



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Plan de negocios para la creación de una plataforma web dedicada a  
contactar personas que buscan trabajos ocasionales con clientes, en la  
ciudad de Quito

AUTOR

Martin Heriberto Merino Illes

AÑO

2020



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIO DE UNA PLATAFORMA WEB DEDICADA A  
CONTACTAR PERSONAS QUE BUSCAN TRABAJOS OCASIONALES CON  
CLIENTES, EN LA CIUDAD DE QUITO

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar por el Título de Ingeniero Comercial Mención en Administración de  
Empresas

Profesor Guía  
Fernando Bustos

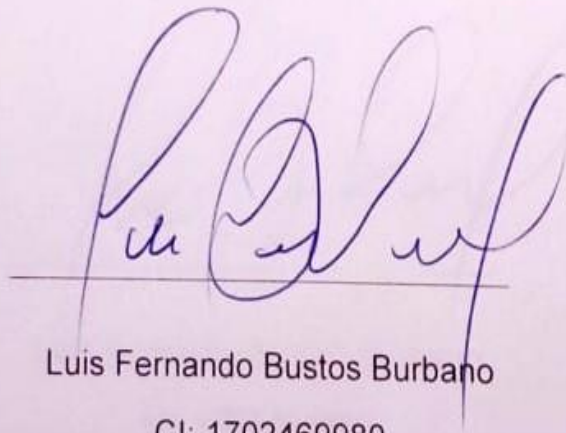
Autor

Martin Heriberto Merino Illes

Año  
2020

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido el trabajo "Plan de negocios de una plataforma web dedicada a contactar personas que buscan trabajos ocasionales con clientes", a través de reuniones periódicas con el estudiante Martin Heriberto Merino Illes, en el semestre 2020-20, 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".

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luis Fernando Bustos Burbano', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Luis Fernando Bustos Burbano

CI: 1702469980

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo "Plan de negocios de una plataforma web dedicada a contactar personas que buscan trabajos ocasionales con clientes, en la ciudad de Quito", del señor Martin Heriberto Merino Illes, en el semestre 2020-20, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".




---

María Dolores Vélez Ponce

CI: 1308999315

## DECLARACIÓN DE AUTORIA 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"

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Martín Heriberto Merino Illes', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Martin Heriberto Merino Illes

CI: 171658784-3

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mi familia, mis profesores y todas las personas que me acompañaron en este proceso hasta culminar mi proyecto. En especial a mi tutor guía quien me apoyo en todo momento.

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar la culminación de mi proyecto a mis padres Heriberto y Caterine, quienes me educaron como una persona responsable, leal y me enseñaron a luchar por cumplir mis metas.

## RESUMEN

Labura ya, es un proyecto enfocado a la creación de una plataforma web que busca unir a personas en búsqueda de trabajos ocasionales con clientes que necesitan dichos servicios en la ciudad de Quito. Basados en la problemática de aumento de desempleo que actualmente está ocurriendo en el país y la falta de empleos ocasionales, encontramos aquí una oportunidad de negocio donde el precio de la suscripción a la plataforma para quienes oferten sus servicios será de cuatro dólares mensuales.

Los prospectos de clientes de la plataforma serán de edades variadas siendo los *millennials*, un mercado potencial, sin embargo, el proyecto está destinado a todas las personas que busquen empleo de forma activa. Los medios publicitarios que se utilizarán serán las redes sociales siendo las mismas el medio actual con más impacto poblacional.

Después de realizar el análisis financiero del proyecto se refleja que es viable con montos de ganancia y rentabilidad razonables en la proyección de los primeros cinco años, y con una recuperación de la inversión inicial de entre dos y tres años, lo cual demuestra que aparte de ser una solución a la problemática actual, es recomendable que se ponga en marcha.



## **ABSTRACT**

Labura ya, is a business plan focused on the creation of a web platform that searches people for occasional jobs and connects with clients who need such services in the city of Quito. Based on the increasing unemployment that is currently occurring in the country and the lack of occasional jobs, we find here a business opportunity where the price of subscription to the platform for those who offer their services will be four dollars a month.

The platform's client prospects will be a varied age range, millennials are a potential market, however, the project is aimed for people who are actively seeking employment. The advertising media that will be used is social networks, which actually has the most population impact.

After doing the financial analysis of the project, it reflects that it is viable and profitable, and the recovery of the initial investment will be between two and three years, which shows that the unemployment problem can be solved that is why the project is recommended.

## INDICE

1. Introducción .....	1
1.1. Justificación del trabajo .....	1
1.1.1. Objetivo General del trabajo .....	1
1.1.2. Objetivos Específicos del trabajo .....	2
2. Análisis entornos .....	2
2.1. Análisis del entorno externo .....	2
2.1.1. Entorno externo .....	2
2.1.2. Análisis de la industria (Porter) .....	8
2.1.3. Matriz EFE .....	11
3. Análisis del cliente .....	13
3.1. Definición del problema .....	13
3.1.1. Problema administrativo .....	13
3.1.2. Hipótesis de investigación .....	13
3.2. Objetivo general .....	13
3.3. Objetivos específicos .....	13
3.4. Investigación cualitativa .....	14
3.4.1. Entrevista a expertos .....	14
3.4.2. Grupo focal .....	16
3.5. Investigación cuantitativa: .....	17
3.5.1. Encuesta .....	17
3.5.2. Resultados de encuesta .....	17
3.6. Conclusiones de investigación cualitativa y cuantitativa: .....	19
3.7. Modelo Van Westendorp .....	20
4. Oportunidad de negocio .....	20
4.1. Conclusión: .....	22
5. Plan de marketing .....	22
5.1. Estrategia general de marketing .....	22
5.1.1. Mercado objetivo .....	22
5.1.2. Propuesta de valor .....	23

5.2. Enfoque de posicionamiento .....	25
5.2.1. Estrategia de crecimiento .....	25
5.2.2. Estrategia de competencia .....	25
5.2.3. Estrategia de internet.....	26
5.3. Mix de marketing .....	26
5.3.1. Producto/Servicio.....	26
5.3.2. Precio .....	29
5.3.3. Plaza.....	30
5.3.4. Promoción .....	32
5.3.5. Costos del proyecto:.....	33
6. Propuesta de filosofía y estructura organizacional .....	35
6.1. Misión, visión y objetivos de la organización .....	35
6.1.1. Misión .....	35
6.1.2. Visión.....	35
6.1.3. Objetivos.....	35
6.2. Plan de Operaciones .....	36
6.2.1. Mapa de procesos .....	36
6.2.2. Cadena de valor .....	39
6.2.3. Flujograma de procesos .....	40
6.3. Estructura Organizacional .....	41
6.3.1. Estructura Legal.....	41
6.3.2. Tipo de Estructura .....	42
6.3.3. Descripción de los puestos.....	42
7. Evaluación Financiera .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
7.1. Proyección de ingresos, costos y gastos .....	43
7.1.1. Proyección de ingresos .....	43
7.1.2. Proyección de costos.....	44
7.1.3. Proyección de gastos .....	45
7.2. Inversión Inicial, Capital de trabajo y Estructura de Capital .	45
7.2.1. Inversión Inicial.....	45
7.2.2. Capital de trabajo.....	46
7.2.3. Estructura de capital.....	46

7.3. Proyección de estado de resultados, situación financiera, estado de flujos de efectivo y flujo de caja.....	47
7.3.1. Estado de resultados.....	47
7.3.2. Estado de situación financiera.....	47
7.3.3. Estado de flujo de efectivo.....	49
7.3.4. Flujo de caja proyectado.....	50
7.4. Proyección del flujo de caja del inversionista, cálculo de tasa de descuento y criterios de evaluación.....	50
7.4.1. Flujo de caja del inversionista.....	50
7.4.2. Cálculo de la tasa de descuento.....	51
7.4.3. Criterios de evaluación.....	52
7.5. Índices financieros.....	52
8. Conclusiones generales.....	53
Referencias.....	56
ANEXOS.....	58

## **1. Introducción**

### **1.1. Justificación del trabajo**

Las estadísticas demuestran que actualmente el país está pasando por el nivel de desempleo más alto en los últimos 3 años (4.9%), comparado con el año 2016 que alcanzó 5.2% por razones económicas, políticas y sociales, lo que afectó fuertemente a la estabilidad de las empresas y ciudadanos el país. (El Universo, 2019).

Actualmente, la necesidad de realizar negocios en el menor tiempo posible da como resultado, la búsqueda de una plataforma tecnológica donde se pueda unir los ofertantes y demandantes de servicios, logrando una optimización de los tiempos y éxito de resultados en la búsqueda de empleo.

Es por estas razones que se presenta este plan de negocio que intenta integrar en una plataforma web un sistema de interacción entre proveedores de servicios y clientes que buscan trabajos ágiles y confiables respaldados en los perfiles de los ofertantes y su reputación laboral en la página web.

Este modelo de negocio actualmente no existe en el país. Por las tendencias de consumo, tecnología y falta de tiempo de los prospectos de clientes se puede decir que existe un segmento amplio de mercado que puede ser explotado al brindar estos servicios.

#### **1.1.1. Objetivo General del trabajo**

Determinar la viabilidad del negocio de crear una plataforma web donde los proveedores de servicio puedan exponer su trabajo y los clientes puedan contratar sus servicios, siendo la plataforma un medio de intermediación entre ambas partes.

### **1.1.2. Objetivos Específicos del trabajo**

- Determinar los factores externos que afectan a la página web dedicada a contactar personas ofertantes de servicios con clientes.
- Evaluar los factores internos y externos del modelo de negocio
- Determinar el mercado meta y/o segmentos de mercado hacia a donde debe ir dirigido el negocio.
- Desarrollar un plan de marketing que direcciona el negocio a un posicionamiento marcado en el mercado meta.
- Evaluar financieramente el negocio, buscando su rentabilidad y viabilidad.

## **2. Análisis entornos**

De acuerdo con el código CIIU el proyecto tiene como actividad económica: “J6399.00 Otras actividades de servicios de información n.c.p.: servicios de información telefónica, búsqueda de información a cambio de una retribución o por contrato, selección de noticias, de recortes de prensa, etcétera”. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012).

### **2.1. Análisis del entorno externo**

#### **2.1.1. Entorno externo**

##### **Entorno Político**

Actualmente el presidente, Lenin Moreno, es quien está liderando el país, pero su mandato se termina en el año 2021 lo cual crea una incertidumbre por las diferentes crisis económicas que ha sufrido el país durante estos años de

mandato, casos de corrupción del gobierno actual y anterior, o la crisis económica más actual provocada por el virus COVID-19, lo que ha causado un aumento considerable en el desempleo de las personas del Ecuador, por la falta de funcionamiento de las empresas y un colapso del sistema de salud, catalogando al Ecuador como uno de los tres países en peor situación por el virus.

El gobierno de Lenin Moreno ha impulsado con diferentes medidas la disminución de la brecha digital en la mayoría de los sectores de la población y con esto democratizar el uso de herramientas tecnológicas, debido a estas implementaciones en la actualidad el índice de penetración demográfico ha aumentado notablemente. “Hasta finales del 2019 los datos oficiales del Ministerio de Telecomunicaciones señalaban que 8 de cada 10 ecuatorianos accedían a Internet”. (Diario El Telegrafo, 2019)

En la situación actual que nos encontramos, respecto a la pandemia de Covid-19 la implementación de nuevas modalidades digitales y las proyecciones al respecto, superaron uno de los desafíos dentro de la industria en Ecuador, la adopción de estas nuevas alternativas digitales de compra y adquisición de servicios. Según La Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico las compras por canales digitales o sitios web, han incrementado al menos en 15 veces desde el inicio del distanciamiento social. Estas cifras indican que pandemia ha impulsado a ese 34% los usuarios que usaban plataformas digitales como medios de compra secundario, a usar estas plataformas constantemente. (PWC, 2020)

Los factores políticos son una **oportunidad** para el modelo de negocio, ya que el país ha ido mejorando su conectividad alrededor de los años y creando un país más tecnológico donde la población pueda utilizar medios electrónicos e internet.

## Entorno Económico

- **Riesgo país**

El riesgo país actual del Ecuador es de 2.792 puntos, lo que representa el valor más alto de riesgo de la última década y el segundo valor más alto de la región después de Venezuela, esto se debe a la crisis política ocurrida la primera semana del mes de noviembre 2019, que ocurrió por la medida económica impuesta por el actual presidente Lenin Moreno, que consistía en eliminar el subsidio a los combustibles diésel y extra, esto, provoco fuertes manifestaciones en el país, generando que se vuelva menos estable para que los países extranjeros hagan préstamos al Ecuador y causo que al momento de adquirir deuda externa los países prestamistas aumenten su tasa de interés.

Por otro lado, la situación actual de la caída brusca del precio del petróleo que lo llevo a ubicarse en números negativos y finalmente la crisis mundial provocada por el virus de COVID-19. (Tapia, 2020) .

El riesgo país es una **amenaza** para el modelo de negocio, ya que, al existir inestabilidad política y económica en el país, la población retrae sus gastos y ahorra sus recursos, por ende, no busca contratar servicios.

- **PIB:**

El Producto Interno Bruto (PIB) previsto para el año 2020 tendrá un decrecimiento que va desde -7.3% a -9.6% comparado al año 2019, los porcentajes negativos, ocurren por diferentes situaciones que afectaron a la economía del Ecuador desde los primeros meses del año, como fueron el estado de excepción por el decreto N. 1017, caída del precio de crudo a nivel mundial, rupturas del sistema de oleoducto transecuatoriano y la pandemia actual del COVID-19. (Banco Central del Ecuador, 2020).



El decrecimiento del PIB es una **amenaza**, ya que al tener un PIB negativo el poder adquisitivo de los habitantes se ve afectado y se reduce el porcentaje de personas que requieran servicios.

- **Inflación:**

La economía tuvo una desaceleración de la demanda donde se mantiene la inflación debajo de los niveles recomendados. Según el INEC, la inflación mensual a junio del 2020 es de -0.62% y la inflación anual será de 0.17%. (INEC, 2020).

El costo de la canasta básica en los últimos diez años ha incrementado en 200 dólares, por otro lado, se puede observar que desde el año 2019 el ingreso familiar logro cubrir el costo de la canasta básica. (Camara de Comercio de Guayaquil, 2019).

El decrecimiento de la inflación denota que existe una reducción en los costos de la canasta básica comparados con el año anterior al que se analiza, por otro lado, demuestra que la economía se encuentra resentida y por ende los miembros que actúan dentro buscan no utilizar sus recursos económicos. Por esta razón es una **amenaza**.

- **Desempleo**

Se estima que el desempleo en Ecuador va a incrementar aproximadamente un 8% según la tasación obtenida en tiempos de Covid-19, en una temporalidad determinada entre el 2020 y 2022, además la población en extrema pobreza va a incrementar en un 66% en el año 2020, basado en proyecciones obtenidas en el informe del Banco Mundial. (Reliefweb, 2020).

Durante la crisis sanitaria en el Ecuador, debido a el confinamiento por la pandemia del Covid-19, la mayor afectación la han recibido los jóvenes, se calcula que de las 270,638 desafiliaciones que se han registrado en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), entre las fechas de marzo y junio del 2020, el 40% de ese porcentaje concierne a afiliados que el rango de edad consta entre los 21 y 30 años. (Pichincha Universal, 2020).

Debido a los factores de desempleo y su elevado aumento, se analiza que la situación actual es una **oportunidad** de negocio, ya que, al existir mayor cantidad de desempleados, más personas buscaran suscribirse a la plataforma web.

## **Entorno Social**

- **Nivel socioeconómico:**

En el Ecuador la población se divide en cinco niveles de estratos: A, B, C+, C- y D. El estrato más alto de población socioeconómica son las personas del estrato C- que se caracterizan por trabajar como trabajadores de los servicios y comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos. (Carrillo, 2010).

La mayor cantidad de la población pertenece al estrato C-, lo cual se toma como una **oportunidad** ya que al ser un estrato de la población de recursos limitados e inestabilidad económica es probable que estén interesados en suscribirse a la plataforma para aumentar las posibilidades de obtener empleo.

- **Actividades laborales:**

En la actualidad, la modalidad de trabajo dio un giro de 360 grados, se dejó de lado el trabajo presencial y fue suplantado por el trabajo en casa o coworking por

la aparición de la pandemia del COVID-19. Por otro lado, las empresas despidieron a los empleados innecesarios dejando solo a su personal imprescindible el cual debe obligatoriamente utilizar las medidas de bioseguridad y las empresas deben manejar un porcentaje menor de asistentes a la empresa por precaución de contagio.

Después de analizar el factor social podemos observar que la al existir una situación crítica en el país el factor de desempleo seguirá en aumento y por esta razón es una **oportunidad**, ya que un alto porcentaje de empleos en la plataforma son de forma virtual.

### **Entorno Tecnológico**

- **Comercio electrónico**

Comercio electrónico o *e-commerce*, es cualquier tipo de operación comercial en la que la transacción se realiza mediante algún sistema de comunicación electrónico, por lo que no requiere el “contacto físico” entre comprador y vendedor. (EALDE Business School, 2017).

El comercio en línea en el Ecuador va en aumento, en el año 2019 se realizó transacciones de un total de 1500 millones de dólares. Después de la cuarentena ocurrida por la pandemia que azota la economía mundial, existió un crecimiento de más de 300%, obligando a los negocios a modernizar sus operaciones y trasladarse a plataformas digitales. (El Comercio, 2020)

El comercio electrónico en el Ecuador está en auge y la idea de crear una plataforma web o market place es una **oportunidad** para trasladar los trabajos sin contrato fijo o convertir el tiempo libre de las personas en algo rentable.

- **Tendencias tecnológicas:**

Según la Agencia de Regulación y Control de las Comunicaciones (ARCOTEL), El 46,4% de usuarios de la telefonía celular poseen un *smartphone*, en Ecuador existen 8,1 millones de cuentas de internet móvil. La tenencia de internet móvil tuvo un crecimiento desde el año 2010 de 46 puntos: de 2.4% a 48,7% y 11 de cada 100 niños, de entre 5 y 15 años, posee un teléfono móvil activo, y de ellos 6 usan un *smartphone*. (Agencia de Regulacion y Control de las Comunicaciones, 2017).

Según cifras de ARCOTEL, ha existido un crecimiento en las cuentas de internet en el Ecuador, mostrando que, en diciembre de 2010, 6 de cada 100 personas en el país tenían una cuenta de internet, comparando al mismo mes del año 2019 las cifras muestran que 67 de cada 100 personas poseen una cuenta de internet. (ARCOTEL, 2020).

Por otro lado, se ha visto un crecimiento similar en el porcentaje de cuentas de cuentas de internet móvil por habitante, que muestran que 2 de cada 100 habitantes tuvieron internet móvil a diciembre de 2010, comparando las cifras a la misma fecha de 2019, 53 de cada 100 personas tienen contratada una cuenta de internet en su móvil. (ARCOTEL, 2020).

Analizando las cifras de ARCOTEL, durante un periodo de 10 años se puede observar que existe una tendencia de crecimiento en el consumo de internet fijo y móvil, lo cual es una **oportunidad** para el negocio ya que al existir más población interconectada a internet la plataforma web podrá tener mayor cantidad de usuarios.

## **2.1.2. Análisis de la industria (Porter)**

### **2.1.2.1. Poder de negociación de los clientes (bajo)**

Según el INEC al finalizar el año 2019 se pronostica que existirán 2'735.987 personas en Quito lo que le convierte la ciudad con más habitantes del país, esto

favorece a la idea de negocio ya que el mercado al que queremos dirigirnos es el mercado quiteño. (El Telegrafo, 2019).

El mercado al que nos queremos dirigir es un mercado amplio, ya que en la actualidad la capital del Ecuador es la ciudad con mayor población, por otro lado, el modelo de negocio toma en cuenta a un amplio rango de edades de los posibles ofertantes de la página.

El poder de negociación es bajo ya que al no existir un modelo de negocio que no ofrezca las mismas características, el consumidor no tiene poder de reducir el precio.

#### **2.1.2.2. Poder de negociación de los proveedores (Medio)**

##### **2.1.2.2.1. Cantidad de proveedores**

El modelo de negocio requiere de servicio de internet, manejo de información de la nube y plataforma web. En el mercado existe una variedad de empresas que ofrecen servicios relacionados a lo que requiere LABURA-YA para funcionar eficientemente.

Al tratarse de un modelo de negocio que maneja una cantidad alta de información de los suscriptores a la página, se debe cuidar la integridad de todos los usuarios, por esta razón las empresas proveedoras de servicio tienen poder medio, ya que al entregar la confianza de un contrato y entregar toda la información se podría mal utilizar los datos de los clientes.

Los proveedores principales que podría competir con nosotros son Facebook, OLX y Mercado libre con modelos de negocio basados en ofrecer productos y servicios por internet.

### **2.1.2.3. Amenaza de nuevos competidores (Media - Alta)**

#### **2.1.2.3.1. Barreras de entrada**

El ingreso de nuevas plataformas virtuales al año 2020 es muy simple, ya que la tecnología ha recorrido un largo viaje hasta volver al mundo globalizado y simple en procesos, la creación de plataformas digitales tiene una inversión baja, los costos de publicidad son altos, pero tienen un fuerte impacto en los usuarios de internet.

Para lograr estar presentes en la mente de los consumidores se necesita tiempo y principalmente ofrecer los servicios de tendencia del momento, la competencia tiene su marca presente en el mercado y eso le vuelve una barrera de entrada media alta.

Por otro lado, al ser los únicos que brindamos al mercado una página web “red social”, donde las personas puedan subir sus hojas de vida mostrando cuáles son sus capacidades y aptitudes para ser contratados de forma ocasional nos da un valor agregado sobre la competencia.

#### **2.1.2.4. Amenaza de productos sustitutos (Alto)**

La situación actual del país obliga a las empresas a despedir a sus trabajadores y por esta razón la solución al desempleo es buscar opciones que no necesiten un contrato de por medio, por esta razón el segmento al que se busca llegar es muy amplio siendo todos los trabajadores que buscan empleos ocasionales yendo desde el trabajador que ofrece servicios de plomería, carpintería, cerrajería, etc., hasta el profesional que actualmente se encuentra desempleado pero puede explotar sus conocimientos dando cursos, charlas, capacitaciones o clases a estudiantes de forma virtual.

Existen plataformas que compiten directamente el ámbito que se desea incursionar, ofreciendo servicios similares, sin embargo, el valor agregado de ser la única plataforma que se especializa en explotar el perfil de los clientes dando seguridad a quien ofrece sus servicios como a quien los contrata.

Los productos sustitutos principales que compiten directamente con la empresa son Facebook, Mercado Libre, OLX, LinkedIn, donde la gente oferta servicios sin ningún costo.

#### **2.1.2.5. Rivalidad entre competidores del sector (Medio)**

Actualmente en el sector de las redes sociales muchos competidores desean entrar al mercado y competir, pero existe un competidor muy grande que no permite que ninguna otra marca se posicione, es el caso de Facebook, una marca global que por el momento no tiene competencia.

En el caso de la idea de negocio propuesto, Facebook no es un competidor directo, toda vez que es únicamente una red social, y la empresa será una red social especializada en la búsqueda y oferta de servicios de personas que por motivos políticos, sociales o económicos no pueden conseguir un trabajo fijo y buscan un trabajo ocasional.

#### **2.1.3. Matriz EFE**

Tabla 1.

*Matriz EFE*

<b>Oportunidades</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Resultado Ponderado</b>
A finales del 2019 Quito será la población con más	0.10	4	0.4

habitantes del Ecuador (2'735.987 personas)			
Crecimiento en el porcentaje de usuarios que contratan internet fijo y móvil.	0.20	4	0.8
Crecimiento de 300% en el comercio electrónico por la pandemia de COVID-19.	0.15	2	0.3
Crecimiento del internet móvil de 46 puntos desde el año 2010.	0.10	3	0.3
43.9% de la población del Ecuador pertenece al estrato C-.	0.05	3	0.15
<b>Amenazas</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Resultado Ponderado</b>
Riesgo país de 2792 puntos, reduce la inversión.	0.10	1	0.10
Aumento del costo de la canasta básica en los últimos 10 años de 200 dólares.	0.10	1	0.10
Del año 2014 - 2019 el ingreso familiar teórico logra cubrir el costo de la canasta básica	0.05	2	0.10
Marcas fuertemente posicionadas en el mercado (OLX, Facebook Marketplace y Mercado Libre)	0.10	3	0.30
PIB tendrá un decrecimiento que va desde -7.3% a -9.6% comparado en el año 2020.	0.05	1	0.05
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2.6</b>



De acuerdo con el análisis de la matriz EFE dio como resultado 2.6, lo que significa que, al tener un valor mayor a la media, la industria está respondiendo bien a las oportunidades y amenazas que se pueden presentar.

### **3. Análisis del cliente**

#### **3.1. Definición del problema**

##### **3.1.1. Problema administrativo**

¿Es viable ofrecer un servicio de una plataforma web dedicada a contactar personas que buscan trabajos ocasionales con clientes en la ciudad de Quito?

##### **3.1.2. Hipótesis de investigación**

¿Cuál será la aceptación de la idea de negocio, la demanda y si existe mercado para ofrecer el servicio en la ciudad de Quito?

#### **3.2. Objetivo general**

Determinar la oportunidad de negocio, aceptación del servicio y factibilidad de crear una plataforma web con el propósito de contactar personas que buscan trabajos ocasionales con clientes en la ciudad de Quito.

#### **3.3. Objetivos específicos**

- Identificar las expectativas de los consumidores sobre las características de la plataforma y los beneficios de utilizar la misma.
- Identificar a los consumidores que viven en Quito si están dispuestos a utilizar el servicio de la plataforma web dedicada a contactar personas en búsqueda de trabajos ocasionales con clientes

- Determinar cuál es el precio que están dispuestos a pagar por el servicio de la plataforma web dedicada a contactar personas en búsqueda de trabajos ocasionales con clientes
- Determinar el sector de Quito donde haya más demanda del servicio
- Determinar los medios físicos o digitales más efectivos para promocionar nuestro servicio

### **3.4. Investigación cualitativa**

La investigación cualitativa tiene como objetivo recabar información importante no numérica sobre datos característicos. En la investigación se utilizará el método exploratorio usando como herramientas, un focus group y dos entrevistas a expertos.

#### **3.4.1. Entrevista a expertos**

- **Entrevista 1**

La entrevista se realizó al Lic. Sebastián Auz quien es Gerente de Ventas y Marketing de la empresa Ecoline Wash en el Ecuador, tiene una experiencia de 6 años en el mercado nacional con emprendimientos en el sector alimenticio, mecánico y principalmente en el sector de lavados de autos a domicilio donde su principal herramienta de éxito en su modelo de negocio es el uso de su aplicación móvil de lavado.

- **Entrevista 2**

La segunda entrevista se realizó al Lic. Esteban de la Fuente quien es Key Account Manager de la empresa Yaesta.com del grupo Laarcom, una de las

empresas principales en la actualidad a nivel nacional de compras en línea. El entrevistado tiene una experiencia de más de 10 años en el sector comercial y marketing, creando campañas publicitarias de equipos de fútbol como el Deportivo Quito. En la actualidad se encuentra manejando el sistema de compras en línea y logística de yaesta.com.

### Los resultados importantes de las entrevistas a expertos fueron:

#### **Entrevista 1:**

- Una campaña de marketing asertiva al segmento de mercado que se busca atacar nos dará la rentabilidad que se busca en el negocio.
- Ampliar la cantidad de trabajos ocasionales que se ofrecerán en la red puede ser una solución a la problemática de desempleo en el país.
- Crear un sistema netamente en la red sin oficina física reduce los costos al momento de iniciar un negocio

#### **Entrevista 2:**

- La creación de una plataforma web amigable y fácil de usar es clave para la comodidad del usuario, ya que, al querer llegar a un mercado con un rango de edad alto, todos los usuarios deben ser capaces de manejar sin problema la plataforma.
- Enfocar la rentabilidad del negocio netamente en publicidad de la marca es una manera acertada pero los expertos recomendaron crear suscripciones en la página, promociones y ofertas para lograr atraer más clientes y de esta manera aumentar la rentabilidad de la empresa.

- El éxito de un negocio en internet es saber manejar correctamente el SEO o posicionamiento de búsquedas en Google.
- En la creación de nuevos proyectos con alta competencia se busca ingresar con un precio de penetración similar a los mayores competidores.

### **3.4.2. Grupo focal**

El grupo focal se realizó a 8 personas de los cuales cuatro fueron mujeres y cuatro fueron hombres, se llevó a cabo con dos estudiantes de la Universidad de las Américas, dos estudiantes de la Universidad San Francisco, dos personas que realizan trabajos de albañilería de forma ocasional, una mujer que realiza trabajos de costurera y una mujer que realiza trabajos de limpieza en hogares, las características principales de los miembros del grupo focal son que están en constante búsqueda de trabajo, las edades van de 20-60 años y que utilizan o han utilizado redes sociales.

La temática del grupo focal se basó en una discusión sobre la problemática de desempleo en la actualidad en el país, la falta de oportunidades laborales por diferentes cambios políticos, también se mencionó el uso de la plataforma como clientes y como usuarios.

#### Hallazgos encontrados en el grupo focal:

- En el grupo focal siete de ocho miembros de la mesa estaban desempleados y se encontraban buscando constantemente empleo sin tener resultados.
- Todos compartieron la opinión de que utilizar una plataforma web les daría más probabilidades de encontrar empleo sin necesidad de salir de casa y buscar trabajo de la forma convencional como lo es tocando puertas.

- Se determinó que la falta de experiencia de los estudiantes, la edad de algunos miembros del grupo focal y la falta de estudios son factores cruciales al momento de encontrar labor ya que la competencia laboral actual y la falta de presupuesto de los contratistas hacen más difícil encontrar trabajo para los ecuatorianos.
- Un punto importante que se discutió fue el tema de migración de extranjeros al país que dificulta a diario la opción de encontrar empleo ya que existe una alta oferta laboral lo que provoca que personas no calificadas para trabajos logren encontrar empleo por sus bajos costos de contratación.
- En el grupo focal están dispuestos a ofrecer sus servicios de forma ocasional para combatir el desempleo actual en el país.
- En el Ecuador se está creando una cultura tecnológica, los miembros del grupo focal opinaron que les daría más seguridad al ser clientes de la página que existan reseñas de los trabajadores sobre anteriores labores y de esta forma su trabajo sería más confiable.

### **3.5. Investigación cuantitativa:**

Al tratarse de un trabajo con fines académicos, se realizó un total de 58 encuestas a un grupo de personas que se encuentran en desempleo y están buscando actualmente trabajo, utilizando un formulario web.

#### **3.5.1. Encuesta**

#### **3.5.2. Resultados de encuesta**

- Analizando los datos se evidencia que el 43.10% de los encuestados tienen ingresos de \$0 - \$100, lo que denota que se encuentran en subempleo.
- Analizando el cruce de variables entre el sexo y el nivel de estudios podemos denotar que el 43.1% de los encuestados tienen nivel de estudios secundarios y el otro 43.1 tienen nivel de estudios universitarios.
- El 65.52% de los encuestados no tiene empleo, lo que puede ser tomado como una oportunidad de negocio.
- El 62.07% de los encuestados se encuentra en constante búsqueda de empleo.
- El 93.1% de los encuestados estaría dispuesto a contratar el servicio de una persona mediante la plataforma.
- El 91.38% de los encuestados estaría interesado/a en colocar su perfil profesional en una red social laboral.
- El 94.8% de los encuestados estaría dispuesto a ofrecer servicios profesionales en la plataforma web, dando un grado alto de aceptación.
- La red social más utilizada por los hombres y mujeres encuestadas es Instagram con un porcentaje de 65.5%, lo que permite inferir que será el medio donde más publicidad debe existir por el nivel de uso, la red social que le sigue es Facebook con un 31%.
- El medio donde los hombres y mujeres encuestados desean recibir información más utilizado son las redes sociales con un 41.38%, el que le sigue es el correo electrónico con un 41.4%, lo que nos ayuda a focalizar la información.

- El precio establecido después de realizar las encuestas ser de entre \$3.50 – \$4.50.

### **3.6. Conclusiones de investigación cualitativa y cuantitativa:**

- Existe una relación alta entre el nivel de estudio con los ingresos mensuales de las personas encuestadas.
- Se puede observar que indiferentemente de la edad de los encuestados sus ingresos son menores a 300 dólares mensuales, lo que denota que se encuentran en subempleo o desempleo.
- Los resultados del análisis cuantitativo nos arrojan que existe una aceptación mayor al 90% por parte de los encuestados de utilizar el servicio de plataforma web para buscar empleos ocasionales o para contratar personas que ofrezcan servicios ocasionales.
- Las personas encuestadas en su mayoría están en constante búsqueda de empleo y no se encuentran trabajando, la media de tiempo de búsqueda es entre 1 y 3 meses sin conseguir resultados positivos.
- Entre los medios digitales para publicitar la plataforma web el 63.6% de las personas utiliza Instagram lo que lo vuelve el medio por el cual existiría una mayor probabilidad de aceptación al momento de enviar publicidad.
- Los resultados de las personas encuestadas nos arrojan que el 52.7% de las personas prefieren que se les envíe información acerca de la plataforma por redes sociales el 41.8% prefieren que se utilice el correo electrónico para recibir información acerca de la plataforma web.

### 3.7. Modelo Van Westendorp

Después de realizar el modelo Van Westendorp basado en los resultados de precios de las encuestas podemos encontrar que nuestro precio óptimo va de \$3.50 - \$4.50 dólares por el precio de cada suscripción mensual a la plataforma web.

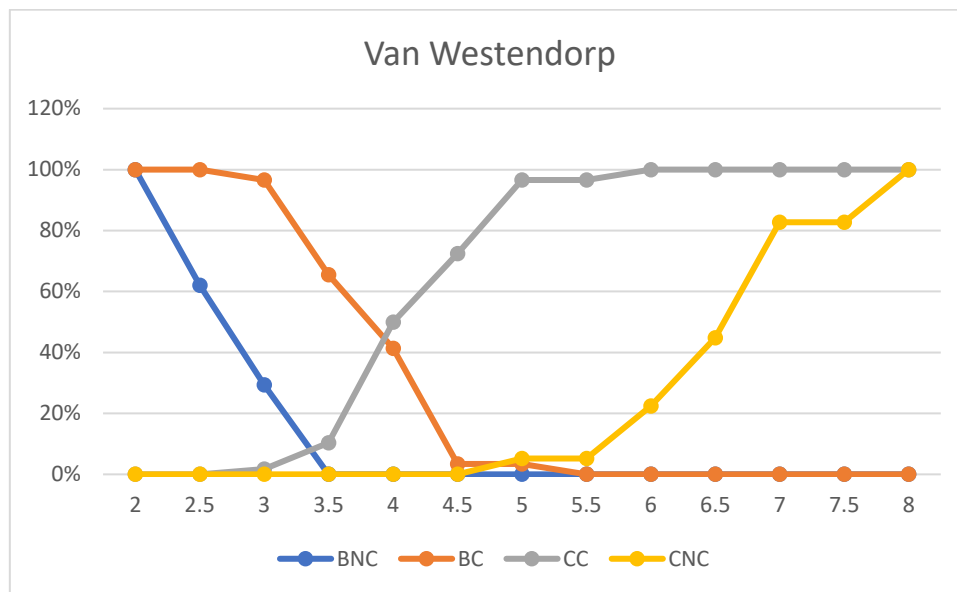


Figura 1. Modelo Van Westendorp

## 4. Oportunidad de negocio

Basado en el análisis interno y externo del mercado podemos decir:

- El Ecuador por su situación económica y política está pasando por un alto índice de desempleo lo cual ha causado una problemática social que preocupa a los ciudadanos y causa incertidumbre en las familias ecuatorianas.
- La problemática basada en la pandemia estacional de COVID-19 ha causado un cambio importante en la forma de trabajar de las personas, creando el denominado “home office” o trabajo desde casa, por lado ha



provocado un aumento exponencial en el desempleo en Ecuador, por lo cual en la actualidad es una oportunidad ofrecer una plataforma donde existan opciones de empleos ocasionales.

- Después de analizar los datos de la investigación cuantitativa y cualitativa se observa que la problemática social por el desempleo se ve reflejada en porcentaje alto en las personas jóvenes de la sociedad que están iniciando su vida laboral y que siendo estudiantes o recién graduados no pueden conseguir empleo.
- La problemática social basada en migración de los países latinoamericanos al Ecuador ha causado un mayor índice de desempleo ya que la mano de obra de los migrantes es más barata que la mano de obra nacional, lo cual ha llevado a las familias a emprender sus negocios o buscar trabajos ocasionales.
- Crear una plataforma digital se ve traducido en una reducción de costos al momento de iniciar un negocio ya que no se incurre con gastos fijos como sueldos de trabajadores ni un local comercial.
- La tendencia de las empresas de llevar su compañía al mundo digital es la solución actual para tener un crecimiento más avanzado y globalizar los negocios, la creación de plataformas digitales simplifica la vida de las personas reduciendo tiempos de entrega y mayor efectividad al momento de realizar procesos.
- El mercado al que se busca llegar son personas con niveles de estudios primarios, secundarios o universitarios que por motivos externos se encuentran en la actualidad sin empleo y están en constante búsqueda por encontrarlo. Otro nicho de mercado que se busca atacar con el plan de negocios son las personas que buscan encontrar un servicio seguro y

rápido con la confiabilidad de las capacidades basadas en reseñas de los ofertantes.

- El uso de plataformas digitales y redes sociales por parte de los clientes hacen que la idea de negocio llegue a ser atractiva para los prospectos ya que simplifica la forma de buscar empleo y de encontrar servicios con mayor agilidad.

#### **4.1. Conclusión:**

Por las razones mostradas anteriormente se puede decir que la idea de negocio va a tener un impacto positivo en la problemática social de desempleo y la crítica situación actual por el COVID-19, por otro lado, su rentabilidad va a ser alta ya que existe un alto interés por parte de los prospectos de clientes a utilizar la plataforma.

### **5. Plan de marketing**

#### **5.1. Estrategia general de marketing**

La estrategia más acertada para el modelo de negocio que se está proponiendo es la **estrategia de diferenciación**, ya que al tratarse de un sistema ya existente en algunos medios y páginas ya conocidas se busca brindar a los futuros clientes la seguridad y confiabilidad de utilizar la plataforma web, y de que todos los perfiles publicados sean certificados de que el servicio será el ofrecido.

##### **5.1.1. Mercado objetivo**

Para realizar la segmentación del mercado se tomó a la población del Ecuador, se filtra segmentando en la provincia principal donde se implementará el proyecto, luego se enfocó en la capital del país, se divide a la ciudad en el segmento buscado en un rango de 18-60 años, posteriormente se analiza la

cantidad de personas que realizan transacciones por internet, se divide para el porcentaje de personas en desempleo, y finalmente este porcentaje es la cantidad de posibles clientes.

El mercado objetivo al que se busca atacar está dividido de la siguiente manera:

Tabla 2.

*Segmentación*

<b>Variable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Geográfico</b>			
País	Ecuador	100%	17.377.043
Provincia	Pichincha	17.93%	3.116.111
Ciudad	Quito	16.01%	2.781.641
<b>Demográfico</b>			
Segmento entre 20-60 años		65.55%	1.823.481
<b>Conductual</b>			
Personas que hacen transacciones por internet		35%	638.218
Porcentaje de personas en desempleo en la ciudad de Quito		4.6%	29.358

### 5.1.2. Propuesta de valor

La búsqueda necesaria de trabajo a nivel nacional por problemas políticos, sociales y económicos por los que el país está pasando nos han llevado a buscar en este problema una posible solución para mejorar la economía y volverla más dinámica por esta razón la creación de una plataforma web para contactar

oferentes en búsqueda de trabajos ocasionales con clientes es una solución a la problemática laboral por la que el país está pasando. Por otro lado, se ofrecerá a los clientes una plataforma web fácil de navegar para su amplio segmento de clientes, también se ofrecerá soporte web a los suscriptores, una alta oferta de plazas de empleo y cuatro zonas wifi, ubicadas estratégicamente en la ciudad de Quito para el uso de los suscriptores.

La propuesta de valor se fundamenta en el gráfico del modelo CANVAS.

Tabla 3.

*Modelo CANVAS*

<b>Aliados Clave</b>	<b>Actividades Clave</b>	<b>Propuesta de Valor</b>	<b>Relación con el Cliente</b>	<b>Segmentos de Clientes</b>
Municipios Alcaldías Gobierno Empresas públicas y privadas Universidades	Desarrollo de la página web Búsqueda de aliados Creación de espacios ubicados estratégicamente para el uso de los usuarios	Ser la conexión entre el ofertante de empleos ocasionales con clientes que buscan servicios inmediatos mediante el uso de una plataforma web que brinda una experiencia rápida y eficiente.	Capacitaciones gratuitas sobre el manejo de la plataforma Espacio de interrelación entre usuarios y clientes	Personas que buscan contratar un servicio y personas que buscan ofertar un servicio.
	<b>Recursos Clave</b> Desarrolladores Plataforma web		<b>Canales</b> Plataforma web Redes sociales Publicidad en otras páginas	
<b>Estructura de Costes</b> Desarrolladores, dominio de página web, internet, nube y espacios wifi.		<b>Estructura de Ingresos</b> Suscripciones Publicidad de empresas en las páginas		

## 5.2. Enfoque de posicionamiento

### 5.2.1. Estrategia de crecimiento

Para definir de mejor manera la estrategia de crecimiento de la empresa se utilizará la matriz de Ansoff, la cual relaciona mercado con productos con variables sobre si los mercados son nuevos o existentes.

Tabla 4.

Matriz de Ansoff

		Productos	
		EXISTENTES	NUEVO
Mercados	EXISTENTES	Estrategia de penetración de mercado	Estrategia de desarrollo de producto
	NUEVO	Estrategia de desarrollo de mercado	Diversificación

La estrategia escogida en base a la matriz de Ansoff es ***penetración de mercado*** ya que al tratarse de un producto existente el mercado lo que se busca es crear un valor agregado y un diferenciador que cree una marca sólida donde los clientes de otras plataformas busquen unirse, ser suscriptores y preferirnos ante la competencia.

Parte de la estrategia escogida será colocar zonas wifi en lugares estratégicos de la ciudad para usuarios de la página.

### 5.2.2. Estrategia de competencia

Como se trata de un proyecto que busca entrar al mercado con una solución a una problemática social, la idea es innovadora, sin embargo, existen modelos de negocio que se manejan en el mismo rubro con ideas similares sin propuestas de valor sólidas, la mejor estrategia a aplicar es la de **ser seguidor** hasta conocer el mercado y después volverse líder lo que provocaría que la idea de negocio se solidifique y tenga un peso importante en el mercado.

### **5.2.3. Estrategia de internet**

La estrategia que se utilizara es manejar todos los medios digitales existentes para promocionar la marca, principalmente se utilizara campañas publicitarias en las redes sociales “Instagram y Facebook”, de esta manera se lograra llegar a una amplia cantidad de futuros prospectos y a segmentos nuevos como los millennials, los cuales manejan toda su vida por internet y han dejado de utilizar medios físicos.

## **5.3. Mix de marketing**

### **5.3.1. Producto/Servicio**

#### **Atributos**

El servicio que se propone en el plan de negocios consiste en una plataforma web que conecta a usuarios que buscan ofrecer sus servicios laborales ocasionales con clientes que buscan un servicio rápido, confiable e inmediato. A pesar de que existen plataformas conocidas por su tiempo en mercados nacionales e internacionales que ofrezcan servicios similares no poseen un servicio personalizado como el que la plataforma del plan de negocios ofrece, toda vez existirá un alto control sobre el buen trato al cliente final que es quien adquiere el servicio del oferente.

La idea de negocio se divide en diferentes fases, la primera consiste en que las personas que buscan ofrecer sus servicios abran la cuenta en la plataforma, la segunda que suban todos sus datos donde consten sus datos personales, laborales, certificados, cursos y experiencia y, la tercera fase donde los ofertantes deciden si utilizaran la plataforma de forma gratuita o con una suscripción mensual, en el caso de que decidan utilizarla con una suscripción mensual tendrán beneficios sustanciales en la página como descuentos en libros, cursos presenciales y en línea, utilización de espacios wifi por parte de la empresa en espacios ubicados estratégicamente en la ciudad de Quito, entre otros dependiendo del rubro al que cada uno se dedique, y la fase final es el contacto con los clientes por parte de los ofertantes.

Por otro lado, existe la visión hacia los clientes finales quienes son las personas que buscan un servicio inmediato y confiable donde la empresa por medio de la plataforma y los datos de la base de personas ofertantes de servicios brinda seguridad de cada trabajo y confiabilidad. Este segmento de clientes también debe crear una cuenta dentro de la plataforma y si desea recibir descuentos en locales referentes a los servicios que busque contratar como (plomaría, carpintería, albañilería, construcción, educación, tecnología) debe suscribirse de igual manera a la página, lo cual también brinda seguridad de pago y confianza a quienes van a brindar el servicio.

#### **5.3.1.1. Marca**

El nombre de la plataforma será "LABURA-YA", se escogió este nombre para que exista facilidad al momento de recordar a la marca y para que al momento de escuchar sobre la plataforma se relaciona automáticamente con búsqueda de trabajo de los ofertantes de servicios y de las personas que buscan quienes realicen trabajos. El nombre a la vez causa inquietud ya que al hablar de un "YA" se relaciona directamente con los trabajos son rápidos y que la facilidad de conseguirlos es inmediata.

### 5.3.1.2. Logotipo



*Figura 2. Logotipo*

En el anterior gráfico se puede apreciar el logotipo de la marca “LABURA-YA”, el cual consta de dos partes; la primera parte, es un conjunto de manos que se están estrechando lo que significa que las personas que se encuentran desempleadas y están en constante búsqueda de trabajo pueden encontrar en la plataforma un medio de apoyo donde encontrarán empleo; por otro lado la confianza y seguridad de sentirse apoyados por la plataforma, para los consumidores de los servicios de los oferentes la simbología de dos manos estrechándose significa que en los labores que solicitan encontrarán personas honestas y que brindarán el mejor servicio con la comodidad de no moverse de su hogar.

Por otro lado, los colores del logo muestran que existe pasión por parte de la plataforma de apoyar a todas las personas que buscan empleo, buena energía, innovación, crecimiento, amabilidad, positivismo y accesibilidad, lo que causa en los consumidores fuertes emociones para utilizar la plataforma.

Para concluir, en la parte superior del logo se encuentra el nombre de la plataforma con letras grandes para mostrar a los consumidores solidez y confianza de la idea de negocio.



### 5.3.1.3. Slogan

El slogan escogido es “Trabajo en la palma de tu mano”, el cual transmite a los consumidores que al tener tecnología en la mano las posibilidades de conectarse con el mundo laboral son amplias ya que existe una cantidad más grande de clientes a los que se puede llegar a ofrecer nuestros servicios.

### 5.3.2. Precio

#### 5.3.2.1. Estrategia de fijación de precios

La estrategia de precios que se implementará es la **estrategia de precios orientada a la competencia**, la cual busca utilizar un precio similar a los competidores principales del mercado logrando de esta manera que el cliente no considere a la plataforma como un servicio de baja calidad, si no lo compare con los competidores más grandes y observe que la plataforma brinda un valor agregado por el mismo precio.

Después de realizar las encuestas el precio óptimo para los suscriptores de la plataforma es \$4 dólares, el que representa un precio similar al de las suscripciones mensuales que se realizan en la competencia y representa según la percepción de los clientes como un precio que estarían dispuestos a pagar por tener el servicio.

#### 5.3.2.2. Método de captación de ingresos

Los mecanismos de captación de ingresos principales que tendrá la plataforma serán principalmente suscripciones por parte de los ofertantes de los diferentes servicios ocasionales y clientes que busquen los servicios.

#### 5.3.2.3. Estructura de gastos

La estructura de gastos al tratarse de un servicio por una plataforma web son variables dependiendo del crecimiento de esta, donde al principio del negocio se busca alquilar una oficina pequeña, servicios básicos, desarrolladores web, personas de sistemas informáticos que permitan que la página trabaje sin problema todo el tiempo, una asistente administrativa, un contador externo y un gerente.

### **5.3.3. Plaza**

#### **Estrategia de entrada**

El servicio que se oferta tiene competencia directa de empresas que llevan amplio tiempo dentro del mercado nacional e internacional y su posicionamiento dentro de la mente de los consumidores es clave para el negocio, por esta razón se utilizará la estrategia de precios orientada a la competencia, donde se equiparará los precios de la competencia directa para competir en el mismo mercado.

#### **Estrategia de ajuste**

El servicio ofertado no puede tener promociones estacionales, ya que es demandado con la misma frecuencia todo el año. Sin embargo, se realizará un análisis trimestral sobre la variación de precios de la competencia para realizar ajustes.

#### **Estrategia de distribución**

La empresa LABURA-YA utilizará un canal indirecto ya que es un intermediario entre ofertantes de servicios y clientes que requieran el servicio, al ser una plataforma web no tendrá locales ni espacios donde las personas podrán adquirir productos ya que se trata de un servicio intangible.

### 5.3.3.1. Estructura del canal de distribución



Figura 3. Estructura del canal de distribución

### 5.3.3.2. Localización

La empresa estará localizada en el sector del Parque de la Carolina, en el Edificio Guayas, en una oficina de 100 mts. cuadrados donde existirá cuatro divisiones para cada uno de los cargos y una zona de recepción para los clientes de la plataforma, se localiza en esta zona por la gran concurrencia de personas y su ubicación central a todas las direcciones de la ciudad.



Figura 4. Localización

### **5.3.4. Promoción**

#### **Estrategia promocional**

La estrategia que se utilizara será la de pull o empuje, el objetivo es atraer al cliente para que realice la compra y que los futuros clientes conozcan de mejor manera el servicio.

#### **1. Publicidad**

- Por medio de redes sociales, utilizando las dos de mayor afluencia de usuarios como son: Facebook e Instagram.
- Ferias de empleo gratuitas dentro de la ciudad de Quito
- Ferias de empleo universitarias

#### **2. Marketing directo**

- La promoción y publicidad dentro de las redes sociales es el eslabón principal para el crecimiento del modelo de negocio ya que funciona netamente en internet y al tratarse de un servicio intangible la credibilidad de las personas se ve en duda, por esta razón el buen manejo de los instrumentos publicitarios es la estrategia más importante para un crecimiento.
- La publicidad que utilizaremos es principalmente manejarnos en medios digitales como las principales redes sociales, páginas webs empresariales, revistas y periódicos digitales y de esta manera llegar a diferentes segmentos de personas.

### 3. Promoción de ventas

Al ser una idea de negocio donde se está ofertando una suscripción a un precio bajo no es rentable para la empresa realizar promociones de venta.

### 4. Relaciones publicas

El proyecto se enfocará en realizar alianzas con empresas públicas y privadas con grupos de interés. Se participará en ferias empresariales, ferias de empleo y ferias de empleo universitario, el objetivo es optimizar recursos asistiendo a ferias gratuitas.

### 5. Fuerza de ventas

Al tratarse de un modelo de negocio donde no se oferta un producto no se tendrá personal de ventas, por el contrario, se operará netamente por internet.

#### 5.3.5. Costos del proyecto:

Tabla 5.

*Costos del proyecto*

<b>Oficina</b>	\$500 por mes, donde el costo será únicamente por el espacio físico
<b>Servicios básicos</b>	\$120 por mes, los rubros serán: Agua, luz, teléfono e internet.
<b>Desarrollador web</b>	\$500 mensuales, será un empleado fijo a tiempo completo quien manejará la página web, verificando que no existan problemas en el sistema.
<b>Página web</b>	\$3500, este costo será pagado una sola vez a la empresa del dominio web.
<b>Dominio web</b>	\$90, este pago es anual y es por el uso del dominio web.

<b>Publicidad Facebook</b>	\$240, el valor es un aproximado tomando en cuenta al mercado que se desea llegar, el costo es de 0.08 ctvs. por clic y se busca tener aproximadamente 3000 clics mensuales de gente interesada en nuestra plataforma
<b>Publicidad Instagram</b>	\$360, el valor es un aproximado tomando en cuenta al mercado que se busca llegar, el costo es de 0.72 ctvs. por clic y se busca tener aproximadamente 500 clics mensuales de gente interesada en la plataforma.
<b>Computadores</b>	\$2200, el valor es un aproximado por el costo de dos computadores, uno para uso personal y el segundo para quien soporte la página web
<b>Contador</b>	\$120, el valor es mensual por controlar el manejo de los estados financieros y declaraciones de impuestos.
<b>Asistente administrativa</b>	\$400, el valor es mensual, las funciones de la asistente será recibir a los clientes que busquen promocionar en la página y usuarios.
<b>Zonas WIFI</b>	\$50, cuatro espacios wifi, ubicados estratégicamente en la ciudad para que puedan ser utilizados por los clientes que no cuenten con servicio de internet y de esta forma puedan contactarse con sus clientes.
<b>Nube de información</b>	Se contratará el servicio de una empresa externa, la cual manejará la base de datos de los clientes para mayor seguridad de la información, el costo será de \$ 1.000 mensuales.
<b>Community manager</b>	\$400, el valor es mensual, será destinado a un trabajador fijo de la empresa encargado de crear contenido publicitario en las redes sociales donde la empresa creará contenido para aumentar su número de suscritos.
<b>Gerente general</b>	\$1500, el valor mensual, será destinado para un puesto de trabajo fijo del gerente general quien será el encargado de la toma de decisiones de la empresa y la supervisión de todos los departamentos de la empresa.

## 6. Propuesta de filosofía y estructura organizacional

### 6.1. Misión, visión y objetivos de la organización

#### 6.1.1. Misión

LABURA-YA, es una plataforma web de origen ecuatoriano dedicada a brindar una solución a la problemática de desempleo en Ecuador, brindando oportunidades laborales a los ciudadanos de Quito, explotando sus capacidades y sacando provecho de sus conocimientos; nuestro propósito es posicionarnos como la primera opción para buscar y encontrar empleo brindando seguridad y confiabilidad a los usuarios.

#### 6.1.2. Visión

Para el año 2024 la empresa LABURA-YA será la plataforma de oferta y búsqueda de empleos número uno del país, apoyando a las personas desempleadas a encontrar opciones de trabajo.

#### 6.1.3. Objetivos

Tabla 6.

*Objetivos*

PERSPECTIVA		OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO
FINANCIERO	MEDIANO PLAZO	Incrementar las ventas de las suscripciones en un 10% para el segundo año.	Tasa de incremento de ventas.
	LARGO PLAZO	Incrementar la cartera de suscritos dentro de la página en un 40% al año cuarto con relación al año dos.	Tasa de incremento de nuevos clientes.
CLIENTES	MEDIANO PLAZO	Incrementar campañas promocionales en redes sociales en un 25% para el año 3 con el fin de reclutar nuevos clientes.	Tasa de incremento de alcance en redes sociales.

	LARGO PLAZO	Tener una fidelización del cliente de 50% en el año 3 con referencia al año 2.	Tasa de recompra de clientes
PROCESOS INTERNOS	MEDIANO PLAZO	Reducción en los costos publicitarios un 30% en el segundo año.	Tasa de reducción de costos de publicidad.
	LARGO PLAZO	Aumentar el tamaño de la empresa en un 30% al año 4 con relación al primer año.	Crecimiento empresarial
CRECIMIENTO	MEDIANO PLAZO	Recuperar el valor de la inversión hasta el tercer año con las ganancias de las suscripciones de los usuarios.	Recuperación de inversión
	LARGO PLAZO	Incrementar en un 50% el tráfico de usuarios nuevos al año 3 con relación al año 2.	Tasa de crecimiento dentro de la plataforma

## 6.2. Plan de Operaciones

### 6.2.1. Mapa de procesos

Los procesos que compone la empresa para un correcto funcionamiento se los desarrolla de manera gráfica en el mapa de procesos el cual divide en tres partes principales las cuales son: Estratégicos, operativos y de soporte, los que sirven para identificar la forma en que se dividen las actividades.

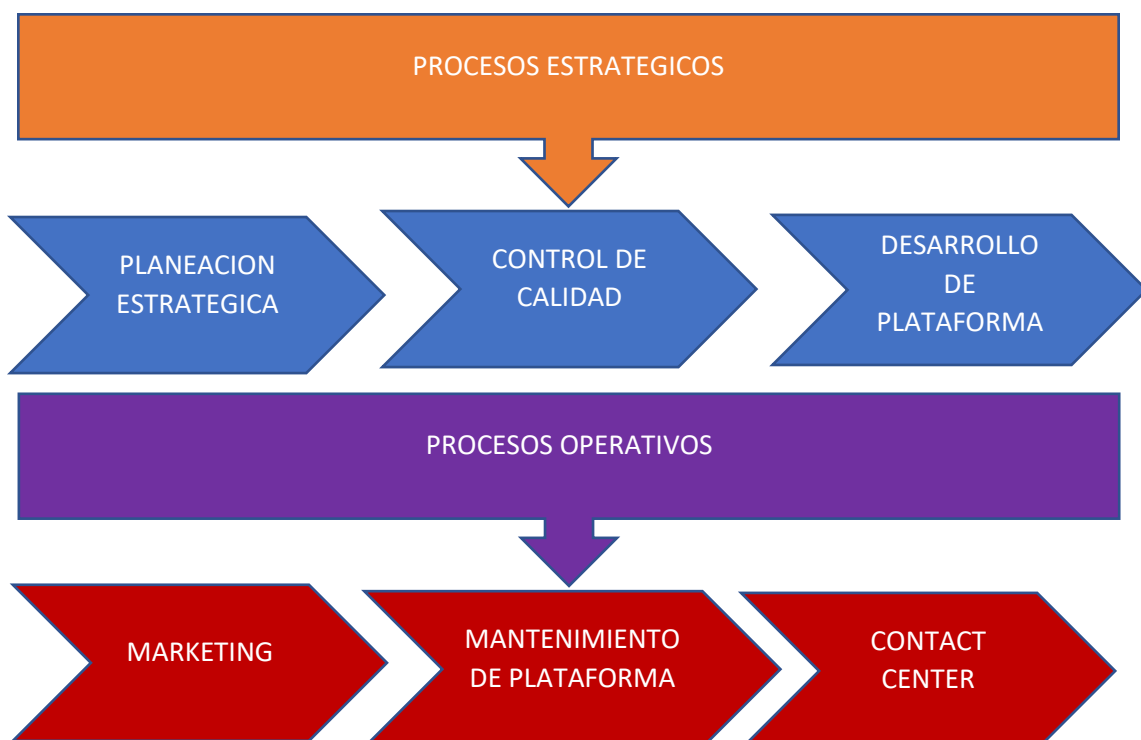






Figura 5. Mapa de procesos

#### 6.2.1.1. Descripción Mapa de procesos:

Tabla 7.

*Descripción mapa de procesos*

<b>Procesos estratégicos</b>	
<b>Planificación estratégica</b>	En este proceso se buscará cumplir con los objetivos de la empresa mediante el control y asignación de tareas y funciones de los miembros.
<b>Control de calidad</b>	Sera el monitoreo constante de la plataforma web, la cual tendrá corrección de errores en la menor cantidad de tiempo.
<b>Desarrollo de plataforma</b>	La plataforma se basa en un modelo de negocio por internet que ayuda a reducir los tiempos de espera en el típico proceso de búsqueda de empleo y contratación, por esta razón la plataforma será una página web amigable para los usuarios donde podrán ofrecer servicios en diferentes áreas o buscar personas que ofrezcan empleo.
<b>Procesos operativos</b>	
<b>Marketing</b>	La plataforma necesita posicionamiento dentro del mercado por eso una constante campaña de marketing

	<p>es un pilar fundamental para llegar a donde la visión propone.</p> <p>Se crearán campañas publicitarias en las dos redes sociales más utilizadas por la población (Facebook e Instagram) enfocadas en la captación de clientes potenciales.</p>
<b>Mantenimiento de plataforma</b>	Ya que la plataforma es el instrumento base de la empresa se necesita un funcionamiento sin fallas técnicas con una constante revisión por parte del encargado permitiendo que haya fluidez en la página y seguridad a los usuarios
<b>Contact center</b>	Al tratarse de una plataforma de servicio la constante comunicación entre los clientes con la página facilita la resolución de conflictos al momento de ser utilizada por esta razón tiene una alta importancia dentro de la empresa.
<b>Procesos de soporte</b>	
<b>Financiero</b>	Se encargan del manejo de las cuentas, el control de los balances, la valoración de la cantidad monetaria para reinversión en la plataforma.
<b>Talento Humano</b>	Este proceso será realizado por el gerente de la empresa, quien es el encargado de contratar a los empleados y que hará cumplir todas las responsabilidades de contratación laboral.
<b>Manejo de suscripciones</b>	Este proceso será realizado por el <i>community manager</i> y consiste en manejo de las suscripciones de los nuevos clientes, y el control de los clientes ya suscritos.

## 6.2.2. Cadena de valor

La cadena de valor ayuda a desglosar las actividades principales y secundarias de la empresa para descubrir las actividades que generan valor y dan al proyecto una ventaja competitiva.

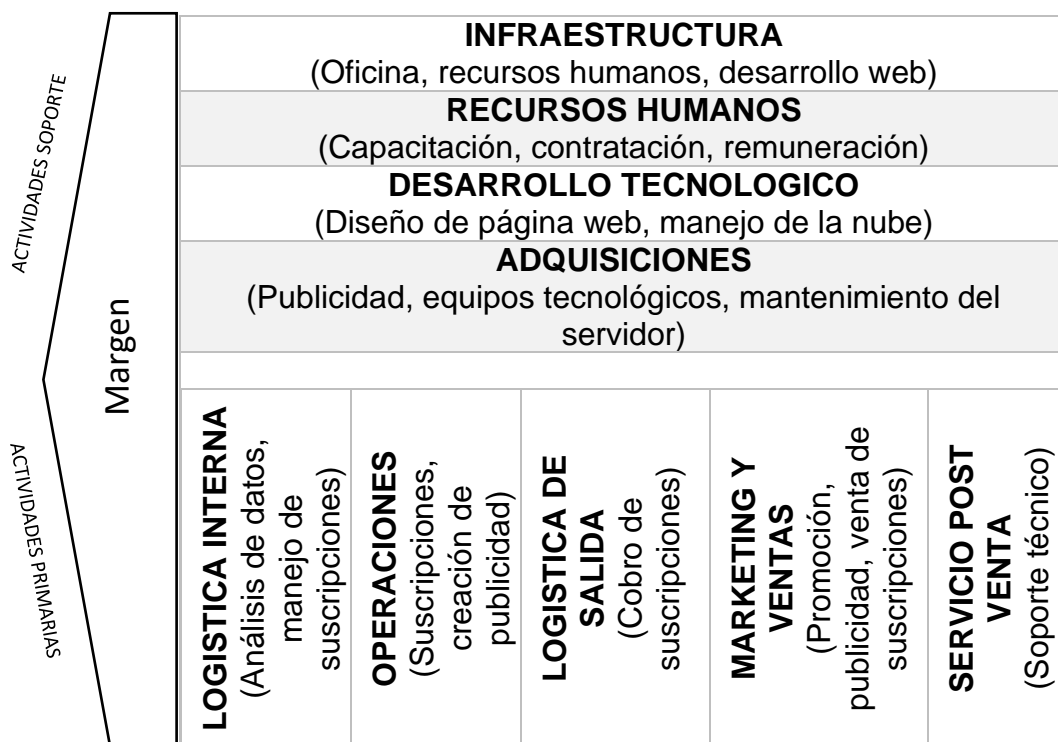


Figura 6. Cadena de valor

### 6.2.2.1. Descripción Cadena de Valor

#### Actividades de soporte

Tabla 8.

#### *Actividades de soporte*

<b>Infraestructura</b>	El lugar de trabajo será una oficina arrendada, la cual permitirá que todos los trabajadores tengan un espacio de trabajo acorde a las necesidades del negocio.
------------------------	---

<b>Recursos humanos</b>	Selección de personal que labora en la empresa en base a sus conocimientos y requerimientos del puesto.
<b>Desarrollo tecnológico</b>	Diseño de página web, soporte y desarrollo de plataforma, mejora continua y actualización de servicio
<b>Adquisiciones</b>	Compra de equipos computacionales, mantenimiento y desarrollo de plataforma web.

### Actividades primarias

Tabla 9.

*Actividades primarias*

<b>Logística interna</b>	Acciones para recolectar clientes
<b>Operaciones</b>	Interacción de la página entre ofertantes y clientes
<b>Logística de salida</b>	Contacto ente cliente y ofertante para luego entregar el servicio
<b>Marketing y ventas</b>	Promoción de la plataforma en redes sociales con mayor flujo de personas
<b>Servicio post venta</b>	Contacto directo a clientes dentro de la plataforma para brindar soluciones efectivas a los problemas

### 6.2.3. Flujograma de procesos

En este grafico se detalla cual es el proceso desde que el cliente ingresa a la plataforma web, crea un usuario, se suscribe y recibe notificaciones de personas que requieren sus servicios.

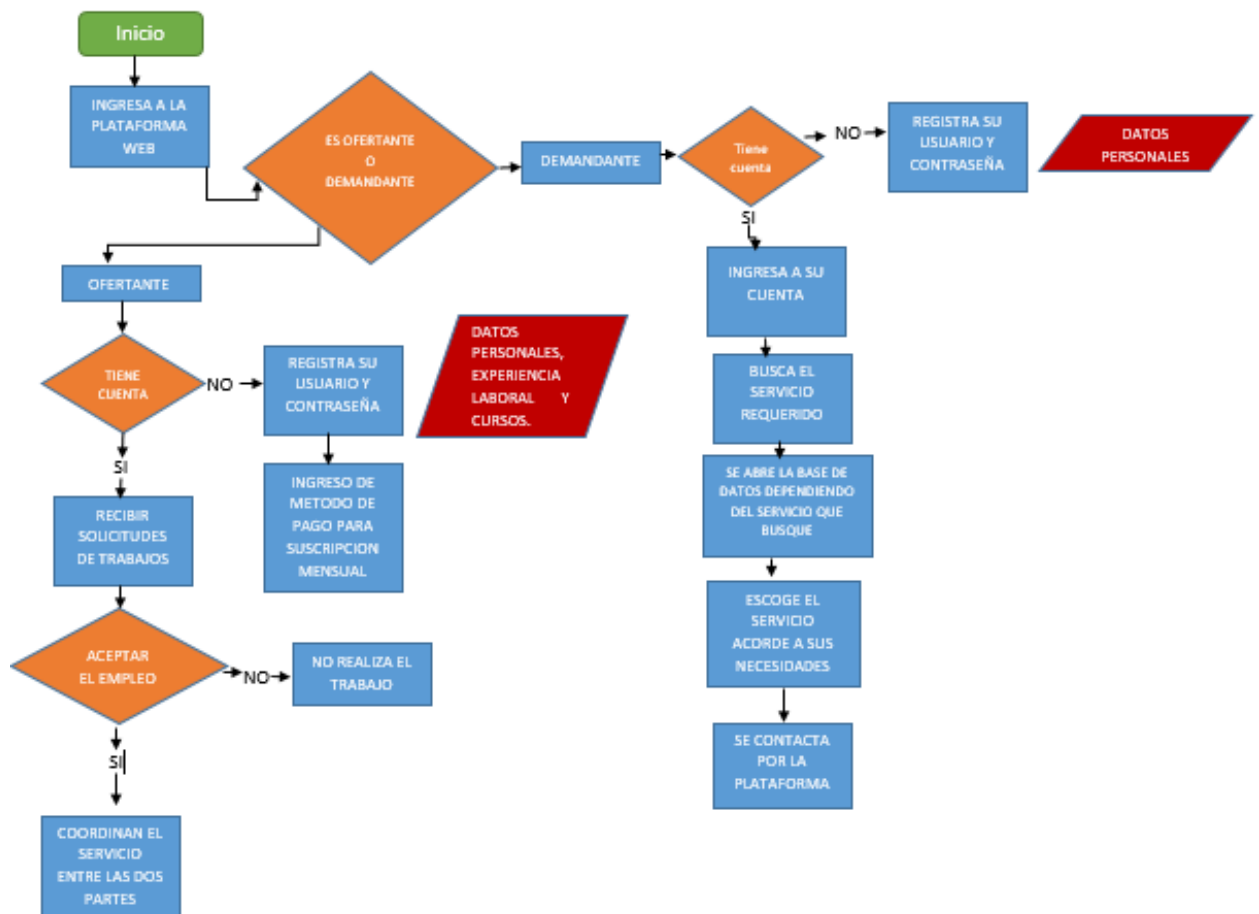


Figura 7. Flujograma de procesos

### 6.3. Estructura Organizacional

#### 6.3.1. Estructura Legal

La empresa LABURA-YA, será formada como una compañía de responsabilidad limitada la cual legalmente está constituida de dos a quince socios con un capital mínimo de 400 dólares americanos, con el fin de tener un mejor control sobre el porcentaje de la empresa que le pertenecerá a los dueños, por otro lado, la creación mediante este nombre legal ayudará a proteger los intereses de los propietarios de la compañía ya que en esta estructura al momento de contraer deudas no se ve afectado el patrimonio de los socios si no el aporte que se realizó en la empresa. (Superintendencia de Compañías, 2019).

### 6.3.2. Tipo de Estructura

La estructura que se maneja en la empresa es plana, donde el cargo principal lo maneja el gerente general, seguido por tres departamentos donde existirá un miembro en cada departamento y como personal externo a la empresa existirá un contador.

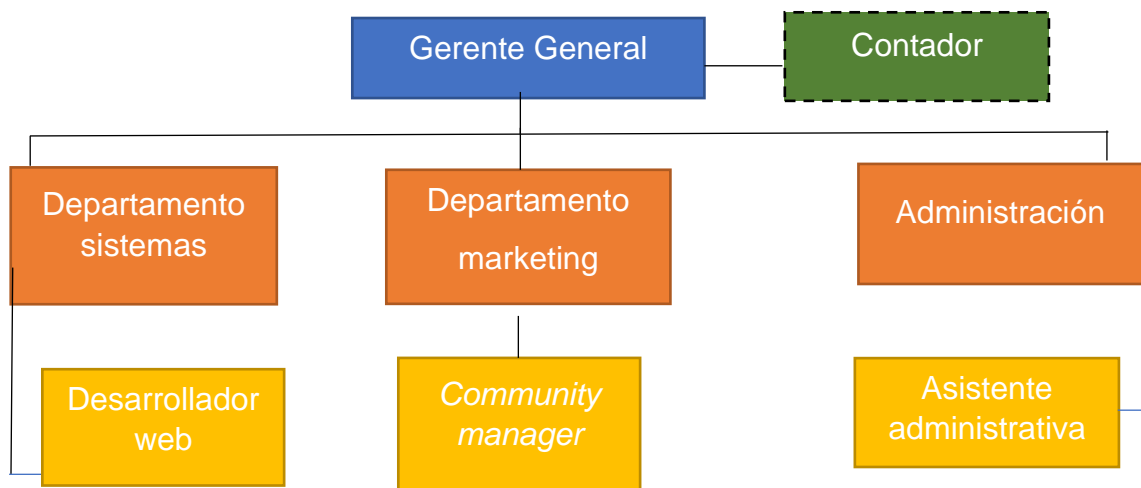


Figura 8. Tipo de estructura

### 6.3.3. Descripción de los puestos

Tabla 10.

*Descripción de puestos*

<b>Gerente General</b>	Es el encargado de la planificación estratégica, toma de decisiones y cumplimiento de objetivos
<b>Desarrollador Web</b>	El desarrollador web será un empleado de planta que se encargará de monitorear que la plataforma no tenga fallas y funcione sin caídas de sistema.

<b>Contador</b>	La empresa tendrá un contador externo que tendrá presencia una vez al mes con el fin de revisar que las cuentas de la empresa se manejen de forma correcta, revisará el manejo de temas legales relacionados a la compañía y miembros.
<b>Asistente Administrativa</b>	Es la persona encargada de dar apoyo a la gerencia con temas de ventas, prospección y solución de problemas de clientes.
<b>Community manager</b>	Es la persona encargada de crear contenido publicitario en las redes sociales donde la empresa buscara realizar campañas publicitarias

## 7. Evaluación Financiera

### 7.1. Proyección de ingresos, costos y gastos

#### 7.1.1. Proyección de ingresos

La plataforma web se basa en un modelo de negocio donde el usuario debe pagar una suscripción mensual para que su perfil tenga mayor cantidad de visitas y de esta forma aumenten sus posibilidades de conseguir trabajos ocasionales, el valor de cada suscripción será de cuatro dólares americanos.

Los ingresos proyectados, son los siguientes, donde tomamos en cuenta un crecimiento de la industria promedio del 3% anual.

Tabla 11.

*Proyección de ingresos*

<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Total	\$ 88,661.16	\$ 93,393.98	\$ 98,379.45	\$ 103,631.04	\$ 109,162.97

Para que el proyecto tenga la proyección de ventas indicada, se debe tomar en cuenta la proyección de la demanda de los clientes.

Para obtener la proyección de ventas multiplicamos la proyección de demanda de clientes por el precio de venta.

La proyección de la demanda global fue de 22.165 clientes, basado en la segmentación del mercado objetivo, a la cual se dividió para 12 meses del año, y se multiplico por la tasa de crecimiento de la industria como se ve en la siguiente tabla:

Tabla 12.

*Proyección de la demanda*

<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Demanda anual	1,847	1,903	1,960	2,018	2,079

### 7.1.2. Proyección de costos

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Dominio pagina web	\$ 90.00	\$ 92.04	\$ 94.13	\$ 96.27	\$ 98.45
<b>Total costos operativos anuales</b>	<b>\$ 90.00</b>	<b>\$ 92.04</b>	<b>\$ 94.13</b>	<b>\$ 96.27</b>	<b>\$ 98.45</b>

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldo gerente	\$ 20,956.00	\$ 22,956.06	\$ 23,468.08	\$ 23,991.73	\$ 24,527.26
Sueldo asistente administrativa	\$ 5,881.60	\$ 6,414.95	\$ 6,551.49	\$ 6,691.13	\$ 6,833.94
Sueldo desarrollador web	\$ 7,252.00	\$ 7,918.69	\$ 8,089.36	\$ 8,263.91	\$ 8,442.42
Sueldo community manager	\$ 5,881.60	\$ 6,414.95	\$ 6,551.49	\$ 6,691.13	\$ 6,833.94
Arriendo	\$ 6,000.00	\$ 6,136.20	\$ 6,275.49	\$ 6,417.95	\$ 6,563.63
Costos de oficina	\$ 480.00	\$ 490.90	\$ 502.04	\$ 513.44	\$ 525.09
Servicios basicos (Agua, luz, telefono, internet)	\$ 1,440.00	\$ 1,472.69	\$ 1,506.12	\$ 1,540.31	\$ 1,575.27
Zonas WIFI	\$ 2,400.00	\$ 2,454.48	\$ 2,510.20	\$ 2,567.18	\$ 2,625.45
Nube de informacion	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00
Contador	\$ 1,440.00	\$ 1,472.69	\$ 1,506.12	\$ 1,540.31	\$ 1,575.27
<b>Total costos administrativos anuales</b>	<b>\$ 63,731.20</b>	<b>\$ 67,731.59</b>	<b>\$ 68,960.38</b>	<b>\$ 70,217.06</b>	<b>\$ 71,502.27</b>



### 7.1.3. Proyección de gastos

La proyección de gastos compone todos los egresos de dinero que tiene la empresa, entre las cuales se encuentran los salarios de los trabajadores de la empresa, gastos de mercadeo y gastos generales para el funcionamiento del proyecto, para obtener la proyección de gastos tomamos en cuenta la inflación promedio como resultado 2.27%, obteniendo la siguiente proyección:

Tabla 13.

#### *Proyección de gastos*

<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Gasto Sueldos	\$ 39,971.20	\$ 43,704.64	\$ 44,660.42	\$ 45,637.89	\$ 46,637.55
<b>Total</b>	<b>\$ 59,021.20</b>	<b>\$ 63,023.64</b>	<b>\$ 64.254,52</b>	<b>\$ 65.513,33</b>	<b>\$ 66.800,72</b>

### Política de cobro

Los cobros se realizan el momento de realizarse cada transacción, los cuales se realizar por medio de tarjeta de crédito o débito.

### Política de pago

Los pagos a proveedores se realizan cada de forma mensual, cada treinta días.

### Margen de ganancias

El margen de ganancias será de 0.75 centavos el primer año e ira aumentando progresivamente a la par del aumento de la cartera de suscriptores.

## 7.2. Inversión Inicial, Capital de trabajo y Estructura de Capital

### 7.2.1. Inversión Inicial

Para la inversión inicial se tomó en cuenta todo el equipamiento de oficina y tecnología, los cuales son la base para que el proyecto funcione. El valor es de \$ 23.095,80 el cual se representa por el 50% de recursos propios y 50% de préstamo bancario. La tasa de interés del préstamo será de 9.76%. El préstamo será a un plazo de 5 años.

### 7.2.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo es el monto de efectivo que la empresa debe incurrir en los primeros meses de funcionamiento donde no hay ingresos, para este proyecto y se tomó del monto de los primeros tres meses de los costos administrativos. En el anexo 3 se encuentra desglosada la composición del capital de trabajo.

Tabla 14.

*Capital de trabajo*

<b>Capital de trabajo</b>	\$ 15.932,80
---------------------------	--------------

### 7.2.3. Estructura de capital

La estructura de capital se compone de la siguiente manera:

Tabla 15.

*Estructura de capital*

<b>Estructura de capital</b>		
Propio	50%	\$ 11,547.90
Deuda	50%	\$ 11,547.90

El proyecto se financia a un plazo de 60 meses, con una tasa de interés anual de 9.76% y una cuota mensual de \$244.

En el anexo 2 se encuentra desglosada la composición de la deuda de capital.

### 7.3. Proyección de estado de resultados, situación financiera, estado de flujos de efectivo y flujo de caja.

#### 7.3.1. Estado de resultados

Tabla 16.

*Estado de resultados*

<b>Estado de resultados anual</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	\$ 88,661.16	\$ 93,393.98	\$ 98,379.45	\$ 103,631.04	\$ 109,162.97
<b>Gasto de operación</b>	\$ 90.00	\$ 92.04	\$ 94.13	\$ 96.27	\$ 98.45
<b>Gastos administrativos</b>	\$ 63,731.20	\$ 67,731.59	\$ 68,960.38	\$ 70,217.06	\$ 71,502.27
<b>Gastos marketing</b>	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00
<b>Gasto de depreciación</b>	\$ 2,072.00	\$ 2,072.00	\$ 2,072.00	\$ 72.00	\$ 72.00
<b>Utilidad operativa</b>	\$ 15,567.96	\$ 16,298.35	\$ 20,052.93	\$ 26,045.71	\$ 30,290.24
<b>Gasto de intereses por préstamo bancario</b>	\$ 1,044.29	\$ 851.99	\$ 640.06	\$ 406.50	\$ 149.09
<b>Utilidad antes de participación a trabajadores</b>	\$ 1,044.29	\$ 851.99	\$ 640.06	\$ 406.50	\$ 149.09
(-) 15% de participación a trabajadores	\$ 14,523.67	\$ 15,446.35	\$ 19,412.87	\$ 25,639.21	\$ 30,141.15
<b>Utilidad antes de impuesto a la renta</b>	<b>\$ 2,178.55</b>	<b>\$ 2,316.95</b>	<b>\$ 2,911.93</b>	<b>\$ 3,845.88</b>	<b>\$ 4,521.17</b>
(-) 25%	\$ 12,345.12	\$ 13,129.40	\$ 16,500.94	\$ 21,793.33	\$ 25,619.98
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 3,086.28</b>	<b>\$ 3,282.35</b>	<b>\$ 4,125.23</b>	<b>\$ 5,448.33</b>	<b>\$ 6,405.00</b>

Se puede observar un crecimiento constante de la utilidad neta en los cinco años de proyección, a pesar del aumento de los gastos administrativos causado por la inflación, las ventas también crecen evidenciando tener resultados positivos en todos los periodos.

#### 7.3.2. Estado de situación financiera

El estado de situación financiera proyectado es el siguiente:

Tabla 16.

*Estado de situación financiera*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>					
<b>Activos corrientes</b>					
Efectivo	\$ 26,020.57	\$ 34,927.23	\$ 46,059.47	\$ 51,270.65	\$ 66,095.76
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventario	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total activo corriente</b>	<b>\$ 26,020.57</b>	<b>\$ 34,927.23</b>	<b>\$ 46,059.47</b>	<b>\$ 51,270.65</b>	<b>\$ 66,095.76</b>
<b>Activos no corrientes</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Muebles de oficina	\$ 920	\$ 920	\$ 920	\$ 720	\$ 720
Tecnología	\$ 2300	\$ 2300	\$ 2300		
(-) Depreciación acumulada	\$ (905.34)	\$ (1810.66)	\$ (2716)	\$ (288)	\$ (360)
Página web	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ -	\$ -
(-) Amortización	\$ (1,166.67)	\$ (2,333.33)	\$ (3,500.00)	\$ -	\$ -
<b>Total activo no corriente</b>	<b>\$ 4,648.00</b>	<b>\$ 2,576.00</b>	<b>\$ 504.00</b>	<b>\$ 432.00</b>	<b>\$ 360.00</b>
<b>Total activos</b>	<b>\$ 30,668.57</b>	<b>\$ 37,503.23</b>	<b>\$ 46,563.47</b>	<b>\$ 51,702.65</b>	<b>\$ 66,455.76</b>
<b>Pasivos</b>					
<b>Pasivos corrientes</b>					
Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Préstamo bancario	\$ 9,664.22	\$ 7,588.25	\$ 5,300.34	\$ 2,778.88	\$ (0.00)
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>\$ 9,664.22</b>	<b>\$ 7,588.25</b>	<b>\$ 5,300.34</b>	<b>\$ 2,778.88</b>	<b>\$ (0.00)</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 9,664.22</b>	<b>\$ 7,588.25</b>	<b>\$ 5,300.34</b>	<b>\$ 2,778.88</b>	<b>\$ (0.00)</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>\$ 11,547.90</b>	<b>\$ 11,547.90</b>	<b>\$ 11,547.90</b>	<b>\$ 11,547.90</b>	<b>\$ 11,547.90</b>
Capital social	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
Reserva legal	\$ 72.35	\$ 77.18	\$ 98.18	\$ 131.19	\$ 155.04
Utilidades del ejercicio	\$ 651.15	\$ 694.60	\$ 883.61	\$ 1,180.69	\$ 1,395.34
Utilidades acumuladas	\$ 8,332.96	\$ 17,195.30	\$ 28,333.43	\$ 35,664.00	\$ 52,957.48
<b>Patrimonio</b>	<b>\$ 21,004.35</b>	<b>\$ 29,914.98</b>	<b>\$ 41,263.12</b>	<b>\$ 48,923.77</b>	<b>\$ 66,455.76</b>
<b>Patrimonio + Pasivo</b>	<b>\$ 30,668.57</b>	<b>\$ 37,503.23</b>	<b>\$ 46,563.47</b>	<b>\$ 51,702.65</b>	<b>\$ 66,455.76</b>

En el estado de resultados se muestra detalladamente los movimientos de pérdidas y ganancias. Se puede observar que en todos los periodos existen

utilidades, lo que representa que, a pesar de tener gastos altos, el modelo de negocio es rentable.

### 7.3.3. Estado de flujo de efectivo

Tabla 17.

#### *Estado de flujo de efectivo*

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 88,661.16	\$ 93,393.98	\$ 98,379.45	\$ 103,631.04	\$109,162.97
<b>Gasto de operación</b>		<b>\$ 90.00</b>	<b>\$ 92.04</b>	<b>\$ 94.13</b>	<b>\$ 96.27</b>	<b>\$ 98.45</b>
Dominio página web		\$ 90.00	\$ 92.04	\$ 94.13	\$ 96.27	\$ 98.45
<b>Gastos administrativos</b>		\$ 63,731.20	\$ 67,731.59	\$ 68,960.38	\$ 70,217.06	\$ 71,502.27
<b>Gastos de marketing</b>		<b>\$ 7,200.00</b>	<b>\$ 7,200.00</b>	<b>\$ 7,200.00</b>	<b>\$ 7,200.00</b>	<b>\$ 7,200.00</b>
Redes sociales		\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00
<b>Gasto de depreciación</b>		<b>\$ 2,072.00</b>	<b>\$ 2,072.00</b>	<b>\$ 2,072.00</b>	<b>\$ 72.00</b>	<b>\$ 72.00</b>
(-) Depreciación		\$ 2,072.00	\$ 2,072.00	\$ 2,072.00	\$ 72.00	\$ 72.00
<b>Utilidad operacional</b>		\$ 15,567.96	\$ 16,298.35	\$ 20,052.93	\$ 26,045.71	\$ 30,290.24
<b>Gastos de intereses</b>		\$ 1,044.29	\$ 851.99	\$ 640.06	\$ 406.50	\$ 149.09
(-) Intereses		\$ 1,044.29	\$ 851.99	\$ 640.06	\$ 406.50	\$ 149.09
<b>Utilidad antes de participación a trabajadores</b>		\$ 14,523.67	\$ 15,446.35	\$ 19,412.87	\$ 25,639.21	\$ 30,141.15
(-) 15% de participación a trabajadores		\$ 2,178.55	\$ 2,316.95	\$ 2,911.93	\$ 3,845.88	\$ 4,521.17
<b>Utilidad antes de impuesto a la renta</b>		\$ 12,345.12	\$ 13,129.40	\$ 16,500.94	\$ 21,793.33	\$ 25,619.98
(-) 25%		\$ 3,086.28	\$ 3,282.35	\$ 4,125.23	\$ 5,448.33	\$ 6,405.00
<b>Utilidad neta</b>		\$ 9,258.84	\$ 9,847.05	\$ 12,375.70	\$ 16,345.00	\$ 19,214.99
(+) Depreciación		\$ 2,072.00	\$ 2,072.00	\$ 2,072.00	\$ 72.00	\$ 72.00
(+) Recuperación de capital de trabajo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor de rescate		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 483.00
Inversión inicial	\$(23,095.80)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingreso por préstamo bancario	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de capital de préstamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Flujo desapalancado</b>	\$(23,095.80)	\$ 11,330.84	\$ 11,919.05	\$ 14,447.70	\$ 16,417.00	\$ 19,769.99

El flujo de efectivo muestra las variaciones de efectivo en los diferentes periodos, se puede observar que el flujo tiene un crecimiento constante y en todos los periodos valores positivos.

### 7.3.4. Flujo de caja proyectado

Tabla 18.

#### *Flujo de caja proyectado*

Inversión inicial	\$(23,095.80)	\$-	\$-	\$-	\$ -	\$ -
Ingreso por préstamo bancario	\$-	\$ -	\$-	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de capital de préstamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$-	\$ -
<b>Flujo desapalancado</b>	<b>\$(23,095.80)</b>	<b>\$ 11,330.84</b>	<b>\$ 11,919.05</b>	<b>\$ 14,447.70</b>	<b>\$ 16,417</b>	<b>\$ 19,769.99</b>

En el flujo de caja proyectado se puede observar que solo existen valores en la inversión inicial, ya que al tratarse de un flujo desapalancado no existe ingreso por préstamo ni pagos por préstamo. Se puede observar que el flujo tiene un crecimiento constante en todos los años.

### 7.4. Proyección del flujo de caja del inversionista, cálculo de tasa de descuento y criterios de evaluación

#### 7.4.1. Flujo de caja del inversionista

Tabla 19.

#### *Estado de flujo de caja del inversionista*

Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	\$(23,095.80)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingreso por préstamo bancario	\$ 11,547.90	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Pago de capital de préstamo	\$ -	\$ 1,883.00	\$ 2,075.97	\$ 2,287.90	\$ 2,521.47	\$ 2,778.88
<b>Flujo apalancado</b>	<b>\$ (11,547.90)</b>	<b>\$ 9,447.16</b>	<b>\$ 9,843.08</b>	<b>\$ 12,159.80</b>	<b>\$ 13,895.53</b>	<b>\$ 16,991.11</b>

En el flujo de caja del inversionista se muestra el efectivo que el proyecto genera después del pago del préstamo donde podemos ver que no existen números negativos en ningún periodo ya que los pagos de las cuotas de la deuda bancaria están sostenidos por los ingresos de la empresa.

#### 7.4.2. Cálculo de la tasa de descuento

Para calcular la tasa de descuento se utiliza los indicadores WACC, que se calcula en base a interés de la deuda, porcentaje de recursos propios y apalancamiento, tasa de impuesto y valoración de activos financieros; y CAPM que se calcula en base a la tasa libre de riesgo, beta apalancada y beta desapalancada.

Tabla 20.

*Cálculo de la tasa de descuento*

#### **Datos tasa de descuento**

D(% Apalancamiento)	50%
E(% Recursos propios)	50%
D+E	100%
D/E	100%
Kd ( Costo deuda)	9.76%
T(Tasa de impuesto)	36.25%
rf (Tasa libre de riesgo)	0.42%
Rm - rf (Prima de riesgo)	6.26%
$\beta$ l (Beta apalancada o del patrimonio)	1.834
$\beta$ u (Beta desapalancada o de los activos)	1.12
EMBI (Riesgo país)	31.82%

### 7.4.3. Criterios de evaluación

Tabla 21.

*Tasa de descuento*

Tasa de descuento	
WACC	24.39%
CAPM	42.56%

Tabla 22.

*Evaluación flujos del proyecto*

Evaluación flujos del proyecto	
VAN	\$ 14,720.28
TIR	50%
PRI	4.54 años

Tabla 23.

*Evaluación flujos del inversionista*

Evaluación flujos del inversionista	
VAN	\$ 10,370.83
TIR	87%
PRI	3.74 años

## 7.5. Índices financieros

Tabla 24.

*Índices financieros*

Indicadores	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Rentabilidad</b>					
Margen sobre ventas	10.44%	10.54%	12.58%	15.77%	17.60%
Margen Operativo	17.56%	17.45%	20.38%	25.13%	27.75%
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)	44%	33%	30%	33%	29%
Rendimiento sobre activo (ROA)	32%	28%	27%	32%	29%
Rendimiento sobre inversion total (ROI)	32%	28%	27%	32%	29%
<b>Liquidez</b>					
Capital de trabajo neto	\$ 26,020.57	\$ 34,927.23	\$ 46,059.47	\$ 51,270.65	\$ 66,095.76
<b>Apalancamiento</b>					
Razon D/E	46%	25%	13%	6%	0%
Razon de apalancamiento	32%	20%	11%	5%	0%



Como se muestra en el cuadro anterior de los índices financieros se puede observar que los valores de liquidez son positivos, empezando en el año cero con capital de trabajo para sostener a la empresa los tres primeros meses hasta tener ganancias. En el endeudamiento podemos ver que el primer año comienza con un porcentaje alto de deuda y va bajando progresivamente hasta que al año cinco la deuda esta solventada. La rentabilidad se muestra en números positivos todos los periodos demostrando que el proyecto es rentable y saludable.

## **8. Conclusiones generales**

- El análisis de entornos muestra que efectivamente hay una problemática social de desempleo que está afectando a la economía del país por ende hay viabilidad en el negocio por la solución que se brinda a los clientes al crear una plataforma para encontrar empleos ocasionales.
- En el análisis interno y externo se descubrió que el mercado al que se quiere llegar es muy amplio y por el aumento significativo en el porcentaje de desempleo sigue creciendo a diario siendo esta una gran oportunidad de negocio, por otro lado, se observó que en mercado hay competidores fuertes, pero ninguno se especializa en la oferta de empleos ocasionales.
- En la investigación cualitativa y cuantitativa se demostró que la idea de negocio tiene acogida por parte de los encuestados y entrevistados, y la mayoría están dispuestos a crear su perfil y pagar por una suscripción mensual para aumentar sus probabilidades de encontrar empleos ocasionales.
- Las tendencias empresariales en la actualidad se enfocan en digitalizar los negocios para bajar sus costos, en este caso podemos ver que, al enfocarse netamente en un servicio digital, los costos operativos son

bajos y permiten que la empresa tenga un crecimiento más veloz teniendo desde el primer año de operaciones con ganancias.

- El plan de marketing tiene como objetivo principal grabar la marca de la plataforma en la mente de los consumidores y diferenciarnos de la competencia con resultados favorables al momento de encontrar empleo y mejorar la situación económica de quienes no se encuentran trabajando, reduciendo la incertidumbre de las familias en la actualidad.
- En el Mix de marketing relacionado con la publicidad se puede observar que el uso de medios digitales pagados con alta afluencia de gente es beneficioso para el modelo de negocio, ya que al ser netamente digital el contacto entre personas es más rápido e inmediato, y según las tendencias sociales de la actualidad las personas cada vez se digitalizan más y se comunican de forma efectiva por medios digitales, por esta razón el uso de publicidad en plataformas de tendencia da mayor efectividad de compra que medios clásicos como radio, televisión o periódico.
- Se considera una oportunidad de negocio con alto crecimiento ya que enfrenta un problema de actualidad y se adecua a las necesidades de los consumidores actuales que buscan permanecer en sus hogares y tener facilidad de acceso a los servicios.
- El diseño de la estructura organizacional de la empresa es plano donde exista solo dos niveles jerárquicos lo que ayuda a que los miembros de la empresa trabajen en equipo conociendo de mejor manera los procesos de la empresa.
- El plan financiero determina una inversión inicial de \$23,095.80, donde el capital de trabajo equivalente a \$15,932.80 representa el 68.99% de la inversión. Esto se debe a que el negocio no necesita una alta inversión en activos no corrientes. La estructura de financiamiento es 50% recursos

propios y 50% préstamo bancario, lo que reduce el nivel en endeudamiento y permite que las cuotas mensuales del crédito sean bajas sin afectar a ganancias en el ejercicio. Por otro lado, los criterios de evaluación recomiendan la ejecución del proyecto, y son positivos en todos los periodos para interés del inversionista, ya que el valor actual neto es de \$10,370.83 y la recuperación de capital de la inversión inicial es de 3.74 años. A pesar de que exista indicadores altos como la TIR, esto se ve traducido en que el proyecto tiene alta rentabilidad y sucede porque el proyecto al ser netamente digital, su inversión es baja y sus costos operativos son reducidos.

## Referencias

- Acosta, A. (2005). *El otro riesgo del país*. Quito: Ediciones Abya-Yala. Obtenido de <http://www.cadtm.org/El-riesgo-pais-convencional-un>
- Agencia de Regulación y Control de las Comunicaciones. (2017). *46.4% de usuarios del Servicio Móvil Avanzado poseen un smartphone*. Quito. Obtenido de <http://www.arcotel.gob.ec/464-de-usuarios-del-servicio-movil-avanzado-poseen-un-smartphone/>
- ARCOTEL. (marzo de 2020). *Infografía estadística*. Obtenido de <http://www.arcotel.gob.ec/infografia-estadistica-2/>
- Banco Central del Ecuador. (3 de junio de 2020). *El COVID-19 pasa factura a la economía ecuatoriana: Decrecerá entre 7.3% y 9.6% en 2020*. Obtenido de [https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1366-el-covid-19-pasa-factura-a-la-economia-ecuatoriana-decrecera-entre-73-y-96-en-2020#\\_ftnref1](https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1366-el-covid-19-pasa-factura-a-la-economia-ecuatoriana-decrecera-entre-73-y-96-en-2020#_ftnref1)
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (2019). *Cifras Macroeconómicas del Ecuador, Una economía lenta y en proceso de ajuste*. Guayaquil: Departamento de investigación y proyectos. Obtenido de <http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2018/02/Entorno-economico-ccg.pdf>
- Carrillo, B. V. (2010). *Estadística Demográfica en el Ecuador: Diagnósticos y propuestas*. Quito: INEC. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/111220\\_NSE\\_Presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf)
- Código de Comercio. (29 de Mayo de 2019). Obtenido de [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo\\_de\\_Comercio.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf)
- Diario El Telegrafo. (19 de diciembre de 2019). *El impuesto a la renta para microempresas será del 2%*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/impuesto-renta-microempresas-iva>
- EALDE Business School. (22 de Noviembre de 2017). Obtenido de EALDE Business School: <https://www.ealde.es/elementos-basicos-ecommerce/>
- Ecuador, B. C. (2019). *La economía ecuatoriana creció 0.3% en el segundo trimestre de 2019*. Quito. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1206-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-creci%C3%B3-03-en-el-segundo-trimestre-de-2019#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20ecuatoriana%20creci%C3%B3%200%2C3%25%20en,el%20segundo%20trimestre%20de%202019&>

- El Comercio. (28 de abril de 2020). *Comercios pequeños se alistan para vender por canales digitales*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/venta-negocios-comercio-electronico-coronavirus.html>
- El Telegrafo. (12 de Enero de 2019). Quito es ahora la ciudad mas poblada de Ecuador. *El Telegrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/editoriales/1/quito-ciudad-maspoblada-ecuador>
- El Universo. (2010). *Encuesta revela los habitos de los ecuatorianos*. Quito: El Universo. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2010/09/20/1/1356/mujer-ecuatoriana-dedica-dos-veces-mas-tiempo-hombre-hogar.html>
- El Universo. (18 de Octubre de 2019). Tasa de desempleo en Ecuador sube a 4.9%. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/18/nota/7563827/tasa-desempleo-pais-sube-49>
- INEC. (2012). *Proyecciones poblacionales por provincias*.
- INEC. (Junio de 2020). *Indice de precios al consumidor - Junio 2020*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Junio-2020/Boletin\\_tecnico\\_06-2020-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Junio-2020/Boletin_tecnico_06-2020-IPC.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (Junio de 2012). Clasificación Nacional de Actividades Económicas. Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLERO/2019/Marzo/Boletin\\_mar2019.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLERO/2019/Marzo/Boletin_mar2019.pdf)
- Licha, I. (Noviembre de 2000). El análisis del entorno: Herramienta de la gerencia social. Instituto Interamericano para el Desarrollo (INDES). Obtenido de <http://www.actiweb.es/taller-uno/archivo1.pdf>
- Pichincha Universal. (14 de julio de 2020). Obtenido de <https://republicadelbanano.com/2020/07/14/en-ecuador-el-40-de-jovenes-entre-21-y-30-anos-estan-desempleados-tras-la-pandemia-covid-19/>
- PWC. (2020). *E-commerce en Ecuador*. Obtenido de <https://www.pwc.ec/es/publicaciones/assets/e-commerce-ecuador.pdf>
- Reliefweb. (22 de junio de 2020). *Ecuador-Livelihoods: COVID-19*. Obtenido de <https://reliefweb.int/report/ecuador/ecuador-livelihoods-covid-19-update-22-june-2020>
- Superintendencia de Compañías. (2019). *SUPERCIAS*. Obtenido de Instructivo societario: [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/instructivo\\_soc.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf)
- Tapia, E. (9 de Marzo de 2020). El riesgo país de Ecuador superó al de Argentina, según JP Morgan. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/sube-pais-riesgo-ecuador-deuda.html>
- Yanez, C. (2019). *El comercio electronico duplico ventas en dos años*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/comercio-electronico-ventas-ecuador-estudio.html>

## **ANEXOS**

## Anexo 1. Preguntas encuesta

### Sexo

- Femenino
- Masculino

### Edad

- 18-25
- 26-30
- 31-40
- 41-50
- 51- adelante

### Sector donde vive

- Norte
- Sur
- Centro
- Valles

### Ingresos

- \$0 - \$100
- \$100 - \$300
- \$300 - \$500
- \$500 - \$700
- \$700 - \$1000
- \$1000 en adelante

### Nivel de educación

- Primaria
  - Secundaria
  - Tecnico
  - Tercer Nivel
  - Postgrado
- 

### Ocupación

- Estudiante
- Empleado
- Estudiante y empleado
- Desempleado



¿Cree que existe un alto índice de desempleo en la actualidad en el Ecuador?

- Sí
  - No
- 

¿Se encuentra en constante búsqueda de empleo?

- Sí
  - No
- 

¿Tiene trabajo actualmente?

- Sí
- No

¿Cual es el tiempo en el cual ha buscado trabajo sin resultado?

- 1 - 3 meses
  - 3 - 6 meses
  - 6 meses a 1 año
  - + de un año
- 

¿Cual es el medio donde busca empleo?

- Periodico
- Paginas especializadas
- Redes sociales

¿Estaría interesado/a en colocar su perfil profesional en una red social laboral?

Sí

No

---

¿Estaría dispuesto/a en contratar personas por una red social laboral?

Sí

No

---

¿Estaría dispuesto/a a ofrecer servicios profesionales ocasionales en una plataforma web?

Sí

No

¿Estaría dispuesto a pagar por estar en una red social laboral para incrementar sus oportunidades de conseguir empleo?

Sí

No

¿Que red social es la que mas utiliza?

- Facebook
  - Instagram
  - Twitter
- 

¿Por cual medio le gustaría recibir información sobre la plataforma web?

- Redes sociales
- Correo electronico
- Mensaje de texto

Anexo 2.

Estructura de capital

	Meses	Cuota	Interes	Capital	Saldo	Interes anual	Capital anual
A ñ o  1	0				\$ 11,547.90		
	1	\$ 244.00	\$ 93.92	\$ 150.07	\$ 11,397.83		
	2	\$ 244.00	\$ 92.70	\$ 151.29	\$ 11,246.53		
	3	\$ 244.00	\$ 91.47	\$ 152.53	\$ 11,094.01		
	4	\$ 244.00	\$ 90.23	\$ 153.77	\$ 10,940.24		
	5	\$ 244.00	\$ 88.98	\$ 155.02	\$ 10,785.22		
	6	\$ 244.00	\$ 87.72	\$ 156.28	\$ 10,628.94		
	7	\$ 244.00	\$ 86.45	\$ 157.55	\$ 10,471.40		
	8	\$ 244.00	\$ 85.17	\$ 158.83	\$ 10,312.57		
	9	\$ 244.00	\$ 83.88	\$ 160.12	\$ 10,152.44		
	10	\$ 244.00	\$ 82.57	\$ 161.42	\$ 9,991.02		
	11	\$ 244.00	\$ 81.26	\$ 162.74	\$ 9,828.28		
	12	\$ 244.00	\$ 79.94	\$ 164.06	\$ 9,664.22	\$ 1,044.29	\$ 1,883.68
A ñ o  2	13	\$ 244.00	\$ 78.60	\$ 165.39	\$ 9,498.83		
	14	\$ 244.00	\$ 77.26	\$ 166.74	\$ 9,332.09		
	15	\$ 244.00	\$ 75.90	\$ 168.10	\$ 9,163.99		
	16	\$ 244.00	\$ 74.53	\$ 169.46	\$ 8,994.53		
	17	\$ 244.00	\$ 73.16	\$ 170.84	\$ 8,823.69		
	18	\$ 244.00	\$ 71.77	\$ 172.23	\$ 8,651.46		
	19	\$ 244.00	\$ 70.37	\$ 173.63	\$ 8,477.82		
	20	\$ 244.00	\$ 68.95	\$ 175.04	\$ 8,302.78		
	21	\$ 244.00	\$ 67.53	\$ 176.47	\$ 8,126.31		
	22	\$ 244.00	\$ 66.09	\$ 177.90	\$ 7,948.41		
	23	\$ 244.00	\$ 64.65	\$ 179.35	\$ 7,769.06		
		24	\$ 244.00	\$ 63.19	\$ 180.81	\$ 7,588.25	\$ 851.99
A ñ o  3	25	\$ 244.00	\$ 61.72	\$ 182.28	\$ 7,405.97		
	26	\$ 244.00	\$ 60.24	\$ 183.76	\$ 7,222.21		
	27	\$ 244.00	\$ 58.74	\$ 185.26	\$ 7,036.95		
	28	\$ 244.00	\$ 57.23	\$ 186.76	\$ 6,850.19		
	29	\$ 244.00	\$ 55.71	\$ 188.28	\$ 6,661.90		
	30	\$ 244.00	\$ 54.18	\$ 189.81	\$ 6,472.09		
	31	\$ 244.00	\$ 52.64	\$ 191.36	\$ 6,280.73		
	32	\$ 244.00	\$ 51.08	\$ 192.91	\$ 6,087.82		
	33	\$ 244.00	\$ 49.51	\$ 194.48	\$ 5,893.34		
	34	\$ 244.00	\$ 47.93	\$ 196.06	\$ 5,697.27		
	35	\$ 244.00	\$ 46.34	\$ 197.66	\$ 5,499.61		
		36	\$ 244.00	\$ 44.73	\$ 199.27	\$ 5,300.34	\$ 640.06
A ñ o  4	37	\$ 244.00	\$ 43.11	\$ 200.89	\$ 5,099.46		
	38	\$ 244.00	\$ 41.48	\$ 202.52	\$ 4,896.93		
	39	\$ 244.00	\$ 39.83	\$ 204.17	\$ 4,692.77		
	40	\$ 244.00	\$ 38.17	\$ 205.83	\$ 4,486.94		
	41	\$ 244.00	\$ 36.49	\$ 207.50	\$ 4,279.43		
	42	\$ 244.00	\$ 34.81	\$ 209.19	\$ 4,070.24		
	43	\$ 244.00	\$ 33.10	\$ 210.89	\$ 3,859.35		
	44	\$ 244.00	\$ 31.39	\$ 212.61	\$ 3,646.74		
	45	\$ 244.00	\$ 29.66	\$ 214.34	\$ 3,432.40		
	46	\$ 244.00	\$ 27.92	\$ 216.08	\$ 3,216.32		
	47	\$ 244.00	\$ 26.16	\$ 217.84	\$ 2,998.49		
		48	\$ 244.00	\$ 24.39	\$ 219.61	\$ 2,778.88	\$ 406.50
A ñ o  5	49	\$ 244.00	\$ 22.60	\$ 221.40	\$ 2,557.48		
	50	\$ 244.00	\$ 20.80	\$ 223.20	\$ 2,334.28		
	51	\$ 244.00	\$ 18.99	\$ 225.01	\$ 2,109.27		
	52	\$ 244.00	\$ 17.16	\$ 226.84	\$ 1,882.43		
	53	\$ 244.00	\$ 15.31	\$ 228.69	\$ 1,653.74		
	54	\$ 244.00	\$ 13.45	\$ 230.55	\$ 1,423.20		
	55	\$ 244.00	\$ 11.58	\$ 232.42	\$ 1,190.77		
	56	\$ 244.00	\$ 9.68	\$ 234.31	\$ 956.46		
	57	\$ 244.00	\$ 7.78	\$ 236.22	\$ 720.24		
	58	\$ 244.00	\$ 5.86	\$ 238.14	\$ 482.10		
	59	\$ 244.00	\$ 3.92	\$ 240.08	\$ 242.03		
		60	\$ 244.00	\$ 1.97	\$ 242.03	\$ (0.00)	\$ 149.09
	<b>Total</b>	<b>\$ 14,639.84</b>	<b>\$ 3,091.94</b>	<b>\$ 11,547.90</b>			

Anexo 3.

Capital de trabajo

	Enero	Febrero	Marzo
Sueldo gerente	\$ 1,746.33	\$ 1,746.33	\$1,746.33
Sueldo asistente administrativa	\$ 490.13	\$ 490.13	\$ 490.13
Sueldo desarrollador web	\$ 604.33	\$ 604.33	\$ 604.33
Sueldo community manager	\$ 490.13	\$ 490.13	\$ 490.13
Arriendo	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
Costos de oficina	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
Servicios básicos (Agua, luz, teléfono, internet)	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
Zonas WIFI	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
Nube de información	\$ 1000	\$ 1000	\$ 1000
Contador	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
<b>Total, costos administrativos por año</b>	<b>\$ 5,310.93</b>	<b>\$ 5,310.93</b>	<b>\$ 5,310.93</b>
<b>Total, capital de trabajo</b>	<b>15,932.80</b>		

