las pymes de la ciudad de Quito.

El proceso de producción de DATAMETRICA se encuentra dividido en las siguientes fases:

##### **Primera Fase**

El asesor comercial se encargará de buscar, captar, receptar clientes y brindar información de los diferentes servicios que DATAMETRICA oferta al mercado de las pymes y generar la orden de compra de los servicios elegidos por el cliente, en base a la oferta de la empresa.

##### **Segunda Fase**

Una vez captado el cliente, la persona encargada del manejo de la base de datos debe analizar, actualizar y retroalimentar la información existente y generar los reportes consolidados de acuerdo a las especificaciones del servicio contratado, dicha información es gestionada a través del uso de herramientas como: Excel, MySQL, Dashboards. En un futuro se pretende adquirir un software que ayudará a mejorar la generación de dashboards y presentación de los reportes para el usuario.

Finalmente se entregará el reporte al cliente con la asesoría respectiva, adicionalmente en un mediano plazo se adquirirá un software que permitirá entregar el reporte a través de la página web mediante la creación de un usuario y clave, de esta manera se automatizarán los procesos, mejorando la calidad de los mismos, sin la necesidad de ocasionar la movilización del cliente.

En relación o al tiempo del proceso de generación y entrega de reportes se prevé dos fases: la generación del reporte que no llevaría más de 24 horas y la recepción del reporte por parte del usuario en un tiempo no mayor a 72 horas, de esta manera se cumplirá con lo proyectado en DATAMETRICA, basándose en los estándares de calidad del servicio.

#### **4.5. Plan de compras**

Al igual, que en el plan de producción al tratarse de una empresa de servicios no cuenta con un plan de compras específicas, ya que el servicio ofertado consiste en la entrega de información comercial, financiera y sectorial basándose en una base de datos existente.

Pero se ha considerado los insumos indispensables para llevar a cabo la operación de la empresa entre ellos tenemos: personal especializado, equipamiento de las oficinas, las licencias de operación, diseño y desarrollo de la página web, contratación de servicio básicos, publicidad y demás herramientas tecnológicas.

A mediano plazo DATAMETRICA adquirirá un software que permitirá automatizar los procesos y mejorar el tiempo y la calidad de entrega de los reportes contratados.

Para tener una dinámica de pagos ordenada con los proveedores, se sugiere el pago de facturas de forma mensual, priorizando los gastos fijos como son los servicios básicos, el pago del recurso humano se realizará los cinco últimos días del mes, estimulando la estabilidad laboral, esta dinámica de pago permitirá llevar un control adecuado del manejo de la empresa.

#### **4.6. KPI's de desempeño de la gestión táctica y procesos internos**

Para la mediación al desempeño de la gestión táctica y procesos internos, se establecen los siguientes indicadores:

Tabla 10 KPI's

<b>Clientes</b>	<b>KPI</b>	<b>Meta</b>	<b>Frecuencia</b>
<b>Nuevos clientes</b>	Nuevos clientes por visita directa/ Nuevos clientes	>=3	mensual
<b>Retención de clientes</b>	Numero de suscripciones anuales/ Total suscripciones vigentes	10%	mensual
<b>Fidelización de clientes</b>	% satisfacción actual/%satisfacción anterior	>=1	anual
<b>Ventas</b>	<b>KPI</b>	<b>Meta</b>	<b>Frecuencia</b>
<b>Cobranza</b>	Cobro de clientes/facturación mensual	90%	mensual
<b>Crecimiento en ventas</b>	(Ventas totales año actual / Ventas totales año anterior -1) *100	40%	Anual
<b>Entrega de reportes</b>	Numero de reportes generados mensuales/número de reportes entregados	>=18	mensual
<b>Publicidad</b>	<b>KPI</b>	<b>Meta</b>	<b>Frecuencia</b>
<b>Visitas a la página web</b>	Número total de visitas en la página web de la empresa	250 visitas	mensual

#### 4.7. Conclusiones del Capítulo

Por las características del tipo de negocio que ofrece DATAMETRICA no demanda de una estructura complicada, con el personal calificado y servicios esenciales se podrá llevar a cabo las diferentes actividades propuestas para el cumplimiento las metas planteadas en el plan de ventas.

El diagrama de flujo refleja cada actividad de los miembros del equipo de DATAMETRICA, con la finalidad de satisfacer la demanda del usuario.

Una planificación adecuado y designación de tareas serán esenciales para cumplir con la proyección y crecimiento de la empresa.

## **5. CAPÍTULO 5: Plan financiero**

### **5.1. Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero**

Para elaborar los supuestos del plan financiero se ha considerado los siguientes puntos:

- Para el cálculo de los Ingresos se ha considerado incrementar las ventas un 3% correspondiente al porcentaje del crecimiento de la industria, a partir del segundo año y se mantendrá constante durante los demás periodos.
- Considerando la naturaleza del negocio, se ha establecido como políticas de cobro y pago el 100% de contado.
- Para la proyección de gastos y demás costos se investigó el porcentaje de la inflación anual, y por temas de estudio se ha considerado un incremento del 1% del histórico de la inflación, y se mantendrá constante durante los demás periodos.
- Con respecto al tema salarial se ha considerado incrementar a partir del año 3 el 2%, manteniendo fijo hasta el año 5, también se ha considerado una provisión por desahucio, así como los beneficios de ley considerando el 11.15% como aporte patronal y el 9,45% el aporte personal al IESS, de acuerdo a lo establecido en la ley.

- Para el cálculo de la depreciación se ha considerado el método lineal, equipo de cómputo y software a 3 años; y muebles y enseres a 10 años.
- Para el financiamiento del proyecto se ha considerado financiar el 80% de la inversión inicial a través de un crédito bancario que corresponde al valor de USD \$15.000,00 dólares a una tasa de interés nominal 8.95% y pagos mensuales a través de una Institución Financiera por 4 años.
- Con respecto al impuesto a la renta se pretende retener el 25% de acuerdo a lo establecido con la ley; así como, el 15% participación trabajadores.

## 5.2. Estados Financieros Proyectados

Los estados financieros se han elaborado para un periodo de 5 años, como se indica a continuación:

### 5.2.1. Estado de resultados

Tabla 11 *Estado de Resultado Proforma*

ESTADO DE RESULTADOS ANUAL					
Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1	2	3	4	5
<b>Ventas Servicios</b>	76.750,00	79.052,50	81.424,08	83.866,80	86.382,80
<b>Gastos Operacionales y No Operacionales</b>	<b>60.527,51</b>	<b>63.068,27</b>	<b>66.996,62</b>	<b>67.638,23</b>	<b>69.698,80</b>
(-) Gastos sueldos	42.775,80	46.338,30	47.991,82	49.692,78	51.442,42
(-) Gastos generales	15.766,68	14.744,94	16.519,77	15.460,42	15.771,35
(-) Gastos de depreciación	1.385,03	1.385,03	1.385,03	1.385,03	1.385,03
(-) Gastos de amortización	600,00	600,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
<b>(=) Utilidad antes de intereses, impuestos y participación</b>	<b>16.222,49</b>	<b>15.984,23</b>	<b>14.427,46</b>	<b>16.228,57</b>	<b>16.684,00</b>
(-) Gastos de intereses	1.229,30	920,94	583,43	214,24	0,00

(-)	Pago cuota	4.486,97	4.486,97	4.486,97	4.486,97	0,00
(=)	<b>Utilidad antes de impuestos y participación</b>	<b>10.506,22</b>	<b>15.063,29</b>	<b>13.844,03</b>	<b>16.014,33</b>	<b>16.684,00</b>
(-)	15% Participación trabajadores	1.575,93	2.259,49	2.076,60	2.402,15	2.502,60
(=)	<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>8.930,29</b>	<b>12.803,79</b>	<b>11.767,42</b>	<b>13.612,18</b>	<b>14.181,40</b>
(-)	Impuesto a la renta	2.232,57	3.200,95	2.941,86	3.403,04	3.545,35
(=)	<b>Utilidad Neta</b>	<b>6.697,71</b>	<b>9.602,85</b>	<b>8.825,57</b>	<b>10.209,13</b>	<b>10.636,05</b>

El rubro más representativo del estado de resultados corresponde al monto de los gastos sueldos, debido que para el funcionamiento de la empresa se requiere contar del personal calificado y eficiente, y como política de la empresa se desea ofrecer remuneraciones acordes al mercado y beneficios de ley.

También podemos visualizar que en el año tres hay un incremento en los gastos generales y es debido a la adquisición del software que permitirá mejorar el funcionamiento del proyecto.

La fuerza de ventas es indispensable para mantener el ingreso y cubrir los gastos generados lo que permitirá generar ganancia y un crecimiento favorable en los años siguientes.

En el **Anexo 9** se adjunta los cálculos de los gastos correspondientes.

## 5.2.2. Estado de situación o balance general

Tabla 12 *Estado de situación inicial anual*

ESTADO DE SITUACIÓN ANUAL						
Ítem	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS</b>	<b>18.593,33</b>	<b>22.033,36</b>	<b>31.878,70</b>	<b>38.452,65</b>	<b>43.947,05</b>	<b>56.010,13</b>
<b>Corrientes</b>	<b>11.107,33</b>	<b>16.532,40</b>	<b>28.362,77</b>	<b>35.921,75</b>	<b>38.602,18</b>	<b>53.150,30</b>
Efectivo	11.107,33	16.532,40	28.362,77	35.921,75	38.602,18	53.150,30
Cuentas por Cobrar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>No Corrientes</b>	<b>7.486,00</b>	<b>5.500,97</b>	<b>3.515,93</b>	<b>2.530,90</b>	<b>5.344,87</b>	<b>2.859,83</b>
Propiedad, Planta y Equipo	5.686,00	5.686,00	5.686,00	5.686,00	9.185,00	9.185,00
Depreciación acumulada	0,00	(1.385,03)	(2.770,07)	(4.155,10)	(5.540,13)	(6.925,17)
Intangibles	1.800,00	1.800,00	1.800,00	3.300,00	5.100,00	5.100,00
Amortización acumulada	0,00	(600,00)	(1.200,00)	(2.300,00)	(3.400,00)	(4.500,00)
<b>PASIVOS</b>	<b>15.000,00</b>	<b>12.454,82</b>	<b>13.409,81</b>	<b>11.913,44</b>	<b>7.983,60</b>	<b>10.226,04</b>
<b>Corrientes</b>	<b>0,00</b>	<b>712,50</b>	<b>5.233,50</b>	<b>7.640,69</b>	<b>7.983,60</b>	<b>10.226,04</b>
Sueldos por pagar	0,00	712,50	1.425,00	2.180,25	2.965,14	3.780,55
Impuestos por pagar	0,00	0,00	3.808,50	5.460,44	5.018,46	6.445,49
<b>No Corrientes</b>	<b>15.000,00</b>	<b>11.742,32</b>	<b>8.176,31</b>	<b>4.272,75</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Deuda a largo plazo	15.000,00	11.742,32	8.176,31	4.272,75	0,00	0,00
<b>PATRIMONIO</b>	<b>3.593,33</b>	<b>10.291,04</b>	<b>19.893,89</b>	<b>28.719,46</b>	<b>38.928,59</b>	<b>49.564,64</b>
Capital	3.593,33	3.593,33	3.593,33	3.593,33	3.593,33	3.593,33
Utilidades retenidas	0,00	0,00	6.697,71	16.300,56	25.126,13	35.335,26
Utilidad del periodo	0,00	6.697,71	9.602,85	8.825,57	10.209,13	10.636,05
<b>Comprobación</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Para el análisis financiero del estado de situación inicial, se ha calculado en base a los supuestos indicados anteriormente, como dato adicional como políticas internas

se ha considerado retener las utilidades del ejercicio año a año, con la finalidad de invertir para el crecimiento y expansión del negocio.

Con respecto a las inversiones representativas de la empresa está el equipo de cómputo y muebles que ayudaran a la adecuación de las oficinas, así como la adquisición del software que es el activo principal para el funcionamiento y puesta en marcha de las actividades comerciales, que se lo realizará a partir del tercer y cuarto año.

Además, los rubros de la deuda adquirida para el financiamiento del proyecto y puesta en marcha del mismo.

### 5.2.3. Estado de flujos de caja

Tabla 13 *Estado de Flujo de Caja proforma*

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL						
Ítem	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	0	1	2	3	4	5
<b>Actividades Operacionales</b>	<b>0,00</b>	<b>9.395,25</b>	<b>16.108,88</b>	<b>13.717,79</b>	<b>13.037,08</b>	<b>15.363,53</b>
Utilidad Neta	0,00	6.697,71	9.602,85	8.825,57	10.209,13	10.636,05
+ Depreciación	0,00	1.385,03	1.385,03	1.385,03	1.385,03	1.385,03
+ Amortización	0,00	600,00	600,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
- Δ CxC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Δ Sueldos por pagar	0,00	712,50	712,50	755,25	784,89	815,41
+ Δ Impuestos	0,00	0,00	3.808,50	1.651,94	(441,98)	1.427,03
<b>Actividades de Inversión</b>	<b>(7.486,00)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>(1.500,00)</b>	<b>(5.299,00)</b>	<b>0,00</b>
- Adquisición de equipos	(5.686,00)	0,00	0,00	0,00	(3.499,00)	0,00
- Adquisición de intangibles	(1.800,00)	0,00	0,00	(1.500,00)	(1.800,00)	0,00
<b>Actividades de Financiamiento</b>	<b>18.593,33</b>	<b>(3.257,68)</b>	<b>(3.566,01)</b>	<b>(3.903,56)</b>	<b>(4.272,75)</b>	<b>0,00</b>

+ Δ Deuda Largo Plazo	15.000,00	(3.257,68)	(3.566,01)	(3.903,56)	(4.272,75)	0,00
- Pago de dividendos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Δ Capital	3.593,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Incremento neto en efectivo</b>	<b>11.107,33</b>	<b>6.137,57</b>	<b>12.542,87</b>	<b>8.314,23</b>	<b>3.465,33</b>	<b>15.363,53</b>
<b>Efectivo principios del periodo</b>	<b>0,00</b>	<b>11.107,33</b>	<b>17.244,90</b>	<b>29.787,77</b>	<b>38.102,00</b>	<b>41.567,32</b>
<b>Efectivo final del periodo</b>	<b>11.107,33</b>	<b>17.244,90</b>	<b>29.787,77</b>	<b>38.102,00</b>	<b>41.567,32</b>	<b>56.930,85</b>

Los flujos de Fondo describen los resultados y evalúa la rentabilidad de la actividad productiva que puede tener una empresa en un tiempo determinado, con la finalidad de conocer si la empresa puede solventar con los recursos propios o se necesita de financiamiento para cumplir con las obligaciones.

A continuación, el flujo de caja de libre del proyecto y del inversionista para analizar los movimientos de efectivo:

Tabla 14 *Flujo de caja libre del proyecto*

FLUJO DE CAJA LIBRE						
Ítem	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo de caja libre del proyecto</b>						
Utilidad antes de intereses, impuestos y participación	0,00	16.222,49	15.984,23	14.427,46	16.228,57	16.684,00
Gastos de depreciación	0,00	1.385,03	1.385,03	1.385,03	1.385,03	1.385,03
Gastos de amortización	0,00	600,00	600,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
15% Participación trabajadores	0,00	(1.575,93)	(2.259,49)	(2.076,60)	(2.402,15)	(2.502,60)
Impuesto a la renta	0,00	(2.232,57)	(3.200,95)	(2.941,86)	(3.403,04)	(3.545,35)
<b>I. Flujo de efectivo operativo neto</b>	<b>0,00</b>	<b>14.399,02</b>	<b>12.508,82</b>	<b>11.894,03</b>	<b>12.908,41</b>	<b>13.121,08</b>
Inversión de capital de trabajo neto						
Variación de capital de trabajo neto	(11.107,33)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Recuperación de capital de trabajo neto	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>II. Variación de capital de trabajo neto</b>	<b>(11.107,33)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Inversiones	(7.486,00)	0,00	0,00	(1.500,00)	(5.299,00)	0,00
Recuperación vehículos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Recuperación equipo de computación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>III. Gastos de capital (CAPEX)</b>	<b>(7.486,00)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>(1.500,00)</b>	<b>(5.299,00)</b>	<b>0,00</b>
<b>Flujo de caja libre del proyecto</b>	<b>(18.593,33)</b>	<b>14.399,02</b>	<b>12.508,82</b>	<b>10.394,03</b>	<b>7.609,41</b>	<b>13.121,08</b>

Tabla 15 *Flujo de Caja del inversionista*

<b>Flujo de caja libre del inversionista</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Flujo de caja libre del proyecto	(18.593,33)	14.399,02	12.508,82	10.394,03	7.609,41	13.121,08
Préstamo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de interés		(1.229,30)	(920,94)	(583,43)	(214,24)	0,00
Amortización del capital		(3.257,68)	(3.566,01)	(3.903,56)	(4.272,75)	0,00
Escudo Fiscal		445,62	333,84	211,49	77,66	0,00
<b>Flujo de caja libre del inversionista</b>	<b>(18.593,33)</b>	<b>10.357,66</b>	<b>8.355,71</b>	<b>6.118,53</b>	<b>3.200,08</b>	<b>13.121,08</b>

Se puede observar en el flujo del proyecto su comportamiento es creciente, a pesar que en el tercer y cuarto año hay disminución, situación dada por la adquisición de equipos y software.

Con respecto al flujo del inversionista, los flujos son menores y presentan el mismo escenario.

#### 5.2.4. Análisis de relaciones financieras

#### Índices Financieros

Los índices financieros considerados para el análisis del negocio con la finalidad de comprender que el plan de negocios planteado es viable se muestra en la Tabla 16.

Tabla 16 *Índices Financieros*

	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	0	1	2	3	4	5
<b>Razones de liquidez</b>						
Razón circulante	0,00	0,00	5,69	4,99	5,21	5,57
<b>Razones de apalancamiento</b>						
Razón de deuda a capital	4,17	1,21	0,67	0,41	0,21	0,21
Cobertura del efectivo		2,84	2,96	2,85	3,45	0,00
<b>Razones de rentabilidad</b>						
Margen Operacional		21,14%	20,22%	17,72%	19,35%	19,31%
Margen neto		8,73%	12,15%	10,84%	12,17%	12,31%
ROA		29,45%	28,83%	21,72%	21,76%	17,79%
ROE		65%	48%	31%	26%	21%

Con respecto a las razones de liquidez consideradas, la razón corriente para el presente proyecto nos indica la relación entre el activo corriente y el pasivo corriente, al ser superior a 1 nos indica que la empresa tiene la posibilidad de efectuar a tiempo los pagos de corto plazo, a partir del segundo año contamos con liquidez.

En cuanto a las razones de apalancamiento, se ha considerado la relación entre el pasivo y patrimonio, nos indican que a medida que va disminuyendo la deuda la ratio es menor, lo que significa un mayor porcentaje de ganancia, después de solventar todos los gastos, adicional los parámetros se encuentran dentro del rango óptimo para el endeudamiento entre 0,40 a 0,60, a partir del segundo año.

Se analizó la índice cobertura del efectivo, que es la relación entre la utilidad operacional sobre los intereses, lo que significa la capacidad de cubrir los intereses con el flujo neto, a partir del primer año la empresa tiene el efectivo para cubrir esos costos.

Y con las medidas de rentabilidad podemos determinar que el negocio es rentable y su crecimiento va acorde a los ingresos que se generen, a partir del primer año se genera ganancia.

Con respecto al índice ROA podemos concluir que a partir del primer año se genera utilidad neta con respecto al Activo total, que correspondió a 29.45% significa que por cada dólar invertido en activo total genero 0,2945 centavos de utilidad neta en el año 1 y así sucesivamente en los años posteriores.

Y finalmente con el índice ROE que es la relación entre el beneficio neto y el patrimonio neto de la empresa podemos concluir que las utilidades netas correspondieron al 65% del patrimonio del año 1 y el 48% del año 2.

### Evaluación Financiera

Para realizar la valoración del proyecto se ha considerado el cálculo del costo de capital promedio ponderado (WACC), tomando en consideración todas las variables del entorno, industria y estructura del capital.

Para el cálculo se consideró la siguiente formula:

$$\text{WACC} = (E_r * E) / (D + E) + (R_d * D) / (D + E) * (1 - T)$$

Donde  $E_r$  es el retorno esperado

$E$  es Patrimonio

$D$  corresponde a Deuda que paga interés

$R_d$  significa la beta de la deuda

$T$  son impuestos

<b>WACC</b>	<b>8,82%</b>
<b>Er</b>	9,76%
<b>D</b>	15.000
<b>E</b>	49.565
<b>Rd</b>	8,95%
<b>T</b>	36,25%

Y para la valoración del inversionista se ha considerado el retorno esperado y corresponde a la siguiente formula:

$$E_r = r_f + B (\text{MRP}) + r_p$$

Donde  $r_f$  es Tasa libre riesgo

$B$  es Beta

$\text{MRP}$  es rendimiento de mercado más premio

Y  $r_p$  corresponde a riesgo país.

Basándose en la siguiente información:

Tabla 17 *Datos Valoración-Cálculo CAPM*

DATOS			OBSERVACIONES	CÁLCULO
<b>Tasa libre de riesgo</b>	Rf	2,39%	* T-Bonds rendimiento a 30 años ( <a href="https://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Pages/TextView.aspx?data=yieldYear&amp;year=2019">https://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Pages/TextView.aspx?data=yieldYear&amp;year=2019</a> )	<b>2,39%</b>
<b>Rendimiento del Mercado</b>	MRP	6,03%	* Prima de riesgo de mercado ( <a href="http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/">http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/</a> )	<b>0,43%</b>
<b>Beta</b>	$\beta$	0,08	*Damodaran 2019	
<b>Beta Apalancada</b>	$\beta_l$	0,07		
<b>Beta desapalancada</b>	$\beta_u$	0,02		
<b>Riesgo País</b>	$r_p$	6,94%	* Banco Central de Reserva del Perú 2019 ( <a href="https://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/cuadros-de-la-nota-semanal.html">https://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/cuadros-de-la-nota-semanal.html</a> )	<b>6,94%</b>
<b>Tasa de Impuestos</b>	t	25%	* Promedio de impuestos causados últimos periodos.	<b>9,76%</b>
<b>Participación Trabajadores</b>	p	15%	*Art. 2 del Instructivo para el pago de la participación de utilidades	<b>CAPM</b>
<b>Escudo Fiscal</b>	T	36,25%		
<b>Razón Deuda/Capital</b>	D/E	4,17		
<b>Costo Deuda Actual</b>	Kd	8,95%		

*Nota.* Análisis de las diferentes variables basados en el plan financiero.

Para continuar con el cálculo se consideró las siguientes tasas de descuento correspondientes a los flujos de caja libre calculados anteriormente, y se detalla en la Tabla 18.

Tabla 18 *Resumen Flujos de efectivo libre*

FLUJOS DE EFECTIVO LIBRE						
ITEM / AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	(18.593,33)	14.399,02	12.508,82	10.394,03	7.609,41	13.121,08
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	(18.593,33)	10.357,66	8.355,71	6.118,53	3.200,08	13.121,08

Las tasas de descuento se detallan a continuación en la Tabla 19.

Tabla 19 *Tasa de descuento*

TASAS DE DESCUENTO			
WACC	8,82%	CAPM	9,76%

## VAN Y TIR

Y finalmente se ha realizado el cálculo del Valor Actual Neto o conocido como VAN y la Tasa de Interna de retorno con sus siglas TIR.

Como se puede apreciar en la Tabla 20. Evaluación de flujos del proyecto y del inversionista, se debe considerar lo siguiente:

1. Si  $VAN = 0$ , el proyecto es indiferente presto que solo se recuperará la inversión inicial y no se obtiene una rentabilidad.
2. Si  $VAN > 0$ , el proyecto se debe aceptar.
3. Si  $VAN < 0$ , el proyecto se rechaza ya que las otras alternativas de inversión arrojan mayor beneficio.

Tabla 20 *Evaluación Flujos proyecto e inversionista*

EVALUACION FLUJO DEL PROYECTO		EVALUACIÓN FLUJO DEL INVERSIONISTA	
VAN	27.291,11	VAN	12.844,10
IR	2,47	IR	1,69
TIR	61%	TIR	35%

Por tal motivo el proyecto es viable en ambos casos, con el escenario del proyecto se logra obtener un VAN mayor que 0; lo que significa que la rentabilidad después de recuperar la inversión es de \$27.291,11 dólares.

El VAN en el escenario del inversionista, de igual forma es mayor a 0; lo que significa que la rentabilidad después de recuperar la inversión es de \$12.844,10 dólares.

El porcentaje de la Tasa interna de Retorno (TIR) para el proyecto como del inversionista, el VAN se haga cero es igual a 61% y 35% respectivamente, dicho resultado es mayor a las tasas de descuento calculadas (WACC y CAPM); por lo tanto, son rentables.

### **5.3. Impacto económico, regional, social y ambiental.**

**Económico.** \_ El impacto económico del negocio está enfocado en la generación de plazas de trabajo, así como la mejora de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito, con el diseño e implementación de soluciones analíticas de negocio.

**Regional.** \_ El plan de negocio planteado, en un inicio está enfocada en la provincia del Pichincha principalmente en la ciudad de Quito, no se descarta la posibilidad de crecer a nivel regional y llegar a otras provincias del país.

**Social.** \_ El impacto social principalmente se basa en la generación de empleo, mejora de vida de un pequeño porcentaje de la población, adicional como política de empresa se pretende realizar ayuda social enfocada en los niños de escasos recursos de las zonas rurales de la ciudad de Quito, realizando un pequeño agasajo en fechas especiales.

**Ambiental.** \_ El impacto ambiental, como política de la empresa se pretende considerar el ahorro de energía eléctrica, así como el consumo de los insumos y reciclaje de las hojas de papel, de esa manera se aportará de forma positiva con el cuidado del medio ambiente.

## 5.4. Conclusiones del capítulo

La inversión inicial del presente estudio será financiada por una Institución financiera crédito que corresponde al 80% de la inversión inicial. Además, se consideró como una buena opción dado que el negocio es rentable y hay una capacidad de pago del compromiso adquirido.

El rubro más representativo del estado de resultados corresponde al monto de los gastos sueldos, debido que para el funcionamiento de la empresa se requiere contar del personal calificado y eficiente, seguido por el rubro de gastos generales, para el funcionamiento óptimo se requiere de contar con servicios, equipos y una alta inversión en publicidad para captar el mercado deseado.

Otro punto esencial es la fuerza de ventas para mantener el ingreso y cubrir los gastos generados lo que permitirá generar ganancia y un crecimiento favorable en los años siguientes.

Las utilidades no son altas, debido a la cantidad de oferta estimada en el primer año, dado que, al tratarse de un nuevo negocio, los rubros son estimaciones basados en los resultados del estudio de mercado, pero para que se puede incrementar las ventas dependerá de la gestión del personal y tácticas de marketing para captar clientes y alcanzar las ventas deseadas.

De acuerdo a los criterios de evaluación (TIR, VAN), donde VAN es superior a cero y positivo, y TIR es mayor a la tasa de descuento, nos indica que el plan de negocios propuesto es rentable.

## **6. CAPÍTULO 6: Conclusiones Generales y Recomendaciones**

### **Conclusiones Generales**

El sector pymes en el país ha tomado mucha importancia, pues la situación mundial y en el cual está inmerso nuestro país apunta a que se tendrá que desarrollar este campo en forma acelerada, considerando que los índices de desempleo no solo en nuestro país sino en el mundo demandaran que estas personas desarrollen sus capacidades emprendedoras y encontrar una nueva fuente de sustento y generar empleo.

La ciudad de Quito al considerarse la capital del Ecuador, se encuentra entre las dos provincias más pobladas del país y por consiguiente existe gran cantidad de migración interna que ven como oportunidad la formación de una empresa que, les permita desarrollar un emprendimiento.

El segmento de las pymes es un mercado creciente dado a las facilidades para la creación de las mismas, de acuerdo a los registros de la Superintendencia de Compañías en el año 2018, en la provincia de Pichincha existían 21.000 de las cuales 9.474 empresas consideradas como pymes se encuentran en la ciudad de Quito. Este universo constituye una muestra que permitirá la viabilidad del plan de negocios propuesto.

De acuerdo al estudio de mercado realizado, y entrevistas previas con los gerentes de algunas de estas empresas se identificó que este tipo de empresas carecen de información, y no tienen los recursos necesarios para acceder a un servicio de asesoría debido a los altos costos que manejan las empresas dedicadas a esta actividad.

De acuerdo al análisis del entorno, podemos determinar que la puesta en marcha del proyecto es viable, dado que los factores analizados permiten identificar y

desarrollar los diferentes planes operativos, comerciales y de ventas para captar el mercado deseado.

El porcentaje de captación del mercado que nos hemos planteado por temas de estudios el 2% del mercado total de la ciudad de Quito y para el cálculo de los Ingresos se ha considerado incrementar el 3% a partir del segundo año, lo que significa vender 283 reportes, alrededor de 23 por mes.

La organización de la compañía DATAMETRICA por sus características no demanda una estructura complicada, de igual manera sus procesos requieren de supervisión y entrega total basados en la experiencia del personal para la entrega de un servicio de calidad y eficiente, cumpliendo con los estándares y procedimientos establecidos en el diagrama de flujo, con la finalidad de brindar el mejor asesoramiento a las empresas sin mayor complicación.

El estudio financiero determina que, con la ejecución de este plan de negocios, es totalmente rentable de conformidad con los criterios de evaluación (TIR, VAN) y un periodo de recuperación de 2,47 año.

### **Recomendaciones**

Para la implementación del plan de negocios, se debe considerar todos los factores de riesgo y las oportunidades que nos brinda el mercado ecuatoriano, para el presente plan de negocios se requiere del personal calificado y especializado para poder solventar las necesidades del cliente y cumplir con los parámetros propuestos, se requiere de un trabajo intenso para captar clientes.

Considerar que el uso de datos, es la base primordial para determinar variables e información que permiten crecer, prospectar clientes y tener una idea de la tendencia del mercado o competencia.

## REFERENCIAS

ACCESS Calidad Salud. (2018). *Estadísticas*. Quito.

Altimeter Group. (Junio de 2013). *The Collaborate Economy*. Obtenido de <http://www.web-strategist.com/blog/2013/06/04/report-corporations-must-join-the-collaborative-economy/>

Asociación Española Ingenieros de Telecomunicaciones. (2016). *Informe sobre economía Colaborativa*. Grupo de Políticas Públicas y Regulación.

Banco Central de Ecuador. (2018). *BCU*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1105-la-economia-ecuatoriana-crecio-19-en-el-primer-trimestre-de-2018>

Banco Central de Reservas del Perú. (Septiembre de 2018). <https://estadisticas.bcrp.gob.p>. Obtenido de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/diarias>

Banco de la República de Colombia. (septiembre de 2018). <http://www.banrep.gov.co>. Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/es/taxonomy/term/7611>

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *Whats´s Mine Is Your, The Rise of Collaborative Consumption*,. HarperBusiness.

CISCO . (2012). *BYOD: Una perspectiva golbal*. EEUU: Cisco IBSG Horizons.

Constitución de la República del Ecuador. (2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*. Quito.

Corral, R. (2017). *KPI´s Útiles*. Barcelona: LEEXONLINE.

Cuerpo de Bomberos Quito. (2017). *Bomberos Quito*. Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/images/pdf/prevencion/inspeccionluae.pdf>

Deloitte. (2012). *Tendencias de conbranza y recuperación de cartera en el sector financiero a partir de la crisis*. Deloitte.

Dirección Nacional de Investigación y Estudios de la Superintendencia de compañías, v. y. (Octubre de 2018). *INVESTIGACION Y ESTUDIOS*.

- Obtenido de Panorama de las actividades de Servicio en el Ecuador 2013-2017: <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2019/01/PANORAMA-DE-LAS-ACTIVIDADES-DE-SERVICIOS-EN-EL-ECUADOR-2013-2017.pdf>
- Economipedia. (2016). Valor Actual Neto (VAN). *Economipedia*, 1. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Ecuador en Cifras. (2014). *Anuario de Estadística*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Recursos\\_Actividades\\_de\\_Salud/Publicaciones/Anuario\\_Rec\\_Act\\_Salud\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Recursos_Actividades_de_Salud/Publicaciones/Anuario_Rec_Act_Salud_2014.pdf)
- Ekosnegocios. (31 de Octubre de 2017). *Ekos*. Obtenido de Pymes en el Ecuador: No paran de evolucionar: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/pymes-en-el-ecuador-no-paran-de-evolucionar>
- eltelegrafo. (2 de Julio de 2015). *Economía*. Obtenido de El sector servicios genera 1,9 millones de empleos: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/1/el-sector-servicios-genera-19-millones-de-empleos>
- Estudio Sectorial: Panorama de las actividades de servicios en el Ecuador*. (octubre de 2018). Obtenido de Estudio Sectorial: Panorama de las actividades de servicios en el Ecuador: <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2019/01/PANORAMA-DE-LAS-ACTIVIDADES-DE-SERVICIOS-EN-EL-ECUADOR-2013-2017.pdf>
- Faneite, P. (2003). *Revista de Obstetricia y Ginecología de Venezuela*. Obtenido de scielo: [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0048-77322003000100007](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0048-77322003000100007)
- Fundación Religiosos para la Salud (FRS). (2012). *VADEMECUM Farmacológico de Guinea Ecuatorial*. España: Fundación Religiosos para la Salud (FRS).
- Guerrero , P., Muñoz, A., & Cañedo , A. (2017). *Contribuciones cortas*. Obtenido de [http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12\\_4\\_04/aci07404.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12_4_04/aci07404.htm)
- Hipp & Grupp. (2015). *Noticias*. Obtenido de Panorama del sector servicios en ecuador: <https://www.primicias.ec/noticias/firmas/panorama-del-sector-servicios-en-ecuador/>
- IESS. (2018). *IESS*. Obtenido de IESS: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

- INEC. (2007). *Observatorio Economía Latinoamericana*. ISSN: 1696-8352. Obtenido de LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN EL ECUADOR: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html>
- JA CORP. (2012-2013). Plan de negocio para los servicios que ofrece la empresa JA CORP.
- Kamiya, A. (30 de septiembre de 2018). *CreceNegocios*. Obtenido de Qué es Persona Natural y Persona Jurídica (definición y diferencias): <https://www.crecenegocios.com/persona-natural-y-persona-juridica/>
- Mete, M. R. (Marzo de 2014). NET PRESENT VALUE AND INTERNAL RATE OF RETURN: ITS UTILITY AS TOOLS FOR ANALYSIS AND EVALUATION OF. *Instituto de Investigación en Ciencias Económicas y Financieras*, 7, 67 - 85. doi:ISSN 2071- 081X
- Ministerio del Interior. (2018). *Ministerio del Interior*. Obtenido de <https://www.ministeriointerior.gob.ec/migracion-presta-un-servicio-integral-a-la-ciudadania-nacional-y-extranjera/>
- Municipio de Quito. (2018). *Municipio de Quito*. Obtenido de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/pdfs/Aprende/folleto%20luae%202018.pdf>
- Muñoz, M. P. (2011). *Fundamentos Básicos de Finanzas*. Santiago de Chile: Universidad Arturo Prat - Departamento de Auditoría y Sistemas de Información.
- Organización Panamericana de la Salud. (2008). Perfil de Sistema de Salud: Ecuador, monitoreo y análisis de los procesos de cambio y reforma. *Organización Panamericana de la Salud*, 27.
- PINO, F. (2005-2017). *VIX*. Obtenido de <https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2011/03/03/avances-tecnologicos-de-la-medicina>
- Plusvalía.com. (24 de 08 de 2018). *Plusvalía.com*. Obtenido de <https://www.plusvalia.com/propiedades/rento-linda-oficina-con-divisiones-y-balcon-junto-al-54519290.html>
- Porter, M. E. (2008). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto. Obtenido de <https://www.planetadelibros.com/>
- Registro Oficial 312 . (2014). *Ley de Compañías* . Quito: Lexis.

- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas* (Vol. 9 no). México: Mc Graw Hill.
- Santesmases Mestre, M., Sánchez Guzmán, A., & Valderrey Villar, F. (2014). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Grupo Editorial Patria.
- SRI. (Mayo de 2018). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-renta>
- SUPERCIAS. (09 de 2018). <http://appscvsmovil.supercias.gob.ec>. Obtenido de [http://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portalCia/consulta\\_cia\\_menu.zul](http://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portalCia/consulta_cia_menu.zul)
- Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Stringland III, A. (2012). *Administración Estratégica*. México: Mc Graw Hill.
- Turismo Ecuador. (1 de Febrero de 2015). *Blog*. Obtenido de Desarrollo Tecnológico en Ecuador: <https://www.eoi.es/blogs/embatur/2015/02/01/desarrollo-tecnologico-en-ecuador/>
- Universidad de Valencia. (2015). *Universidad de Valencia - cirugía*. Obtenido de [https://www.uv.es/IHCD/cirugia/cf\\_cistoscopio.html](https://www.uv.es/IHCD/cirugia/cf_cistoscopio.html)
- Valencia, W. A. (2015). *MATEMÁTICA FINANCIERA Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Lima: El Saber.
- Wirelessoft. (2018). [wirelessoft.com.ec](http://www.wirelessoft.com.ec). Obtenido de <http://www.wirelessoft.com.ec/clientes.html>

## **ANEXOS**

## **Anexo 1**

Todas estas acciones políticas desarrolladas por el actual gobierno han sido encaminadas a lograr el incentivo de la inversión extranjera y nacional, con la finalidad de reactivar el aparato productivo para lo cual se han creado algunos incentivos de acuerdo a la información que consta en la página de (PRO ECUADOR, 2019) transcribo lo siguientes:

### ***0% Impuesto a la Renta, Impulsando el crecimiento del sector productivo del país.***

- Durante 3 años para nuevas microempresas que inicien su actividad económica a partir de diciembre 30 de 2017, contados desde el primero que generen ingresos operacionales.
- 5 años para las entidades resultantes de procesos de fusión entre entidades del sector financiero popular y solidario que no se encuentren dentro de los dos últimos segmentos de cooperativas (hasta 5 millones en activos), contados desde el primer año en que se produzca la fusión.
- Toda persona natural o sociedad residente en el Ecuador que obtenga rentas en el exterior, que han sido sometidas a imposición en otro estado no estarán sometidas a imposición.

### ***0% impuesto a la salida de Divisas***

- Para dividendos.
- Pagos por operaciones de créditos por instituciones financieras y no financieras internacionales.
- Los exportadores habituales tienen derecho a la devolución del ISD en la importación de materias primas, insumos y bienes de capital para ser incorporados en procesos productivos de bienes exportables, de acuerdo al listado del COMEXI.

***0% impuesto al valor agregado***

- Durante 3 años para nuevas microempresas que inicien su actividad económica a partir de diciembre 30 de 2017, contados desde el primero que generen ingresos operacionales.
- 5 años para las entidades resultantes de procesos de fusión entre entidades del sector financiero popular y solidario que no se encuentren dentro de los dos últimos segmentos de cooperativas (hasta 5 millones en activos), contados desde el primer año en que se produzca la fusión.
- Toda persona natural o sociedad residente en el Ecuador que obtenga rentas en el exterior, que han sido sometidas a imposición en otro estado no estarán sometidas a imposición.

***Contratos de Inversión***

- Estabilidad jurídica.
- Plazo de hasta 15 años, renovable por el período inicial aprobado
- Firma de contrato de inversión opcional.

***Exoneración del Impuesto a la salida de divisas***

- Por importación de bienes de capital y materias primas
- Por dividendos distribuidos por sociedad nacionales o extranjeras domiciliadas en el Ecuador, a favor de beneficiarios residentes en el Ecuador o en el exterior

## **Anexo 2**

### **Crecimiento de las pymes**

De acuerdo a (Ekosnegocios, 2017), menciona que el sector de las Pymes “a nivel de resultados, 2016 fue muy complejo para este sector, lo que se vio reflejado en menores ingresos. La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros presenta la información de las empresas que declararon sus cifras. A pesar de que no todas las entidades presentan su información a esta institución, los resultados si son un espejo de un incremento en la base de empresas en los últimos 5 años. Para 2012, 18.931 negocios declararon sus resultados frente a los 24.668 de 2016. En este periodo, dadas las dificultades de la economía del año pasado, en la base hay un 3,15% más compañías que en 2015. A pesar de tener un mayor número de empresas, los resultados reflejan un escenario complejo, en el que los ingresos del segmento se incrementaron hasta 2015, en tanto que en 2016 este valor decreció en -3,1% frente al año previo. Si se maneja una base homogénea de empresas, tomando en cuenta a aquellas que operaron durante los 5 años analizados, el decrecimiento de los ingresos del segmento fue de -4,9% con 9.362 empresas”.

		2012	2013	2014	2015	2016
<b>Número</b>	Pequeña	12.769	14.422 ↑	15.874 ↑	16.853 ↑	<b>17.498 ↑</b>
	Mediana	6.162	6.578 ↑	6.883 ↑	7.062 ↑	<b>7.170 ↑</b>
	<b>Total PYMES</b>	18.931	21.000 ↑	22.757 ↑	23.915 ↑	<b>24.668 ↑</b>
<b>Ingresos (USD Millones)</b>	Pequeña	6.161	6.362 ↑	6.849 ↑	6.858 ↑	<b>6.365 ↓</b>
	Mediana	16.998	19.332 ↑	21.375 ↑	21.473 ↑	<b>21.078 ↓</b>
	<b>Total PYMES</b>	23.159	25.694 ↑	28.224 ↑	28.331 ↑	<b>27.443 ↓</b>
<b>Crecimiento de ingresos</b>	Pequeña	nd	3,30%	7,70%	0,10%	<b>-7,20%</b>
	Mediana	nd	13,70%	10,60%	0,50%	<b>-1,80%</b>
	<b>Total PYMES</b>	nd	10,90%	9,80%	0,40%	<b>-3,10%</b>
<b>Ingresos / PIB</b>	Pequeña	7,00%	6,70% ↓	6,70% =	6,90% ↑	<b>6,50% ↓</b>
	Mediana	19,30%	20,30% ↑	21,00% ↑	21,60% ↑	<b>21,40% ↓</b>
	<b>Total PYMES</b>	26,30%	27,00% ↑	27,70% ↑	28,50% ↑	<b>27,80% ↓</b>

Figura 15. Crecimiento Pymes en el Ecuador. Tomada de Ekos Negocios.Supercias.

## Anexo 3

## ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO "DATAMETRICA"

El servicio propuesto consiste en entregar reportes con información actualizada del mercado, los cuales pueden estar enfocados en: Conocer información acerca de la competencia, tendencia del mercado, prospección de clientes, análisis financiero/ económico de la industria.

Ejemplo contenido del reporte:



1. Como empresario/emprendedor ¿Qué interés le genera la posibilidad de contratar un servicio encaminado al análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial? \*

- Muy interesante
- Interesante
- Neutro
- Poco Interesante
- Nada interesante

2. Indique del 1 al 7 (siendo 1 el menos y 7 el más importante) ¿Qué aspectos valoraría usted a la hora de contratar un servicio de análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial? \*

	1	2	3	4	5	6	7
Precio justo	<input type="radio"/>						
Informació...	<input type="radio"/>						
Calidad del...	<input type="radio"/>						
Especializa...	<input type="radio"/>						
Capacidad ...	<input type="radio"/>						

3. Seleccione cual de los siguientes servicios estaría interesado en contratar. \*

- Análisis de la competencia (Obtener un diagnostico comparativo)
- Análisis del mercado (tendencia del sector)
- Prospección de clientes (búsqueda de clientes potenciales)
- Todas las anteriores

4. Si su respuesta fue análisis de la competencia, ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio? (El servicio incluye análisis de 3 empresas) \*

Texto de respuesta corta

.....

4. Si su respuesta fue análisis del mercado (tendencia del sector) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio? \*

Texto de respuesta corta

4. Si su respuesta fue Prospección de clientes (búsqueda de clientes potenciales)¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio? \*

Texto de respuesta corta  
.....

4. Si su respuesta fue todas ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio completo? El cual \*  
consistiría consolidar la información de cada reporte en uno solo.

Texto de respuesta corta  
.....

5. Usted como cliente, ¿cuántas veces estaría dispuesto a contratar el servicio en el año? \*

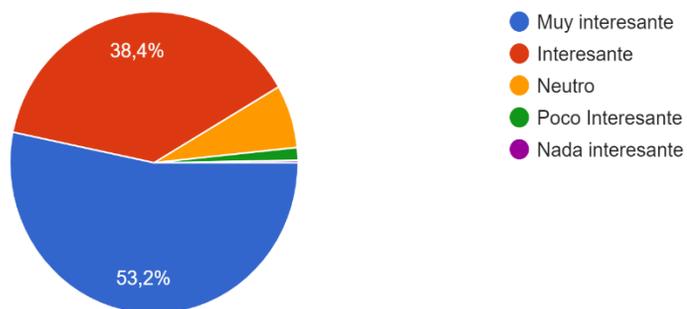
- Una vez
- Dos veces
- Tres veces
- Cuatro o más

7. Indique por favor como le gustaría que sea la forma de pago. \*

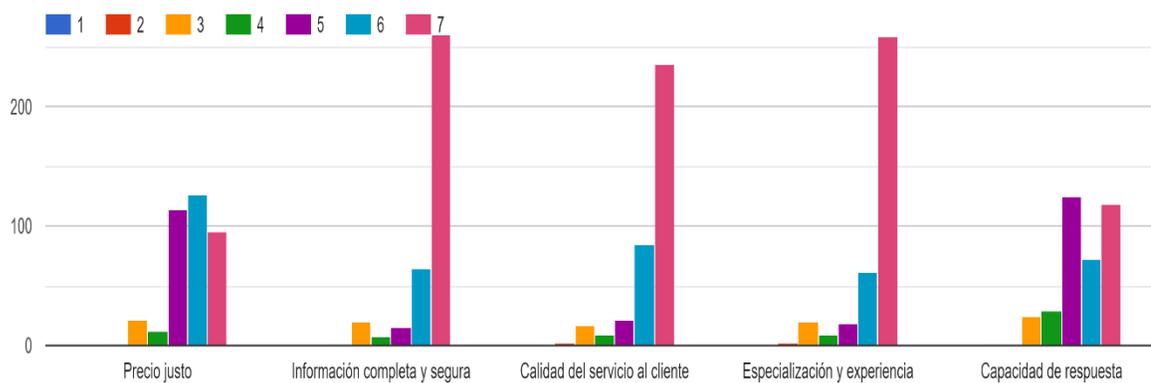
- En efectivo
- Tarjeta de crédito
- Transferencia bancaria
- Otra...

## Anexo 4

1. Como empresario/emprendedor ¿Qué interés le genera la posibilidad de contratar un servicio encaminado al análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial?  
370 respuestas



2. Indique del 1 al 7 (siendo 1 el menos y 7 el más importante) ¿Qué aspectos valoraría usted a la hora de contratar un servicio de análisis, procesamiento y entrega de información financiera, comercial y sectorial?



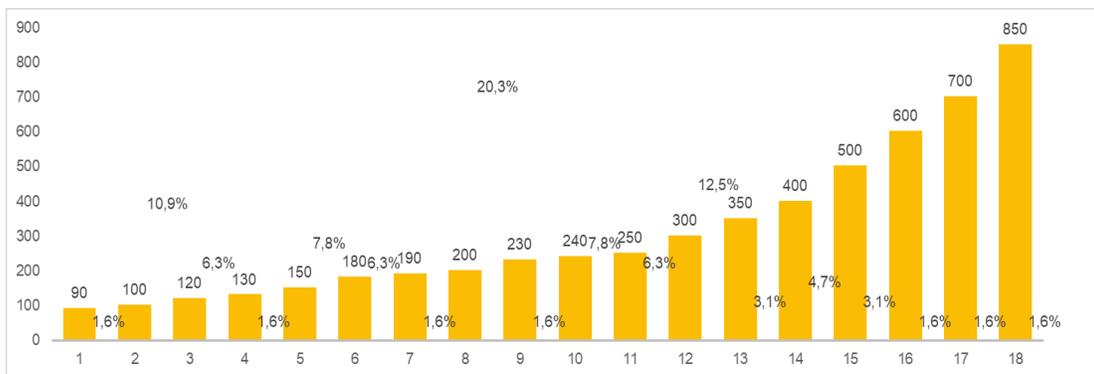
3. Seleccione cual de los siguientes servicios estaría interesado en contratar.

370 respuestas



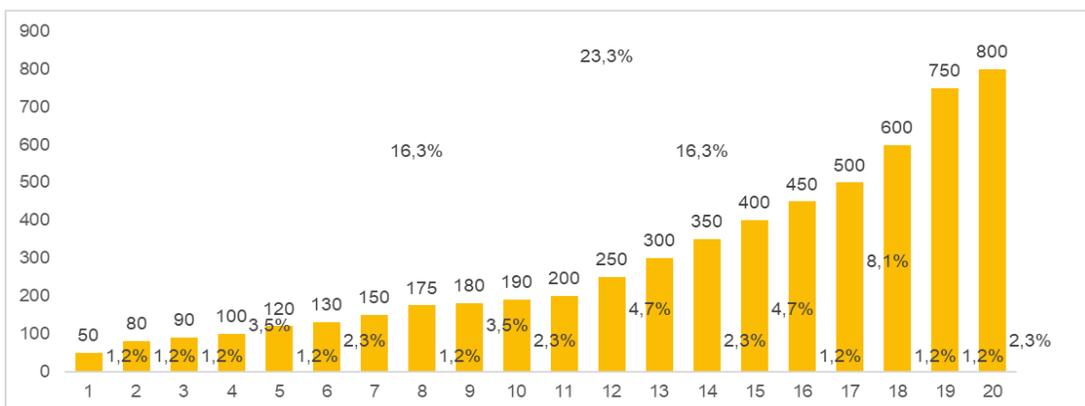
4. Si su respuesta fue análisis de la competencia, ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio? (El servicio incluye análisis de 3 empresas)

64 respuestas



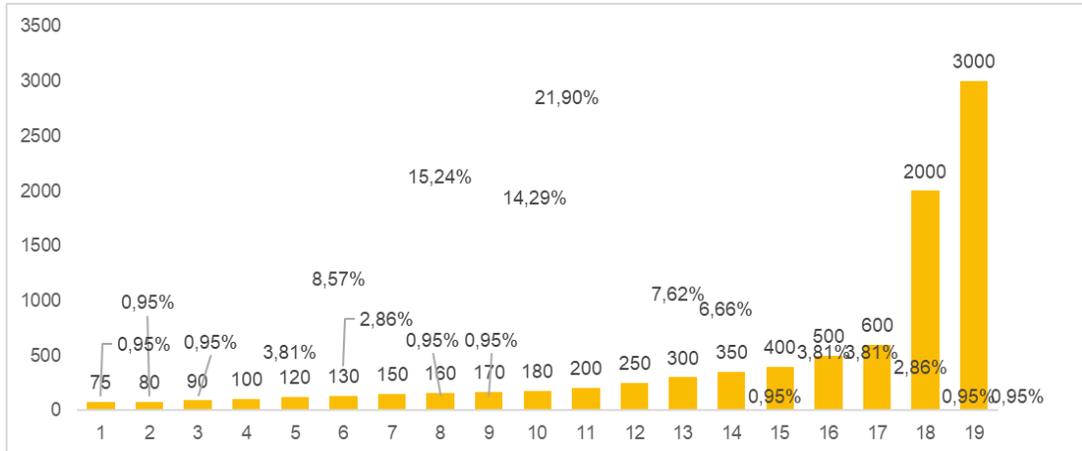
4. Si su respuesta fue análisis del mercado (tendencia del sector) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio?

86 respuestas



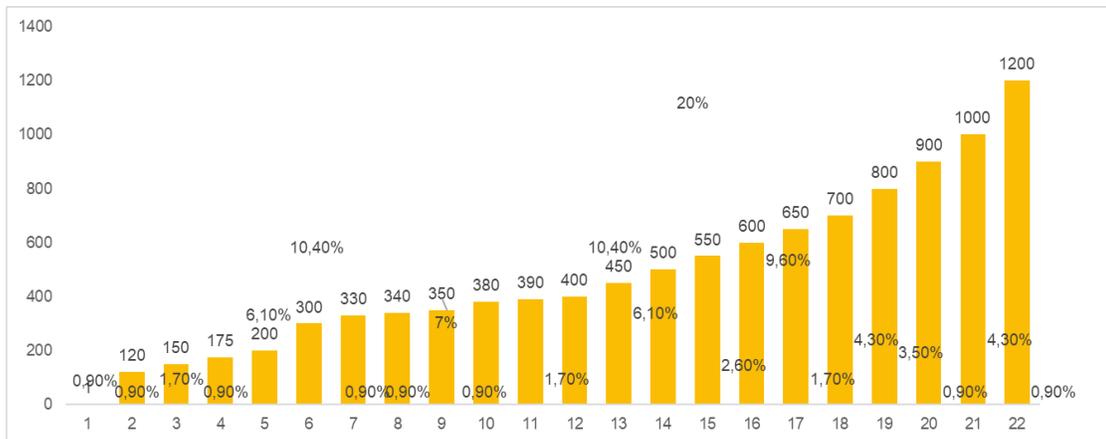
4. Si su respuesta fue Prospección de clientes (búsqueda de clientes potenciales) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio?

105 respuestas



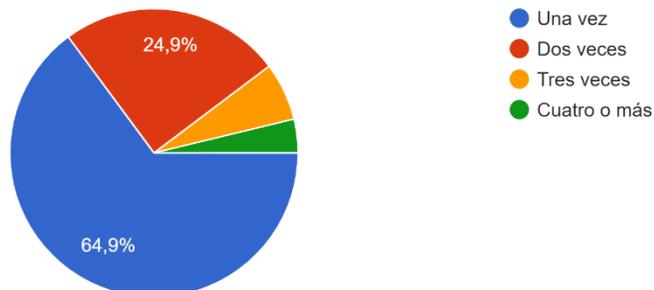
4. Si su respuesta fue todas ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio completo? El cual consistiría consolidar la información de cada reporte en uno solo.

115 respuestas



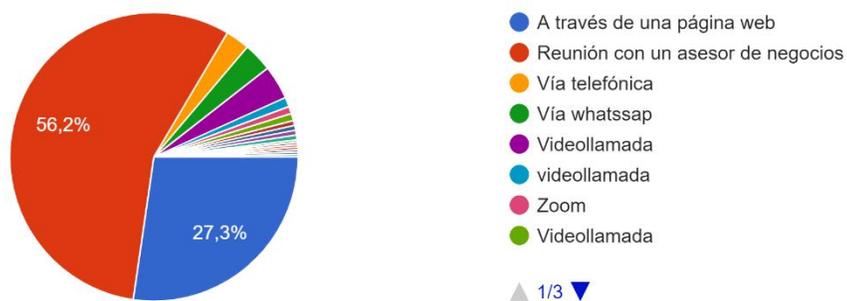
5. Usted como cliente, ¿cuántas veces estaría dispuesto a contratar el servicio en el año?

370 respuestas



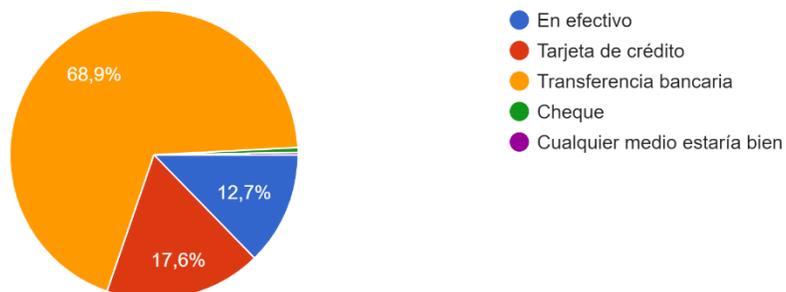
6. Indique por favor a través de que medio le gustaría contratar el servicio propuesto.

370 respuestas



7. Indique por favor como le gustaría que sea la forma de pago.

370 respuestas



## Anexo 5

### REGLAMENTO A LEY ORGANICA DE REGULACION Y CONTROL DEL PODER MERCADO

#### CAPITULO I

##### DISPOSICIONES GENERALES

**Art. 2.- Publicidad.** - Las opiniones, lineamientos, guías, criterios técnicos y estudios de mercado de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, se publicarán en su página electrónica y podrán ser difundidos y compilados en cualquier otro medio, salvo por la información que tenga el carácter de reservada o confidencial de conformidad con la Constitución y la ley.

Las publicaciones a las que se refiere el presente artículo y la Disposición General Tercera de la Ley, se efectuarán sin incluir, en cada caso, los aspectos reservados y confidenciales de su contenido, con el fin de garantizar el derecho constitucional a la protección de la información.

**Art. 3.- Confidencialidad de la información.** - La información y documentos que haya obtenido la Superintendencia de Control del Poder de Mercado en la realización de sus investigaciones podrán ser calificados de reservados o confidenciales, de oficio o a solicitud de parte interesada. La Superintendencia establecerá el instructivo para su tratamiento en el marco de la Constitución y la ley.

#### CAPITULO II

##### REGIMEN DE REGULACION Y CONTROL

**Art. 5.- Volumen de negocios.** - Se entiende por volumen de negocios total de uno o varios operadores económicos, la cuantía resultante de la venta de productos y de la prestación de servicios realizados por los mismos, durante el último ejercicio que corresponda a sus actividades ordinarias, previa deducción del impuesto sobre

el valor agregado y de otros impuestos al consumidor final directamente relacionados con el negocio.

En el caso de las instituciones del sistema financiero privado y público, y otras entidades financieras y del mercado de valores, el volumen de negocios será calculado en base a la suma de los siguientes rubros, previa deducción del impuesto sobre el valor agregado y de otros impuestos al consumidor final directamente relacionados con el negocio:

1. Valor de los activos financieros;
2. Intereses y descuentos ganados;
3. Comisiones ganadas e ingresos por servicios;
4. Utilidades financieras; y,
5. Otros ingresos operacionales y no operacionales.

En el caso de las entidades de seguro y reaseguro, el volumen de negocios estará conformado por el valor de las primas brutas emitidas que comprendan todos los importes cobrados y pendientes de cobro en concepto de contratos de seguro establecidos por dichas compañías o por cuenta de las mismas, incluyendo las primas cedidas a las reaseguradoras, previa deducción de los impuestos directamente relacionados con dichos ingresos.

## **Sección 1**

### **Del poder de mercado y los acuerdos y prácticas restrictivas**

**Art. 6.- Abuso de poder de mercado.** - Las conductas de abuso de poder de mercado tipificadas en los artículos 9 y 10 de la Ley no serán susceptibles de exoneración alguna, la acción de Estado, de conformidad con el artículo 28 y siguientes de la Ley, se sustentará en el interés público y el buen vivir. Al abuso de poder de mercado en situación de dependencia económica le son aplicables los

literales b) o c) del artículo 79 de la Ley; o, si no es posible determinar el volumen de negocios, los numerales 2 y 3 del mismo artículo; en función de la gravedad de la conducta y lo previsto en este reglamento, lo que será determinado por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado previo el respectivo procedimiento de investigación y sanción.

**Art. 7.- Personas vinculadas.** - Para efectos de lo previsto en la Ley, y en particular en el literal a) del artículo 8, se estará a la definición y criterios de vinculación establecidos en la Ley de Mercado de Valores y la correspondiente normativa del Consejo Nacional de Valores.

En lo atinente a la pertenencia a un grupo económico, se aplicará lo establecido en el artículo 11 de este reglamento.

**Art. 8.- Presunción de práctica restrictiva.** - Se presumirá que tienen por objeto impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia, que afectan negativamente a la eficiencia económica y al bienestar general, todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela, y en general cualquier acto o conducta realizados por dos o más operadores económicos, competidores, reales o potenciales, que directa o indirectamente:

1. Fijen de manera concertada o manipulen precios, tasas de interés, tarifas, descuentos, u otras condiciones comerciales o de transacción, o intercambien información con el mismo objeto o efecto.
2. Repartan, restrinjan, limiten, paralicen, establezcan obligaciones o controlen concertadamente la producción, distribución o comercialización de bienes o servicios.
3. Repartan de manera concertada clientes, proveedores o zonas geográficas.
4. También están sujetos a la presunción establecida en este artículo los actos u omisiones, acuerdos o prácticas concertadas y en general todas las conductas de

proveedores u oferentes, cualquiera sea la forma que adopten, ya sea en la presentación de ofertas y posturas o buscando asegurar el resultado en beneficio propio o de otro proveedor u oferente, en una licitación, concursos, remates, ventas al martillo, subastas públicas u otros establecidos en las normas que regulen la contratación pública, o en procesos de contratación privados abiertos al público.

Para los casos de prácticas entre competidores, reales o potenciales, distintas a las señaladas en este artículo, así como las prácticas entre no competidores, reales o potenciales, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado analizará, caso por caso, si la conducta tiene por objeto o efecto, real o potencial, impedir, restringir falsear o distorsionar la competencia, afectar negativamente a la eficiencia económica o al bienestar general.

## **CODIGO ORGANICO DE LA ECONOMIA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS CREATIVIDAD E INNOVACION**

### **CAPÍTULO II**

#### **ORGANISMO RESPONSABLE DE LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS INTELECTUALES**

**Artículo 10.-** Autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales.

- Es el organismo técnico adscrito a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, con personalidad jurídica propia, dotado de autonomía administrativa, operativa y financiera, que ejerce las facultades de regulación, gestión y control de los derechos intelectuales y en consecuencia tiene a su cargo principalmente los servicios de adquisición y ejercicio de los derechos de propiedad intelectual, así como la protección de los conocimientos tradicionales. Además de las funciones inherentes a sus atribuciones, será la principal encargada de ejecutar las políticas públicas que emanen del ente rector en materia de gestión, monitoreo, transferencia y difusión del conocimiento.

La autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales tendrá competencia sobre los derechos de autor y derechos conexos; propiedad industrial; obtenciones vegetales; conocimientos tradicionales; y, gestión de los conocimientos para incentivar el desarrollo tecnológico, científico y cultural nacional. Competencias que deberán ser consideradas al momento de reglamentar su conformación, atribuciones, organización e institucionalidad.

Adicionalmente contará con jurisdicción coactiva para el cobro de los títulos de crédito, así como cualquier tipo de obligaciones a su favor, de conformidad al ordenamiento jurídico aplicable.

La autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales se financiará mediante su autogestión, a través del cobro de tasas; de no ser suficiente,

del Presupuesto General del Estado se deberán asignar los recursos necesarios para garantizar su normal funcionamiento y financiación.

Para ser designado titular de la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales, se requerirá:

1. Tener título de cuarto nivel, legalmente reconocido en el país, en áreas afines con la gestión de derechos intelectuales;
2. Contar con experiencia de al menos cinco años en gestión o docencia universitaria en áreas afines con la gestión de derechos intelectuales; y, Registro Oficial N° 899 – Suplemento Viernes 9 de diciembre de 2016 – 9
3. Tener experiencia de al menos tres años en el ejercicio de funciones en el nivel jerárquico superior en el sector público o sus equivalentes en el sector privado.

**Artículo 11.-** Atribuciones de la entidad encargada de la gestión de la propiedad intelectual y de la protección de conocimientos tradicionales. - Serán atribuciones de la entidad responsable de la regulación, control y gestión de la propiedad intelectual y de la protección de los de los conocimientos tradicionales las siguientes:

1. Proteger y defender los derechos intelectuales, reconocidos en este Código y en los instrumentos internacionales de obligatorio cumplimiento; organizar y administrar la información sobre los registros de todo tipo de derechos de propiedad intelectual en articulación al Sistema Nacional de Información de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales del Ecuador;
2. Sustanciar los procedimientos y resolver sobre el otorgamiento o negativa de los registros de derechos de propiedad industrial de patentes de invención; modelos de utilidad; diseños industriales; marcas; lemas comerciales; nombres comerciales, apariencias distintivas; indicaciones geográficas; esquemas de trazado de circuitos

semiconductores, topografías y demás formas que se establezcan en la legislación correspondiente, así como inscribir las obras y los conocimientos tradicionales;

3. Sustanciar los procedimientos de otorgamiento y registro de los derechos sobre nuevas obtenciones vegetales y administrar el depósito de las muestras vivas. La gestión técnica, respecto a la administración del depósito de las muestras vivas, podrá ser encargada a una institución de educación superior o instituto público de investigación que presente las capacidades técnicas y de infraestructura necesarias para el efecto;

4. Tramitar y resolver las oposiciones que sobre registros de derechos de propiedad intelectual se presentaren;

5. Tramitar y resolver las peticiones, reclamos y recursos administrativos sometidas a su conocimiento y conforme a las competencias establecidas en este Código en materia de propiedad intelectual y de los conocimientos tradicionales;

6. Tramitar todos los procesos de observancia de los derechos de propiedad intelectual, de los conocimientos tradicionales en el ámbito administrativo;

7. Monitorear permanentemente los derechos colectivos de los legítimos poseedores de conocimientos tradicionales y en caso de que se presuma una violación directa o indirecta de estos derechos colectivos, notificar inmediatamente a los legítimos poseedores del conocimiento tradicional e iniciar de oficio las acciones pertinentes que fueren necesarias;

8. Fijar las tasas y tarifas por los servicios prestados por la entidad responsable de la gestión de derechos de propiedad intelectual, de los conocimientos tradicionales;

9. Ejecutar la política pública emanada por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación;

10. Ejercer jurisdicción coactiva para el cobro de los créditos y cualquier tipo de obligaciones a su favor, ésta será ejercida por el representante legal de dicha entidad; y,

11. Las demás determinadas en este Código.

## Anexo 6

Detalle	Frecuencia	Gasto
<b>Mano de Obra</b>		
Gerente General	Mensual	\$ 1.300,00
Analista de Datos	Mensual	\$ 900,00
Asesor comercial	Mensual	\$ 650,00
<b>Servicios</b>		
Servicios básicos (agua, teléfono y luz)	Mensual	\$ 110,00
Honorarios Finanzas	Mensual	\$ 250,00
Honorarios Soporte sistemas	Mensual	\$ 250,00
Publicidad	Anual	\$ 1.530,00
Plan móvil	Mensual	\$ 18,00
Gastos de limpieza	Mensual	\$ 40,00
Internet (Fibra Óptica)	Mensual	\$ 90,00
Diseño y de desarrollo página web (incluido hosting, dominio, logo, volantes)	Anual	\$ 1.140,80
Licencias	Anual	\$ 1.800,00
Desarrollo de software	Anual	\$ 1.500,00
Mantenimiento y actualización Pagina web y software	Anual	\$ 150,00
Almacenamiento en la nube	Anual	\$ 300,00
Movilización personal	Mensual	\$ 50,00
Permisos de funcionamiento	Anual	\$ 500,00
<b>Insumos</b>		
Suministros de Oficina	Anual	\$ 300,00
Muebles de Oficina y enseres	Anual	\$ 2.187,00
Equipo de computo	Anual	\$ 3.499,00

## Anexo 7

## Reporte Servicio 2, 3 y 4

Fijación de Precio	
	Mensual
Gastos directos	\$ 3.505,28
Gastos indirectos	\$ 1.313,89
Gastos y costos generales	\$ 4.819,17
Cantidad de servicios a vender	18
Margen de ganancia	2%
Costo unitario estimado	\$ 133,87
Margen unitario	\$ 136,54
Precio estimado de venta	\$ 278,44
Precio estimado del Mercado	\$ 400,00
Precio estimado encuesta	\$ 200,00
Precio promedio	\$ 290,14
<b>Precio de venta</b>	<b>\$ 285,00</b>

## Reportes Servicio 1

Fijación de Precio	
	Mensual
Gastos directos	\$ 3.505,28
Gastos indirectos	\$ 1.313,89
Gastos y costos generales	\$ 4.819,17
	\$ 3.505,28
Cantidad de servicios a vender	18
Margen de ganancia	2%
Costo unitario estimado	\$ 267,73
Margen unitario	\$ 273,09
Precio estimado de venta	\$ 540,82
Precio estimado del Mercado	\$ 700,00
Precio estimado encuesta	\$ 500,00
Precio promedio	\$ 580,27
<b>Precio de venta</b>	<b>\$ 500,00</b>

## Anexo 8

## CONDICIONES Y COSTO TOTAL DEL CRÉDITO



### DATOS DE LA OPERACIÓN DE CRÉDITO SOLICITADA

<b>Segmento:</b> Productivo Corporativo		
<b>Tasa de Interés Nominal:</b> 8.95 %	<b>Sistema de Amortización:</b> Sistema Francés (Cuota Fija)	<b>Plazo:</b> 48
<b>Tasa de Interés Efectiva:</b> 9.33 %	<b>Interés:</b> 2,947.89	<b>Periodicidad:</b> mes(es)
<b>Total:</b> 17,947.89	<b>Cuota mensual estimada:</b> 373.91	<b>Monto líquido:</b> 15,000.00
<b>SOLCA:</b> 75.00	<b>Costos y Gastos:</b> 0,00	

### DATOS DE LA OPERACIÓN DE CRÉDITO SOLICITADA

No. de Pago	Fecha	No. de Días	Capital	Interés	Valor Cuota	Saldo Capital
	-	-	0.00	0.00	0.00	15,000.00
1	20/06/2020	31	258.27	115.65	373.91	14,741.73
2	20/07/2020	30	263.93	109.99	373.91	14,477.81
3	20/08/2020	31	262.29	111.62	373.91	14,215.51
4	20/09/2020	31	264.32	109.60	373.91	13,951.20
5	20/10/2020	30	269.82	104.09	373.91	13,681.37
6	20/11/2020	31	268.43	105.48	373.91	13,412.94
7	20/12/2020	30	273.84	100.08	373.91	13,139.10
8	20/01/2021	31	272.61	101.30	373.91	12,866.49
9	20/02/2021	31	274.72	99.20	373.91	12,591.77
10	20/03/2021	28	286.23	87.69	373.91	12,305.54
11	20/04/2021	31	279.04	94.87	373.91	12,026.50
12	20/05/2021	30	284.18	89.73	373.91	11,742.31
13	20/06/2021	31	283.38	90.53	373.91	11,458.93
14	20/07/2021	30	288.42	85.50	373.91	11,170.51
15	20/08/2021	31	287.79	86.12	373.91	10,882.72
16	20/09/2021	31	290.01	83.90	373.91	10,592.71
17	20/10/2021	30	294.88	79.03	373.91	10,297.83
18	20/11/2021	31	294.52	79.39	373.91	10,003.31
19	20/12/2021	30	299.28	74.64	373.91	9,704.03
20	20/01/2022	31	299.10	74.82	373.91	9,404.93
21	20/02/2022	31	301.40	72.51	373.91	9,103.53
22	20/03/2022	28	310.52	63.39	373.91	8,793.01
23	20/04/2022	31	306.12	67.79	373.91	8,486.88
24	20/05/2022	30	310.59	63.32	373.91	8,176.29
25	20/06/2022	31	310.88	63.04	373.91	7,865.41
26	20/07/2022	30	315.23	58.68	373.91	7,550.18
27	20/08/2022	31	315.70	58.21	373.91	7,234.48
28	20/09/2022	31	318.14	55.78	373.91	6,916.34
29	20/10/2022	30	322.31	51.60	373.91	6,594.03
30	20/11/2022	31	323.08	50.84	373.91	6,270.95
31	20/12/2022	30	327.13	46.79	373.91	5,943.83
32	20/01/2023	31	328.09	45.83	373.91	5,615.74

DATOS DE LA OPERACIÓN DE CRÉDITO SOLICITADA						
No. de Pago	Fecha	No. de Días	Capital	Interés	Valor Cuota	Saldo Capital
33	20/02/2023	31	330.62	43.30	373.91	5,285.12
34	20/03/2023	28	337.11	36.80	373.91	4,948.01
35	20/04/2023	31	335.77	38.15	373.91	4,612.24
36	20/05/2023	30	339.50	34.41	373.91	4,272.74
37	20/06/2023	31	340.97	32.94	373.91	3,931.77
38	20/07/2023	30	344.58	29.34	373.91	3,587.19
39	20/08/2023	31	346.26	27.66	373.91	3,240.93
40	20/09/2023	31	348.93	24.99	373.91	2,892.00
41	20/10/2023	30	352.34	21.58	373.91	2,539.67
42	20/11/2023	31	354.33	19.58	373.91	2,185.33
43	20/12/2023	30	357.61	16.30	373.91	1,827.72
44	20/01/2024	31	359.82	14.09	373.91	1,467.90
45	20/02/2024	31	362.60	11.32	373.91	1,105.30
46	20/03/2024	29	365.94	7.97	373.91	739.36
47	20/04/2024	31	368.21	5.70	373.91	371.15
48	20/05/2024	30	371.15	2.77	373.91	0.00
<b>TOTAL:</b>			<b>15,000.00</b>	<b>2,947.89</b>	<b>17,947.89</b>	

## Anexo 9

<b>SUELDOS</b>						
Ítem	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		1	2	3	4	5
% Incremento				2,00%	2,00%	2,00%
<b>Jefe Administrativo / Propietario</b>						
Sueldo		15.600	15.600	15.912	16.230	16.555
Décimo Tercero		1.300	1.300	1.326	1.353	1.380
Décimo Cuarto		400	400	408	416	424
Fondos de Reserva			1.300	1.326	1.353	1.380
Aportes al IESS Patronal		1.739	1.739	1.774	1.810	1.846
Aportes al IESS Personal		1.474	1.474	1.504	1.534	1.564
Provisión Décimo Tercero		1.300	1.300	1.326	1.353	1.380
Provisión Décimo Cuarto		400	400	408	416	424
Provisión por desahucio		325	650	995	1.353	1.724
Gastos Sueldos		19.364	20.989	21.741	22.513	23.308
Pago Empleado		15.826	15.826	16.142	16.465	16.794
Pago IESS		3.214	4.514	4.604	4.696	4.790
CxP Empleados Período		325	650	994	1.353	1.724
CxP Acumuladas		325	650	994	1.353	1.724
<b>Colaboradores</b>						
Sueldo		18.600	18.600	18.972	19.351	19.738
Décimo Tercero		1.550	1.550	1.581	1.613	1.645
Décimo Cuarto		800	800	816	832	849
Fondos de Reserva			1.550	1.581	1.613	1.645
Aportes al IESS Patronal		2.074	2.074	2.115	2.158	2.201
Aportes al IESS Personal		1.758	1.758	1.793	1.829	1.865
Provisión Décimo Tercero		1.550	1.550	1.581	1.613	1.645
Provisión Décimo Cuarto		800	800	816	832	849
Provisión por desahucio		388	775	1.186	1.613	2.056
Gastos Sueldos		23.411	25.349	26.251	27.179	28.134
Pago Empleado		19.192	19.192	19.576	19.968	20.367
Pago IESS		3.832	5.382	5.489	5.599	5.711
CxP Empleados Período		387	775	1.186	1.613	2.056
CxP Acumuladas		387	775	1.186	1.613	2.056
<b>Total gastos sueldos</b>		<b>42.775,80</b>	<b>46.338,30</b>	<b>47.991,82</b>	<b>49.692,78</b>	<b>51.442,42</b>

<b>Total cuentas por pagar sueldos</b>		<b>712,50</b>	<b>1.425,00</b>	<b>2.180,25</b>	<b>2.965,14</b>	<b>3.780,55</b>
--	--	---------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

### Gastos Generales

Ítem	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		1	2	3	4	5
% Incremento			1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
<b>Gastos Generales</b>						
Suministros de Oficina		300,00	303,00	306,03	309,09	312,18
Servicios básicos (agua, teléfono y luz)		1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92	1.932,61
Honorarios Finanzas		3.000,00	3.030,00	3.060,30	3.090,90	3.121,81
Honorarios Soporte sistemas		3.000,00	3.030,00	3.060,30	3.090,90	3.121,81
Publicidad		1.530,00	1.545,30	1.560,75	1.576,36	1.592,12
Plan móvil		216,00	218,16	220,34	222,55	224,77
Gastos de limpieza		480,00	484,80	489,65	494,54	499,49
Internet (Fibra Óptica)		1.080,00	1.090,80	1.101,71	1.112,73	1.123,85
Diseño y desarrollo página web (incluido hosting, dominio, logo, tarjetas, volantes)		1.140,80	210,80	212,91	215,04	217,19
Licencias		1.800,00	1.818,00	1.836,18	1.854,54	1.873,09
Desarrollo de software				1.500,00		
Mantenimiento y actualización Pagina web y software			150,00	150,00	300,00	303,00
Almacenamiento en la nube		300,00	303,00	306,03	309,09	312,18
Movilización personal		600,00	606,00	612,06	618,18	624,36
Permisos de funcionamiento		500,00				
Plataforma Zoom		179,88	179,88	179,88	179,88	179,88
Capacitación atención al cliente / 16 horas		320,00	323,20	326,43	329,70	332,99
<b>Total gastos generales</b>		<b>15.766,68</b>	<b>14.744,94</b>	<b>16.519,77</b>	<b>15.460,42</b>	<b>15.771,35</b>

## Depreciación

### EQUIPO DE COMPUTACIÓN

<i>Equipo</i>	<i>Cantidad (unidades)</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo Total</i>	<i>Vida Útil (años)</i>
equipo de computo	1	2.870,00	2.870,00	3
Impresora	1	300,00	300,00	3
teléfono y datafast	1	329,00	329,00	3

**3.499,00**

Equipo de computo	Inicial	Recompra				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de compra	3.499,00	3.499,00	3.499,00	3.499,00	3.499,00	3.499,00
Gasto de depreciación		1.166,33	1.166,33	1.166,33	1.166,33	1.166,33
Depreciación Acum		1.166,33	2.332,67	3.499,00	4.665,33	5.831,67
Valor en libros		2.332,67	1.166,33		(1.166,33)	(2.332,67)
<b>Total Gasto depreciación Equipo de computo</b>		<b>1.166,33</b>	<b>1.166,33</b>	<b>1.166,33</b>	<b>1.166,33</b>	<b>1.166,33</b>

### MUEBLES DE OFICINA

<i>Ítem</i>	<i>Cantidad (unidades)</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo Total</i>	<i>Vida Útil (años)</i>
Muebles de oficina y enseres	1	2.187,00	2.187,00	10

Muebles y enseres	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de compra	2.187,00	2.187,00	2.187,00	2.187,00	2.187,00	2.187,00
Gasto de depreciación		218,70	218,70	218,70	218,70	218,70
Depreciación Acum		218,70	437,40	656,10	874,80	1.093,50
Valor en libros		1.968,30	1.749,60	1.530,90	1.312,20	1.093,50
<b>Total Gasto depreciación muebles y enseres</b>		<b>218,70</b>	<b>218,70</b>	<b>218,70</b>	<b>218,70</b>	<b>218,70</b>

<b>Total Gasto Depreciación</b>	<b>1.385,03</b>	<b>1.385,03</b>	<b>1.385,03</b>	<b>1.385,03</b>	<b>1.385,03</b>
---------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

<b>Total Depreciación Acumulada</b>	<b>1.385,03</b>	<b>2.770,07</b>	<b>4.155,10</b>	<b>5.540,13</b>	<b>6.925,17</b>
-------------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

## Amortizaciones

### SOFTWARE

<i>Ítem</i>	<i>Cantidad (unidades)</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo Total</i>	<i>Vida Útil (años)</i>
Software	1	1.500,00	1.500,00	3
Licencias	5	\$ 360,00	\$ 1.800,00	3

\$ 3.300,00

Software	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de compra		-	-	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Gasto de amortización				500,00	500,00	500,00
Amortización Acum				500,00	1.000,00	1.500,00
Valor en libros				1.000,00	500,00	
<b>Total Gasto Amortización</b>				<b>500,00</b>	<b>500,00</b>	<b>500,00</b>

### Recompra

Licencias	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de compra	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Gasto de amortización		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Amortización Acum		600,00	1.200,00	1.800,00	2.400,00	3.000,00
Valor en libros		1.200,00	600,00		(600,00)	(1.200,00)
<b>Total Gasto Amortización</b>		<b>600,00</b>	<b>600,00</b>	<b>600,00</b>	<b>600,00</b>	<b>600,00</b>

<b>Total Amortización Acum</b>		<b>600,00</b>	<b>1.200,00</b>	<b>2.300,00</b>	<b>3.400,00</b>	<b>4.500,00</b>
--------------------------------	--	---------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

<b>Total Gasto Amortización</b>		<b>600,00</b>	<b>600,00</b>	<b>1.100,00</b>	<b>1.100,00</b>	<b>1.100,00</b>
---------------------------------	--	---------------	---------------	-----------------	-----------------	-----------------

