



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO QUE  
COMBINA LOS FONDOS DE INVERSIÓN Y LOS NEGOCIOS  
FIDUCIARIOS COMO UNA HERRAMIENTA PARA INCENTIVAR EL  
AHORRO DE LOS EMPLEADOS EN LAS EMPRESAS

AUTOR

PEDRO JOSÉ OLEA CEVALLOS

AÑO

2020



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO QUE  
COMBINA LOS FONDOS DE INVERSIÓN Y LOS NEGOCIOS FIDUCIARIOS  
COMO UNA HERRAMIENTA PARA INCENTIVAR EL AHORRO DE LOS  
EMPLEADOS EN LAS EMPRESAS

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos  
para optar por el título de  
Ingeniero en Administración de Empresas

Profesor Guía  
Laura Belem Lazo Sandoval

Autor  
Pedro José Olea Cevallos

Año  
2020

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

Declaro haber dirigido el trabajo, Plan de Negocios para la creación de un servicio que combina los Fondos de Inversión y los Negocios Fiduciarios como una herramienta para incentivar el ahorro de los empleados en las empresas, a través de reuniones periódicas con el estudiante Pedro José Olea Cevallos, en el semestre 2020-10, 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.

---

Laura Belem Lazo Sandoval

C.I 1718 776147

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR**

Declaro haber revisado este trabajo, Plan de Negocios para la creación de un servicio que combina los Fondos de Inversión y los Negocios Fiduciarios como una herramienta para incentivar el ahorro de los empleados en las empresas, del estudiante Pedro José Olea Cevallos, en el semestre 2020-10, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

---

Diana Carolina Lascano Lozada

C.I 1803794138

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

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

---

Pedro José Olea Cevallos

1718949728

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mis padres por siempre estar conmigo en todo momento a pesar de cualquier dificultad y demostrarme que todo es posible con esfuerzo y dedicación, a mis hermanos por inspirarme a ser mejor siempre, a mi novia por no dejarme vencer nunca para terminar este objetivo, y finalmente a mi tutora y profesores por su soporte y apoyo.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi papá por ser siempre un gran apoyo y por su paciencia conmigo durante todos estos años, y a mi novia por siempre hacerme soñar en grande y darme siempre su cariño para cumplir todos nuestros objetivos.

## RESUMEN

El presente documento se concentra en analizar la posibilidad de desarrollar un negocio en el sector financiero, específicamente en la creación de un fondo de inversión y negocio fiduciario, que contemple la idea central de fomentar el ahorro entre los trabajadores de empresas privadas, es por ello, que se escoge el nombre de Stay Safe para transmitir el mensaje de seguridad en la administración de los ahorros de los clientes. El posicionamiento de Stay Safe se concentra en las personas que laboran en empresas públicas y privadas, para ofrecerles un plan de ahorro de largo plazo donde su dinero sea invertido en instrumentos de inversión con bajo riesgo y la mejor rentabilidad en el mercado. El presupuesto de marketing mix tiene una mayor disponibilidad de recursos en el año 1 con un valor de \$ 975 anuales con una concentración de actividades en redes sociales y material promocional, a partir, del año 2 se destina \$ 600 anuales para las actividades en redes sociales. La estructura organizacional está guiada por el Gerente General que tiene las funciones de liderar la empresa con el apoyo del Jefe Comercial quien tiene la tarea de proyectar el flujo de inversiones y gestionar el plan de mercadeo. Respecto a la inversión inicial, se determina un valor de \$ 24.718 que será financiado con el aporte de los accionistas en el 60% del monto mencionado y 40% mediante un crédito bancario con una cuota fija de \$ 197,18. La proyección de los estados de resultados muestra utilidad neta desde el año 1 y con un crecimiento constante hasta el año 5, esto permite que la valoración del proyecto sea favorable porque obtiene un valor actual neto de \$ 164.069 y tasa interna de retorno de 102,93% en el flujo del inversionista, este resultado obtenido permite recomendar la ejecución del plan de negocios.



## **ABSTRACT**

This document focuses on analyzing the possibility of developing a business in the financial sector, specifically in the creation of an investment and trust business fund, which contemplates the central idea of promoting savings among private company workers, which is why, that the name of Stay Safe is chosen to convey the security message in the administration of customer savings. The positioning of Stay Safe focuses on people who work in public and private companies, to offer them a long-term savings plan where their money is invested in low-risk investment instruments and the best profitability in the market. The marketing mix budget has a greater availability of resources in year 1 with a value of \$ 975 annually with a concentration of activities in social networks and promotional material, from year 2 \$ 600 is allocated annually for activities in networks social. The organizational structure is guided by the General Manager who has the functions of leading the company with the support of the Commercial Manager who has the task of projecting the flow of investments and managing the marketing plan. With respect to the initial investment, a value of \$ 24,718 is determined that will be financed with the contribution of the shareholders in 60% of the mentioned amount and 40% by means of a bank loan with a fixed quota of \$ 197,18. The projection of the income statements shows net income from year 1 and with a constant growth until year 5, this allows the valuation of the project to be favorable because it obtains a net present value of \$ 164,069 and internal rate of return of 102, 93% in the flow of the investor, this result allows to recommend the execution of the business plan.

## ÍNDICE DEL CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
1.1 Justificación.....	1
1.1.1 Objetivo general del trabajo .....	2
1.1.2 Objetivos específicos .....	2
<b>2. ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO</b> .....	3
2.1. Análisis del entorno interno.....	3
2.1.1 Entorno externo.....	3
2.1.2 Análisis Porter .....	6
2.2 Matriz EFE.....	11
2.2.1 Conclusiones del análisis de entornos .....	12
2.2.2 Conclusiones de las Cinco Fuerzas de Porter .....	12
<b>3. ANÁLISIS DEL CLIENTE</b> .....	13
3.1 Investigación cualitativa y cuantitativa.....	14
3.1.1 Investigación cualitativa .....	14
3.1.2 Investigación cuantitativa .....	17
<b>3.2 Conclusiones del análisis de cliente</b> .....	19
<b>4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO</b> .....	20
4.1 Descripción de la oportunidad de negocio encontrada.....	20
<b>5. PLAN DE MARKETING</b> .....	21
5.1 Estrategia general de marketing .....	21
5.1.1 Mercado Objetivo .....	22
5.1.2 Propuesta de Valor .....	25
5.1.3 Posicionamiento.....	26
5.2 Marketing Mix .....	26
5.2.1 Producto.....	26
5.2.2 Plaza .....	29
5.2.3 Precio.....	30

5.2.4 Promoción.....	32
----------------------	----

## **6 PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA**

<b>ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>33</b>
----------------------------	-----------

6.1 Misión, visión y objetivos de la organización .....	33
---	----

6.1.1 Misión.....	33
-------------------	----

6.1.2 Visión .....	34
--------------------	----

6.1.3 Objetivo General .....	34
------------------------------	----

6.1.4 Objetivos específicos y estratégicos de la empresa.....	34
---	----

6.2 Plan de Operaciones .....	35
-------------------------------	----

6.2.1 Flujogramas de Procesos .....	35
-------------------------------------	----

6.2.2 Cadena de Valor .....	41
-----------------------------	----

6.2.3 Instalaciones y localización .....	42
--	----

6.3. Estructura Organizacional .....	43
--------------------------------------	----

6.3.1 Estructura Legal de la empresa .....	44
--	----

6.3.2 Presupuesto de sueldos y salarios.....	45
--	----

6.3.3 Descripción de funciones de puestos de trabajo.....	45
---	----

<b>7. EVALUACIÓN FINANCIERA.....</b>	<b>47</b>
--------------------------------------	-----------

7.1 Proyección ingresos, costos y gastos.....	47
---	----

7.1.1 Proyección de ingresos.....	47
-----------------------------------	----

7.1.2 Proyección de costos .....	47
----------------------------------	----

7.1.3 Proyección de gastos.....	48
---------------------------------	----

7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital.....	48
--	----

7.2.1 Inversión Inicial .....	48
-------------------------------	----

7.2.2 Capital de Trabajo.....	49
-------------------------------	----

7.2.3 Estructura de financiamiento.....	49
---	----

7.3 Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja .....	50
---	----

7.3.1 Estado de Resultados .....	50
----------------------------------	----

7.3.2 Estado de Situación Financiera.....	51
---	----

7.3.3 Estado de flujo de efectivo .....	51
---	----

7.3.4 Flujo de Caja del Proyecto .....	52
7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración .....	52
7.4.1 Proyección del flujo de caja del inversionista .....	52
7.4.2 Cálculo de tasa de descuento .....	52
7.4.3 Criterios de valoración .....	53
7.5 Índices financieros.....	54
<b>8. CONCLUSIONES</b> .....	<b>55</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>57</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>60</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Clasificación de la industria de acuerdo al CIU .....	7
<b>Tabla 2.</b> Información de la competencia .....	9
<b>Tabla 3.</b> Información de la Competencia .....	10
<b>Tabla 4.</b> Matriz EFE .....	11
<b>Tabla 5.</b> Segmentación de mercado .....	22
<b>Tabla 6.</b> Datos de la encuesta .....	22
<b>Tabla 7.</b> Mercado objetivo.....	23
<b>Tabla 8.</b> Top empresas en Ecuador.....	23
<b>Tabla 9.</b> Costo de venta.....	31
<b>Tabla 10.</b> Presupuesto de publicidad.....	32
<b>Tabla 11.</b> Presupuesto de marketing directo.....	33
<b>Tabla 12.</b> Matriz de localización.....	42
<b>Tabla 13.</b> Sueldos y salarios.....	45
<b>Tabla 14.</b> Descripción de funciones.....	45
<b>Tabla 15.</b> Proyección de ingresos.....	47
<b>Tabla 16.</b> Proyección de ingresos.....	48
<b>Tabla 17.</b> Proyección de gastos.....	48
<b>Tabla18.</b> Estructura de la inversión inicial.....	49
<b>Tabla 19.</b> Estructura del capital de trabajo.....	49
<b>Tabla 20.</b> Estado de resultados .....	50
<b>Tabla 21.</b> Estado de situación financiera .....	51
<b>Tabla 22.</b> Estado de flujo de efectivo .....	51
<b>Tabla 23.</b> Estado de flujo de caja del proyecto .....	52
<b>Tabla 24.</b> Flujo de caja del inversionista .....	52
<b>Tabla 25</b> Tasa de descuento.....	53
<b>Tabla 26.</b> Evaluación flujos del proyecto.....	53
<b>Tabla 27.</b> Índices financieros .....	54
<b>Tabla 28.</b> Índices de Situación .....	54

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Infografía en base a resultados grupo focal .....	17
<b>Figura 2.</b> Modelo Canvas .....	25
<b>Figura 3 .</b> Logotipo de la compañía .....	27
<b>Figura 4.</b> Canal de distribución .....	30
<b>Figura 5.</b> Análisis Van Westerndorp .....	30
<b>Figura 6.</b> Flujograma de encargo fiduciario .....	36
<b>Figura 7.</b> Flujograma de captación y registro de partícipes .....	37
<b>Figura 8.</b> Flujograma de procesos de compra .....	38
<b>Figura 9.</b> Flujograma de proceso de venta .....	39
<b>Figura 10.</b> Flujograma de pago de rescates a los clientes .....	40
<b>Figura 11.</b> Cadena de valor .....	41
<b>Figura 12.</b> Ubicacion de la empresa .....	42
<b>Figura 13.-</b> Plano de la empresa .....	43
<b>Figura 14.</b> Organigrama .....	44

## **1. INTRODUCCIÓN**

En el documento redactado a continuación, se describe analiza y explica un plan de negocios para la creación de un servicio que combina los fondos de inversión y los negocios fiduciarios como una herramienta para incentivar el ahorro de los empleados en las empresas aplicando los conocimientos adquiridos en la carrera Administración de Empresas con mención en Administración de Empresas.

### **1.1 Justificación**

Existen distintas formas de fomentar el ahorro en las personas, sin embargo, no todos conocen los distintos métodos y opciones que ofrece el mercado para poder ahorrar. Dentro de ellas, los fondos de inversión ofrecen una oportunidad inmejorable para optimizar el ahorro de las personas de una manera segura y eficaz donde pueden obtener mayores rendimientos a distintos plazos.

Ofrece una seguridad y experiencia de años en administración de fondos y un riesgo menor que en otras entidades financieras. La combinación de los negocios fiduciarios, a través de un Encargo Fiduciario, y de los Fondos de Inversión, a través de Fondos a largo plazo, ofrecen una oportunidad para las empresas de tener un intermediario especializado que maneje su inversión.

Las administradoras ofrecen mecanismos y experiencia por la cual las empresas pueden confiar en ellas para que administren sus inversiones. En este caso particular, el incentivo al ahorro para los empleados es una forma de fidelizar al empleado a la empresa y de disminuir la rotación del personal lo cual es vital para la administración y la reducción de gastos dentro de la compañía. El ahorro es un medio por el cual las personas pueden llegar a cumplir objetivos, metas, sueños, por lo que impulsar en este caso a los empleados a ahorrar parte de sus ingresos es un incentivo y un medio para crear esta cultura en las personas.

La flexibilidad que ofrece un fondo de inversión en cuanto al poder realizar mayores incrementos en sus cuentas es un beneficio para las personas que

quieran invertir ya que pueden como su patrimonio se puede ir incrementando de una manera adecuada y de fácil entendimiento.

En conclusión, es una herramienta que puede ofrecer enormes beneficios para fomentar el ahorro en los empleados, les brinda a las empresas un servicio especializado por el cual pueden estar seguros que el manejo de las inversiones será seguro y le brindará los mayores beneficios.

### **1.1.1 Objetivo general del trabajo**

Elaborar un producto que convine la implementación de un Encargo Fiduciario con un Fondo de Inversión a largo plazo donde los empleados se adhieran al mismo bajo las instrucciones y obligaciones tanto del Encargo como del Fondo.

### **1.1.2 Objetivos específicos**

- Constituir un Encargo Fiduciario por el cual la administradora puede actuar en nombre del Constituyente y de los constituyentes adherentes al Encargo Fiduciario.
- Firmar convenios de adhesión en representación de los constituyentes.
- Firmar contratos de apertura de fondos de inversión.
- Determinar el mercado objetivo por medio de una investigación de mercado para así determinar el tipo de ahorro de las personas en el Ecuador.
- Definir un plan de Marketing que se van a implementar para llegar al mercado objetivo mediante un análisis del comportamiento del consumidor e identificación de sus necesidades.
- Plantear una estructura de Encargo Fiduciario la cual pueda romper ciertos reglamentos del Fondo de Inversión para mayor facilidad de uso para las empresas.
- Realizar la evaluación financiera para determinar la viabilidad, rentabilidad económica del proyecto, utilidad y necesidades del flujo de caja proyectado.



## **2. ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO**

### **2.1. Análisis del entorno interno**

El análisis PESTEL (o PEST) es un instrumento de planificación estratégica para definir el contexto de una compañía. Analiza factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos que pueden influir en la compañía. “Podrás reconocer todos aquellos factores externos a tu empresa, sobre los que tú no tienes influencia, pero al tener información sobre ellos conseguirás aminorar los efectos de tus amenazas e incrementar los afectos de tus oportunidades”. (Trenza, 2019, p. 1).

#### **2.1.1 Entorno externo**

##### **Análisis Político**

La República del Ecuador es un país constitucional de derechos y justicia social que se rige a la democracia y soberanía. El Consejo Nacional Electoral (CNE) proclamó resultados la noche del 18 de abril de 2017, y declaró presidente electo al oficialista Lenín Moreno. El binomio oficialista obtuvo el 51,16% de votos (CNE, 2017).

En el Ecuador, el fomentar el ahorro y generar programas del uso de dinero e inversiones de los trabajadores es considerado como responsabilidad social de las empresas. Sin embargo, son muy pocas las que consideran estos procesos. ‘Según human plus, empresa de recursos humanos, entre el 12% y el 15% de las firmas trabajan en estos planes’. (Enriquez, p. 1).

Es importante destacar que existen empresas que tienen una mejor organización y no solo con fomentar el ahorro sino con la educación financiera y el crédito.

‘Una de ellas es Telefónica Movistar de Ecuador. Los 1 300 colaboradores cuentan con un programa de asistencia, que brinda asesoría profesional en temas financieros-contables, legales, entre otros. Para utilizar este servicio, el

empleado se contacta a través de una línea gratuita o envía su consulta por correo electrónico'. (Enriquez, s/f, p. 1).

En el Ecuador, para poder poner en marcha una compañía existen distintos requisitos tanto legales como de operatividad dependiendo la actividad que deben ser cumplidos para poder iniciar las actividades.

Los permisos y registros que necesita **Stay Safe** son los mencionados a continuación:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) emitido por el SRI.
- Inscribir la compañía en el Registro Mercantil junto a todos los requisitos que la entidad solicita. (Portal Unico de Tramites Ciudadanos, 2019).
- Inscripción de derecho de marcas IEPI, tiene un valor de \$208 (IEPI, 2019).
- Inscripción en la Superintendencia de Compañías y Registro en el mercado de valores. (Superintendencia de Compañías, 2020).

### **Análisis Económico**

En ausencia de una moneda local, y dado los escasos colchones fiscales y externos, el país no ha podido utilizar la política macroeconómica para afrontar la compleja situación económica, al tener una moneda como el dólar americano, el Ecuador ha logrado mantener la recesión económica en la que se encuentra actualmente (Banco Mundial, 2019).

Al momento de poner enfoque en la industria, los fideicomisos ya son una parte importante ya que representan casi el 10% del PIB, y su uso en el Ecuador es cada vez más común. (Diario Expreso, 2019).

La Asociación de Compañías de Fondos y Fideicomisos Mercantiles del Ecuador (Aaffe) registraron un aproximado de 9.553 millones de dólares en fideicomisos. (Diario Expreso, 2019).

Actualmente la tasa de interés activa es de 11,83% para pymes la tasa de interés pasiva es 4,28% a marzo de 2017 (Banco Central del Ecuador, 2017, p. 6).

## Análisis Socio-Cultural

En cuanto al ámbito social, podemos identificar que existen 8.2 millones de personas que representan la PEA del Ecuador (INEC, 2016) por lo que nos indica que solo un 4.23% de las personas en el Ecuador tiene un fondo de inversión lo que indica una oportunidad para el negocio de intentar llegar a un alto número de personas.

El 71.7% de la población está en edad de trabajar y de cada 10 plazas de trabajo 9 son generadas por el sector privado y apenas 1 por el sector público. Dentro de este compuesto de empleados privados se incluyen los siguientes: Empleado/Obrero privado, Empleado/Obrero Tercerizado, Jornalero o Peón, Patrono, Cuenta propia, Trabajador del Hogar no Remunerado, Trabajador No Remunerado en otro Hogar, Ayudante no Remunerado de asalariados y Empleado(o) Doméstico(a). (INEC, 2016).

Según el análisis del presidente del Colegio de Economistas de Pichincha, Víctor Hugo Albán, reveló el año pasado que tan solo el 20% de los ecuatorianos tienen la costumbre de ahorrar. En la encuesta Nacional de Ingresos y Gastos revela el 58,8% de los hogares tienen capacidad de ahorro y posee más ingresos que gastos (el 41,1% tiene más egresos de lo que gana), sin embargo, no precisa cuantas personas logran ahorrar en el país. (Enriquez, 2013).

En cuanto al medio ambiente la reducción del uso de papel es una de las prioridades en el sector financiero. En el Ecuador existen políticas de ahorro de papel e impresiones realizada por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, las mismas que pondremos en práctica en **Stay Safe**.

- Fomentar la conciencia y orden a los colaboradores, revisar que la información a imprimirse sea correcta.
- Realizar mantenimientos a los equipos de impresión y fotocopias.
- Usar las dos caras; se ahorra papel, gastos de copias, son más cómodos de grapar y de transportar.
- Con este procedimiento, de fotocopiado e impresión a doble cara, se estima una reducción del 20% del consumo del papel de la oficina.

- Enviar por correo electrónico, para la revisión y aprobación de los documentos elaborados antes de imprimir. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2018)

### **Análisis Tecnológico**

Dentro del ámbito tecnológico, las herramientas más utilizadas dentro de la industria de las finanzas están más relacionadas a bases de datos que ayuden a desarrollar la información y sistemas operativos que agilicen los procesos internos para un mejor manejo y servicio hacia los clientes donde puedan tener la información al instante y con la seguridad del buen control de su información. Es importante tener en cuenta que “cada vez son más las empresas que prefieren controlar todo el proceso de desarrollo en aquellos proyectos que son clave para la transformación digital de la empresa.’ (Fraga, 2016, p. 1).

Como conclusión de todos estos temas, podemos identificar que es un mercado en el que se han realizado distintas reformas que han fomentado para el ahorro de las personas a través de Fondos de Inversión y no solo en otras instituciones financieras. De igual manera, el cultivar una cultura de ahorro en las personas como podemos ver que ciertas empresas están empezando a realizar con sus empleados, es una ventaja y una oportunidad para empresas administradoras de buscar este nicho de mercados e impulsar que más empresas sigan adaptando este modelo de capacitación y afincarse en empresas como las administradoras de fondos que generan un beneficio y un diferente método de ahorro que puede beneficiar de una mayor manera a las personas con un tipo de ahorro con menor riesgo y con una tasa de rendimiento igual de competitiva.

#### **2.1.2 Análisis Porter**

El modelo de las cinco fuerzas de Porter del análisis competitivo, es un método ampliamente utilizado para desarrollar estrategias en muchas industrias. La intensidad de la competencia entre empresas varía mucho de una industria a otra (David, Fred, 2017, p. 63).

**Tabla 1. Clasificación de la industria de acuerdo al CIU**

<b>Clasificación Código Industrial Internacional</b>	
<b>K</b>	Comprende las actividades de servicios financieros, incluidas las actividades de seguros, reaseguros y fondos de pensiones y las actividades auxiliares de los servicios financieros.
<b>K6430.00.01</b>	Actividades de entidades jurídicas organizadas para la mancomunidad de valores u otros activos financieros, sin gestión, en nombre de accionistas o beneficiarios. Las carteras se adaptan a especificaciones concretas para lograr determinadas características; por ejemplo, de diversificación, riesgo, rendimiento y variabilidad de precio. Esas entidades obtienen intereses, dividendos y otras rentas de la propiedad, pero tienen pocos empleados y no obtienen ingresos por concepto de venta de servicios. Se incluyen las siguientes actividades: fondos de inversión de participación abierta; fondos de inversión cerrados; fideicomisos, legados o cuentas de agencia, administrados en nombre de los beneficiarios en virtud de un contrato de fiducia, un testamento o un contrato de representación; sociedades de inversión mobiliaria.

Adaptado de (INEC, 2010)

### **Amenaza de entrada de nuevos competidores (ALTA)**

Las existencias de las barreras de entrada dentro de esta industria corresponden a la calidad que pueden ofrecer cada Administradora en cuanto a sus fondos y a la categoría que estos pueden tener. Existen en el mercado hoy 9 administradoras de Fondos que administran Fondos de Inversión Administrados, sin embargo, son 22 los fondos que se administran en total con distintas características dependiendo de la inversión que deseen hacer los clientes y del manejo que le puedan dar a esos Fondos. De esos fondos, existen 8 con

calificación de riesgos, lo cual es un plus para esos fondos y esas administradoras ya que para los clientes le brindan una mayor confianza de mantener sus inversiones con ellos que con alguien nuevo en el mercado. La experiencia en el mercado y la confianza que pueden brindar ciertas administradoras dentro del mercado por su posicionamiento son factores que importan. Hoy por hoy en el mercado existen 347,033 partícipes entre todos los fondos, sin embargo, el 97% del mercado se dividen entre 4 de las administradoras y es un indicador que existe un mercado muy amplio para llegar.

### **Amenaza de los sustitutos y complementos (ALTA)**

Existen varias opciones para el ahorro para los clientes siendo las instituciones financieras los mayores competidores ya que la mayoría de las personas mantienen sus ahorros en cuentas de ahorro o cooperativas ya que son los medios de ahorro de mayor conocimiento público. De igual manera, dentro de las administradoras, los productos sustitutos son los otros fondos de inversión que tienen las administradoras ya que tienen distintos plazos y facilidades que pueden ayudar a las personas a cambiar. El coste de cambio depende del reglamento de cada fondo si mantiene penalidades por falta de cumplimiento de los plazos establecidos en la inversión.

### **Poder de negociación de los compradores (MEDIA)**

El poder de negociación de los clientes está marcado por las ventajas en cuanto a rendimiento que les brinden las administradoras y de igual manera las facilidades para el manejo del Fondo. Las administradoras en este momento tienen un 2 a 3 por ciento más en las tasas en cada uno de los plazos, en relación a los bancos, entre 30 y 365 días de permanencia mínima. Cada fondo tiene un reglamento distinto que se adapta a la operatividad de la empresa y que influye para que los clientes puedan tener mayores opciones de tener su dinero en menos tiempo y con mayor facilidad.

**Tabla 2. Información de la competencia**

ADMINISTRADORA	FONDO	PERMANENCIA MÍNIMA (DÍAS)	INVERSIÓN MÍNIMA	TÍTULOS VALOR DONDE INVIERTE	RENTABILIDAD MENSUAL			
					31/12/2018	31/1/2019	28/2/2019	31/3/2019
FIDUCIA	ACUMULACIÓN	360	\$100	RF	7,51%	7,50%	7,48%	7,45%
	PRODUCTIVO	180	\$1.000	RF	6,67%	6,67%	6,65%	6,63%
	RENTA	90	\$500	RF	5,19%	5,20%	5,25%	5,30%
	PRESTIGE	30	\$500	RF	4,71%	4,75%	4,83%	4,88%
	REPO	8	\$5.000	RFSF	3,85%	3,94%	4,09%	4,15%
FIDEVAL	FUTURO	360	\$50	RF	5,93%	6,01%	6,07%	5,95%
	IDEAL 180	180	\$1.000	RF	6,57%	6,12%	6,21%	6,21%
	FIXED 90	90	\$1.000	RF	5,22%	5,09%	5,16%	5,14%
	FLEXIBLE	60	\$1.000	RF	3,82%	3,79%	3,81%	4,18%
	REAL	4	\$1.000	RF	3,90%	4,00%	4,01%	4,00%
AFP-GENESIS	HORIZONTE	1080	\$2,40	RF-RV	1,11%	1,11%	1,11%	1,11%
	RENTA PLUS	360	\$500	RF	6,03%	6,04%	6,03%	6,03%
	ESTRATÉGICO	180	\$500	RF	5,26%	5,27%	5,27%	5,27%
	SUPERIOR	180	\$500	RF	5,76%	5,76%	5,76%	5,78%
	MASTER	90	\$500	RF	4,48%	4,91%	5,01%	5,02%
MÁXIMO	30	\$500	RF	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
ADMUNIFONDOS	PREVENIR	2160	\$16	RF	2,34%	2,37%	1,85%	2,42%
ANEFI	CORTO PLAZO CP-1	45	\$500	RF	4,36%	4,61%	4,67%	4,40%
FIDUAMÉRICAS	FIT	90	\$50	RF-RV	4,52%	5,50%	5,06%	5,36%
ANALYTICA	SEGURIDAD	90		RF	4,30%	5,76%	4,54%	5,17%
ZION	OMEGA	360	\$100	RF	4,29%	6,18%	5,36%	9,48%
	ALPHA	32	\$100	RF	3,38%	5,43%	4,51%	4,99%
HEIMDALTRUST	HOLDUN ECUADOR	180	\$100	RF	4,57%	6,17%	5,18%	4,86%
BANCOS	BANCOS 31-60 DÍAS				3,78%	4,04%	4,17%	3,92%
	BANCOS 61-90 DÍAS				4,16%	3,52%	4,27%	3,38%
	BANCOS 91-120 DÍAS				5,17%	5,21%	5,26%	5,15%
	BANCOS 121-180 DÍAS				5,64%	5,69%	5,66%	5,31%
	BANCOS 181-360 DÍAS				5,85%	5,64%	6,03%	5,46%
	BANCOS > 360 DÍAS				6,49%	6,56%	6,69%	6,68%

Adaptado de: (Superintendencia de Compañías, 2020)

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

En cuanto a los proveedores, es una industria que tiene sus mayores proveedores en las empresas en las que invierten su portafolio. Los fondos de inversión se caracterizan por diversificar su portafolio lo cual hace que el riesgo sea menor y el cliente sienta mayor confianza en su inversión. La oferta y demanda dentro del mercado son los que determinan si se puede tener un portafolio más diversificado con mejores características tanto en el sector financiero y en el sector real donde se compran emisiones de empresas y donde se debe tener la seguridad que esas empresas podrán cumplir con sus obligaciones y de esa manera mejorar la rentabilidad que pueden tener los clientes con sus inversiones.

## Rivalidad entre los competidores (ALTA)

La rivalidad entre los competidores está determinada por la característica de su portafolio y los beneficios que brinda al cliente. Los reglamentos y los beneficios que entreguen las administradoras en sus fondos de inversión a los clientes son vitales para poder captar una mayor cantidad de ellos. En el mercado existe un fondo totalmente distinto con un plazo de 1080 días la cual tiene un número de partícipes totalmente superior al resto de fondos.

Tabla 3. Información de la Competencia

ADMINISTRADORA	FONDO	PERMANENCIA MÍNIMA (DÍAS)	PARTÍCIPES					PARTÍCIPES				
			31/12/2018	31/1/2019	28/2/2019	31/3/2019	VAR MENSUAL (\$)	VAR MENSUAL (%)	VAR YTD	PART. MERCADO MES ACTUAL	PARCIAL MERCADO	
FIDUCIA	ACUMULACIÓN	360	1.394	1.484	1.531	1.582	51	3,33%	188	0,46%	6,44%	
	PRODUCTIVO	180	385	400	410	415	5	1,22%	30	0,12%	1,69%	
	RENTA	90	845	838	852	844	-8	-0,94%	-1	0,24%	3,44%	
	PRESTIGE	30	562	551	557	552	-5	-0,90%	-10	0,16%	2,25%	
	REPO	8	257	262	265	269	4	1,51%	12	0,08%	1,10%	
	<b>TOTAL FIDUCIA</b>		<b>3.443</b>	<b>3.535</b>	<b>3.615</b>	<b>3.662</b>	<b>47</b>	<b>1,30%</b>	<b>219</b>	<b>1,06%</b>	<b>14,91%</b>	
FIDEVAL	FUTURO	360	818	826	837	851	14	1,67%	33	0,25%	3,46%	
	IDEAL 180	180	67	86	111	123	12	10,81%	56	0,04%	0,50%	
	FIXED 90	90	165	171	172	178	6	3,49%	13	0,05%	0,72%	
	FLEXIBLE	60	86	81	79	74	-5	-6,33%	-12	0,02%	0,30%	
	REAL	4	279	275	270	277	7	2,59%	-2	0,08%	1,13%	
	<b>TOTAL FIDEVAL</b>		<b>1415</b>	<b>1439</b>	<b>1469</b>	<b>1503</b>	<b>34</b>	<b>2,31%</b>	<b>88</b>	<b>0,43%</b>	<b>6,12%</b>	
AFP-GENESIS	HORIZONTE	1080	320.486	320.997	321.897	322.472	575	0,18%	1.986	92,92%	N/A	
	RENTA PLUS	360	1.812	1.827	1.831	1.834	3	0,16%	22	0,53%	7,47%	
	ESTRATEGICO	180	4.327	4.338	4.341	4.315	-26	-0,60%	-12	1,24%	17,57%	
	SUPERIOR	180	410	410	409	417	8	1,96%	7	0,12%	1,70%	
	MASTER	90	1.903	1.918	1.924	1.899	-25	-1,30%	-4	0,55%	7,73%	
	MÁXIMO	30	1	1	1	1	0	0,00%	0	0,00%	0,00%	
	<b>SUBTOTAL AFP-GENESIS</b>		<b>8.453</b>	<b>8.494</b>	<b>8.506</b>	<b>8.466</b>	<b>-40</b>	<b>-0,47%</b>	<b>13</b>	<b>2,44%</b>	<b>34,47%</b>	
	<b>TOTAL AFP-GENESIS</b>		<b>328.939</b>	<b>329.491</b>	<b>330.403</b>	<b>330.938</b>	<b>535</b>	<b>0,16%</b>	<b>1.999</b>	<b>95,36%</b>	<b>N/A</b>	
ADMUNIFONDOS	PREVENIR	2160	10.171	10.195	10.207	10.213	6	0,06%	42	2,94%	41,58%	
<b>TOTAL ADMUNIFONDOS</b>		<b>10.171</b>	<b>10.195</b>	<b>10.207</b>	<b>10.213</b>	<b>6</b>	<b>0,06%</b>	<b>42</b>	<b>2,94%</b>	<b>41,58%</b>		
ANEFI	CORTO PLAZO CP-1	45	155	173	184	199	15	8,15%	44	0,06%	0,81%	
	<b>TOTAL ANEFI</b>		<b>155</b>	<b>173</b>	<b>184</b>	<b>199</b>	<b>15</b>	<b>8,15%</b>	<b>44</b>	<b>0,06%</b>	<b>0,81%</b>	
FIDUAMÉRICAS	FIT	90	119	122	128	137	9	7,03%	18	0,04%	0,56%	
<b>TOTAL FIDUAMÉRICAS</b>		<b>119</b>	<b>122</b>	<b>128</b>	<b>137</b>	<b>9</b>	<b>7,03%</b>	<b>18</b>	<b>0,04%</b>	<b>0,56%</b>		
ANALYTICA	SEGURIDAD	90	77	76	74	76	2	2,70%	-1	0,02%	0,31%	
	<b>TOTAL ANALYTICA</b>		<b>77</b>	<b>76</b>	<b>74</b>	<b>76</b>	<b>2</b>	<b>2,70%</b>	<b>-1</b>	<b>0,02%</b>	<b>0,31%</b>	
ZION	OMEGA	360	95	94	92	96	4	4,35%	1	0,03%	0,39%	
	ALPHA	32	123	126	124	128	4	3,23%	5	0,04%	0,52%	
	<b>TOTAL ZION</b>		<b>218</b>	<b>220</b>	<b>216</b>	<b>224</b>	<b>8</b>	<b>3,70%</b>	<b>6</b>	<b>0,06%</b>	<b>0,91%</b>	
FIDUECUADOR	EQUIFONDO	90	1	1	1	1	0	0,00%	0	0,00%	0,00%	
	<b>TOTAL FIDUECUADOR</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	
HEIMDALTRUST	HOLDUN ECUADOR	180	78	79	81	80	-1	-1,23%	2	0,02%	0,33%	
	<b>TOTAL HEIMDALTRUST</b>		<b>78</b>	<b>79</b>	<b>81</b>	<b>80</b>	<b>-1</b>	<b>-1,23%</b>	<b>2</b>	<b>0,02%</b>	<b>0,33%</b>	
<b>TOTAL MERCADO</b>	<b>TOTAL MERCADO</b>		<b>344.616</b>	<b>345.331</b>	<b>346.378</b>	<b>347.033</b>	<b>655</b>	<b>0,19%</b>	<b>2.417</b>	<b>100,00%</b>	<b>N/A</b>	
<b>SUBTOTAL PARTÍCIPES</b>	<b>SUBTOTAL MERCADO</b>		<b>24.129</b>	<b>24.333</b>	<b>24.480</b>	<b>24.560</b>	<b>80</b>	<b>0,33%</b>	<b>431</b>	<b>N/A</b>	<b>100,00%</b>	

Adaptado de: (Superintendencia de Compañías, 2020)

Se puede apreciar que el Fondo Horizonte de Génesis tiene una participación muy alta en el mercado lo cual nos indica que de los 347,033 partícipes en todo el mercado, 330,938 corresponden a ese fondo, por lo que tiene un 95.36% del mercado a Marzo de 2019. Sin embargo, se puede identificar que los patrimonios administrados por los otros Fondos son lo suficientemente altos como para poder tener una administración adecuada. La variación de su rentabilidad está claramente marcada por la oferta y demanda del mercado y la situación



económica del país. Esto define la sensibilidad del portafolio y como ciertas variaciones en tasas o en capacidad de pago de ciertos emisores pueden provocar un aumento o una disminución del rendimiento que ofrece el fondo a sus clientes.

## 2.2 Matriz EFE

**Tabla 4. Matriz EFE**

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO RELATIVO (INDUSTRIA)	CALIFICACIÓN (EMPRESA)	PESO PONDERADO
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Incremento de tendencias de ahorro (mayor número de partícipes) 3% anual	0,15	3	0,45
Mejor rendimiento que otras IFIS en un 2 a 3 % en cada plazo	0,1	2	0,2
Patrimonios administrados de fondos de inversión en crecimiento del 2% anual	0,1	3	0,3
Sector de Aseguradoras deben invertir mínimo el 60% del capital pagado y la reserva legal en instrumentos financieros (máximo el 40% en fondos de inversión)	0,2	4	0,8
<b>AMENAZAS</b>			
Variedad de Productos Sustitutos (27 bancos y más de 500 cooperativas)	0,2	3	0,6
Alta competencia dentro del mercado de administradoras (9 administradoras y 23 Fondos de Inversión)	0,1	2	0,2
Mayor confianza y conocimiento en entidades más grandes y de mayor conocimiento público	0,05	3	0,15
Tasa de subempleo 16,5%, tasa de desempleo 3,7% (diciembre 2018, INEC)	0,1	3	0,3
<b>TOTALES</b>	<b>1</b>		<b>3</b>

En el caso de la matriz EFE, se puede determinar que el proyecto al tener una puntuación de 3, va a aprovechar las oportunidades que le ofrece la industria sobre todo en cuanto a las aseguradoras se refiere, ya que al ellas ser las empresas que mayormente deben invertir parte de su patrimonio en los fondos de inversión, la relación comercial puede determinar el medio para ofrecer este servicio donde sea un medio de ahorro para todos los empleados de estas empresas. De igual manera el crecimiento que se puede observar en la industria año tras año ayuda a que se puedan captar no solo clientes de empresas grandes como aseguradoras sino también empresas de otras industrias en busca de incentivar el ahorro para sus empleados. La diversificación en la inversión y las capacidades para el manejo de portafolios son partes clave en la confianza que se puede obtener del cliente y de esa manera aprovechar esto para ofrecer un servicio de alta calidad a los partícipes.

En conclusión, podemos identificar que existe una competencia no tan numerosa, pero si fuerte y con años de experiencia en el mercado que hoy por

hoy acapara una parte amplia del total de clientes que tienen las administradoras de fondos. La situación económica del país genera incertidumbre para muchos de los mercados es por esto que el disminuir la rotación del personal en las empresas a través de un incentivo económico para sus empleados, que les motive a ahorrar parte de sus ingresos, puede generar mejores ambientes de trabajo que estimulen el crecimiento de la economía en el país.

### **2.2.1 Conclusiones del análisis de entornos**

El Ecuador es el único país de Sudamérica dolarizado lo cual brinda una estabilidad un poco mayor a pesar de los problemas sociales, políticos y económicos que afronta el país.

En cuanto a lo social Ecuador y su política de abrir las fronteras generó que a día de hoy tengamos un alto número de extranjeros que ocupan una amplia gama de ramas de trabajo y disminuyen la cantidad de empleados con un empleo digno y correcto lo cual para los fines de este plan de negocios genera un inconveniente.

La constitución de nuevas empresas siempre ha tenido inconvenientes burocráticos al momento de sacar permisos y documentos para la operación y más para empresas que administran dineros de terceros y realizan inversiones en la bolsa de valores.

### **2.2.2 Conclusiones de las Cinco Fuerzas de Porter**

Existe una competencia no tan amplia en cantidad, pero si con muchos años de experiencia que acapara un alto número del mercado.

Los productos sustitutos son muy fuertes ya que son las instituciones financieras que tienen una mayor cantidad de clientes y que generan comercialmente una mayor confianza para las personas que desean ahorrar su dinero.

El poder de negociación con los proveedores va a depender mucho de la capacidad de pago que tengan los emisores y la calidad de las emisiones que puedan emitir cada uno de ellos dependiendo de cómo esté la empresa y su industria. Esto es vital para la calidad del portafolio que administra la empresa.

### **3. ANÁLISIS DEL CLIENTE**

La investigación de mercados “tiene que ver con la recopilación sistemática y objetiva, el análisis y la evaluación de información sobre aspectos específicos de los problemas de mercadotecnia para ayudar a la administración a la hora de tomar decisiones importantes” (Thompson, 2007, p. 2).

Debido al alto número de instituciones financieras que ofrecen servicios de ahorro para las personas pero que no tienen programas en los que se fidelice a las empresas con sus empleados a través de estos planes de ahorro, se ha identificado un problema en el cual se puede se desea medir la aceptación de un plan de ahorro en conjunto con las empresas y sus empleados para que de esa manera se fidelice el tiempo de trabajo de las personas en las compañías a través de un beneficio que entregue el empleador fomentando el ahorro en su trabajador.

#### **Objetivo general**

Determinar nivel de aceptación para la elaboración y comercialización de un servicio combinando los Encargos Fiduciarios y los Fondos de Inversión, para las Administradoras de Fondos en la ciudad de Quito mediante un análisis cuantitativo y cualitativo.

#### **Objetivos específicos**

- Identificar las necesidades del consumidor en los atributos que debe ofrecer el producto.
- Determinar el precio adecuado del producto en el mercado mediante un análisis de precio utilizando la herramienta Van Westendorp.
- Identificar cuáles son los hábitos del consumidor respecto al producto.
- Definir los medios más relevantes para ejecutar un plan de medios.
- Perfilar el tipo de cliente adecuado para el producto ofrecido.

### **3.1 Investigación cualitativa y cuantitativa**

Dentro de la investigación de mercado, existen dos tipos: investigación cualitativa y cuantitativa.

#### **3.1.1 Investigación cualitativa**

En la investigación cualitativa se realizaron dos entrevistas a expertos en la industria del sector financiero de administradoras de fondos y un focus group a diez personas.

##### **Entrevista a expertos**

Las entrevistas se realizaron al Ing. Pedro Xavier Ortiz Reinoso, Gerente General de la empresa Fiducia S.A. Administradora de Fondos y Fideicomisos Mercantiles y a la Doctora María Verónica Arteaga Molina, Directora Jurídica de la empresa Fiducia S.A. Administradora de Fondos y Fideicomisos Mercantiles.

##### **Experto 1: Pedro Ortiz**

- Las administradoras de Fondos tienen 3 negocios: Fideicomisos y Encargos Fiduciarios, Agente de Manejo Titularización y administrar Fondos de Inversión otorgado por licencias.
- Negocio de Fondos administra casi 600 millones en todo el Ecuador.
- Fondos de renta fija: alta calidad de crédito y alta liquidez.
- 10 fiduciarias en el Ecuador: 4 de ellas manejan el 95% del mercado de fondos, Fiducia maneja el 33% del market share.
- Retención del personal: costo de cambio de un empleado es del 35% por el costo de aprendizaje.
- Aporte de los empleados y aporte de la empresa: el aporte de la empresa solo se puede liberar al cumplir ciertas condiciones establecidas en el Encargo Fiduciario.
- La competencia es sana: refuerza el concepto de negocio y venta de papeles y transacciones entre administradoras.

- Manejo del día a día en pos de conseguir los objetivos a mediano y largo plazo; equipo multidisciplinario para el manejo de la compañía.
- Identificar empresas con un alto número de empleados, analizar la rotación de empleados en esa empresa y ofrecer este servicio.
- Alta confianza de los clientes y transparencia en la información que se entrega; claridad y detalle de la información entregada.

### **Experto 2: Verónica Arteaga**

- Fideicomiso Mercantil y Encargo Fiduciario son irrevocables.
- Constituyentes es quien aporta bienes o derechos a un patrimonio autónomo para que una administradora la administre para el beneficio de un beneficiario.
- Ecuador es uno de los pocos países donde el patrimonio autónomo constituye una persona jurídica.
- Transferencia de la propiedad de bienes a derechos; quiere decir que esto pasa a nombre del fideicomiso como titular.
- El encargo no tiene transferencia; se parece más a un poder o mandato civil con la diferencia que es irrevocable y no se puede arrepentir del contrato ya firmado.
- Los bancos no pueden tener acciones en otro tipo de compañías.
- Fondos administrados y fondos colectivos.
- Los fondos tienen reglamentos internos: objetivos de inversión y reglas para el manejo y control del dinero para los clientes.
- Fondos colectivos se emiten cuotas de participación que son negociables en el mercado bursátil tanto en mercado primario como en mercado secundario a través de casas de valores y la bolsa de valores; en los administrados hay unidades de participación que no son negociables.

- Factibilidad de los proyectos; las calificaciones de riesgo no son obligatorias por ley sin embargo es una ayuda comercial y de seguridad para la empresa y los inversionistas.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros es el principal ente de control por medio de revisiones de oficio; determina que no haya irregularidades ni se realicen perjuicios a terceros.
- Junta política de regulación monetaria y financiera, es un órgano regulador para todo el mercado; el SRI y los municipios de igual manera son entes reguladores para cierto tipo de negocios dependiendo de donde se desarrollen.
- La combinación de los negocios depende de cómo esté la figura ya que en la ley no dice cuáles negocios se combinan sin embargo se debe tener cuidado de caer en algún conflicto de intereses.
- El talento de los trabajadores y de la administradora para buscar los elementos para combinar los negocios es la clave para el éxito del negocio.

### **Grupo focal**

El grupo focal fue realizado con 8 personas que trabajan en Administradoras de Fondos entre 23 y 33 años de edad y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- Los planes de ahorro por parte de la empresa como beneficio para los empleados son un incentivo monetario para que las personas puedan fidelizarse a esa empresa y trabajar por más tiempo hasta poder tener ese dinero.
- La cultura de ahorro en las personas es algo que se debe fomentar para poder intentar cumplir objetivos al corto, mediano o largo plazo dependiendo de lo que quieran conseguir y las metas personales que tienen las personas.
- La combinación de un negocio fiduciario y un fondo de inversión da la capacidad para que las empresas puedan poner sus condiciones para el

ahorro de los empleados y la liberación de esos fondos según ellos lo dispongan, sin romper el reglamento interno de ese fondo de inversión.

- Los entrevistados coinciden en que la combinación de las dos partes tanto los Fondos de Inversión como los negocios fiduciarios son una herramienta que de ser bien administrada puede ofrecer buenas posibilidades de planes de ahorros para empresas con una alta cantidad de empleados.



Figura 1. Infografía en base a resultados grupo focal

### 3.1.2 Investigación cuantitativa

Los resultados de la investigación cuantitativa son los siguientes:

- El 93% de los encuestados conocen los bancos como una entidad de ahorro, el 54% conoce las cooperativas, finalmente el 53% conoce administradora de fondos.
- El 69,4% de las personas conocen las Administradoras de Fondos y el 30,6% no tienen conocimiento.
- La entidad que tienen mejor posición este mercado según lo que podemos analizar en el gráfico de resultados es FIDUCIA con el 84%, seguido de

Fideval con el 54% y Genesis con el 29%. Con esto podemos definir que tenemos una competencia alta.

- El 75% de las personas les interesa la tasa de interés que ofrece la entidad, el 47% experiencia, el 45% bajo riesgo y el 27% el portafolio de inversiones.
- El 81% de los encuestados ahorran dinero mensual mientras que el 13% no ahorra.
- El 26% ahorra \$50 dólares mensuales, el 24% ahorra \$100 dólares y el otro 24% ahorra \$150 dólares.
- El 49,1% prefiere ahorrar a mediano plazo, al corto plazo 16,4% y largo plazo 41,8%.
- El 53% de las personas ahorran para bienes, el 51% para viajes, y el 35% para estudios.
- El 79% le interesa el programa de ahorro, el 7% poco interesante, 3% nada interesante.
- El 85% está afiliado al IESS mientras el 14% no.
- El 65 % de las personas prefieren recibir un interés más alto que las entidades bancarias, el 47,6% reducir el riesgo de inversión, el 39% información mensual de los movimientos.
- El 68% de las personas se interesan en invertir, el 23% poco de acuerdo, 6% no tan de acuerdo, el 1,5% no de acuerdo.
- El 25% de las personas \$100 dólares, el 20% \$150 dólares, el 15% \$50 dólares.
- El 58% de las personas prefieren recibir información de los ahorros por redes sociales, el 47% por asesor comercial y el 23% vía telefónica.
- El 50% de los encuestados es de género femenino, 50% masculino, el 44% integra el rango de edad de 18-25 años, 33% de 26 a 30 años, 15% de 31 a 35 años y 7% de 36 a 40 años.
- El 46% de las personas tienen ingresos de \$400 a \$1000, 42% de \$1050 a \$2500 y el 9% de \$2550 a \$5000.



### 3.2 Conclusiones del análisis de cliente

- Se tomó como muestra a 50 personas entre 22 y 40 años quienes tienen actualmente un empleo fijo y están afiliados al IESS.
- Las personas conocen en un 87% a las entidades financieras como bancos y cooperativas como los medios de ahorro más comunes.
- El 91% de las personas dicen ahorrar su dinero.
- De conocer bien las facilidades y ventajas de un Fondo de Inversión, un 70% de las personas invertirían sus ahorros en un fondo.
- Los incentivos económicos motivan en un 71% a los empleados a mantenerse en el mismo lugar de trabajo.

Las conclusiones de la investigación de mercados señalan que existe un mercado lo suficientemente amplio para poder ofrecer este producto a empresas interesadas en dar incentivos económicos a sus empleados con el plan de que ellos se fidelicen a la empresa y de esa manera disminuir la rotación del personal. Las personas para ahorrar su dinero tienen como principal objetivo el tener una rentabilidad alta y una seguridad de que su dinero está en buenas manos y va a ser administrado e invertido de la mejor manera para que en ningún momento piensen que pueden perder ese dinero.

De igual manera los incentivos económicos brindan confianza a los empleados de que la empresa tiene como objetivo el retener a sus empleados y remunerar de esa manera su trabajo dentro de la empresa lo cual crea una fidelidad de parte de ese empleado hacia la compañía. La combinación de las dos ramas de las administradoras de fondos permite ofrecer un producto que brinde seguridad a las empresas que quieran contratarla ya que por un lado puede dar condiciones al plan de ahorro según sus exigencias, así como estar bajo el reglamento y administración de un fondo de inversión que brinde las seguridades y confianza para saber que ese dinero va a tener el mejor destino posible.

## **4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

### **4.1 Descripción de la oportunidad de negocio encontrada**

De acuerdo al análisis realizado de los factores externos y del mercado, podemos determinar que el realizar un plan de ahorro es viable debido a la alta respuesta de personas que trabajan con relación de dependencia y que estarían dispuestas a ahorrar con las condiciones apropiadas.

El entorno tiene barreras de entrada, sobre todo en la competencia, que marcan complicaciones para nuevos competidores debido a la alta experiencia que tienen estos en el mercado y de igual manera la alta participación de mercado que abarcan hoy por hoy estas empresas.

De igual manera el hecho de que el 71% de las personas estén de acuerdo en que incentivos económicos de parte de los empleadores son buenos para la motivación de los empleados y que además podrían invertirlo en un fondo, marca tendencias de que la gente si se interesa en poder ahorrar y también que les interesa los beneficios que puedan obtener con el dinero que ahorran.

La investigación de mercados de igual manera nos indica que las personas tienen como su prioridad más alta al momento de ahorrar que la tasa de interés sea competitiva y mejor que la competencia por lo que al nosotros ofrecer un producto de ahorro con estas características tenemos una ventaja que podemos aprovechar.

El hecho que el 91% de los encuestados hayan mencionado que si ahorran también es un incentivo para este proyecto ya que podemos ver que existe una cantidad de personas numerosa en el mercado a la cual le podemos vender este producto y ellos van a estar interesados en depositar su dinero para que Stay Safe lo administre.

De igual manera tenemos como antecedente que el costo de salida de un empleado de una empresa, dependiendo del cargo, puede llegarle a costar a una empresa hasta 50.000 dólares. (LIDERES, s/a). Esto se debe a que el costo no

solo incurre en el pago de la liquidación del empleado sino en costos por capacitación de la persona que cubre esa vacante, la pérdida de información en su puesto de trabajo, así como relaciones comerciales que una persona haya tenido con otros clientes. La alta rotación en los empleados de igual manera representa costo en tiempo y en el clima laboral de la empresa por lo que es importante buscar un equilibrio para el bienestar en general de la compañía. Si de esto tenemos en cuenta que en el Ecuador las empresas tienen un 5% de rotación de sus empleados, podemos ofrecer un producto que ligue a sus empleados por una mayor cantidad de tiempo a la empresa ofreciendo los empleadores un porcentaje del ahorro a los empleados para que de esta manera ellos se fidelicen a su lugar de trabajo por mayor tiempo y estos costos de rotación que sufren las empresas se vea disminuido circunstancialmente.

De igual manera la investigación de mercados nos ha determinado que podemos tener como mercado objetivo a 7.378 personas lo que determina que podemos llegar a tener un nicho lo suficientemente grande para que este negocio pueda ser rentable.

## **5. PLAN DE MARKETING**

El presente plan de marketing se realiza para poder cumplir las metas establecidas y mantenerlas vigentes.

Es importante saber que dentro del marketing se analizan las 4P'S (precio, producto, plaza y promoción) para el lanzamiento de **Stay Safe**.

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

La estrategia de marketing de servicio del plan ahorro Stay Safe será la diferenciación. " La diferenciación en la oferta a fin de poder conseguir una distinción de las ofertas de la competencia". (Kotler, 2012, p. 46).

La estrategia seleccionada se basa en el servicio que ahorro como un beneficio empresarial el mismo que fomenta la fidelidad del empleado en su compañía.

Tomando en cuenta el futuro de la compañía se ha determinado la estrategia desarrollo del producto / o servicio para seguir innovando la parte tecnología y alianzas estratégicas con empresas para poder tener una aceptación inmediata por el cliente.

### 5.1.1 Mercado Objetivo

El mercado objetivo final se puede calcular en base al segmento ya definido en el análisis del cliente, en base a preferencias, beneficios, capacidad de ahorro los mismos que se obtienen de la investigación de mercados realizada.

**Tabla 5. Segmentación de mercado**

Segmento	Características
Demográfico	Ubicación: Quito-Ecuador
Geográfico	Pichincha: 2.576.287 Quito: 1.978.376 Personas afiliadas al IESS Seguro General: 313.730 58.8% Capacidad de ahorro: <b>184.474</b>
Capacidad de Ahorro en el Ecuador	<b>58.8%</b>

Adaptado de (INEC, 2010)

**Tabla 6. Datos de la encuesta**

Encuestas	
Personas Ahorran	86,8%
Afiliados al IESS	83%
Interés en el Servicio	79,2%
Monto de Ahorro	\$50-\$150 Mensual

Adaptado de: Encuestas

Según los datos obtenidos en las encuestas podemos determinar que la gente está dispuesta a ahorrar entre \$50 y \$150 dólares mensuales si la entidad ofrece una tasa de interés atractiva. Se cumplen los dos requisitos que esté afiliada al IESS y que le guste ahorrar por lo que tenemos empleados con sueldos fijos y que tengan afiliación al IESS.

**Tabla 7. Mercado objetivo**

Personas Quito afiliadas al IESS	184.474
Interesadas en el Servicio de Ahorro	79,2%
Porcentaje de Participación de Stay Safe	4% = 184.474x4% = <b>7.378</b>

Adaptado de: (INEC, 2010)

Stay Safe toma el 4% de participación ya que es una nueva empresa en el mercado financiero, tomando en cuenta que existen empresas ya posicionadas con experiencia en el mismo.

Dentro de las 7.378 personas que es el segmento final al que se va a llegar Stay Safe, se va a iniciar penetrando al mercado de las empresas mejor posicionadas en el Ecuador las mismas que cuenta con un gran número de empleados a los cuales podemos ofrecer el servicio.

**Tabla 8. Top empresas en Ecuador**

POSICIÓN		INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA							NÚMERO DE EMPLEADOS
2018	2017	EXPEDIENTE	NOMBRE DE LA EMPRESA	TIPO	PROVINCIA	CIUDAD	SECTOR		
1	1	384	CORPORACION FAVORITA C.A.	ANÓNIMA	PICHINCHA	QUITO	MERCADO DE VALORES	10,478.00	
2	5	705547	SHAYA ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	PICHINCHA	QUITO	SOCIETARIO	111.00	
6	3	143615	CONSORCIO SHUSHUFINDI S.A.	ANÓNIMA	PICHINCHA	QUITO	SOCIETARIO	51.00	
7	8	47972	OTECEL S.A.	ANÓNIMA	PICHINCHA	QUITO	MERCADO DE VALORES	1,173.00	
8	9	93325	CORPORACION QUIPORT S.A.	ANÓNIMA	PICHINCHA	QUITO	SOCIETARIO	108.00	
9	6	45534	ANDES PETROLEUM ECUADOR LTD.	SUCURSAL EXTRANJERA	PICHINCHA	QUITO	SOCIETARIO	705.00	
10	10	146446	SCHLUMBERGER DEL ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	PICHINCHA	QUITO	SOCIETARIO	1,494.00	
11	11	7154	PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS C.A. PRONACA	ANÓNIMA	PICHINCHA	QUITO	MERCADO DE VALORES	7,199.00	
13	15	10532	HIDALGO E HIDALGO S.A.	ANÓNIMA	PICHINCHA	QUITO	SOCIETARIO	2,074.00	
18	23	2	ACERIA DEL ECUADOR CA ADELCA.	ANÓNIMA	PICHINCHA	QUITO	MERCADO DE VALORES	1,475.00	
19	17	8018	HALLIBURTON LATIN AMERICA S.R.L.	SUCURSAL EXTRANJERA	PICHINCHA	QUITO	SOCIETARIO	521.00	

Adaptado de: (Superintendencia de Compañías, 2020)

Podemos tomar como mercado a estas empresas ya que geográficamente se encuentran todas en la provincia de Pichincha y como matriz principal a la ciudad de Quito, es por esto que con estas empresas se puede tener contacto directo y relación directa para ofrecer nuestro producto para todos los empleados. De igual manera es estratégico para la logística de la empresa ya que al tener la plaza y

la base en Quito, es necesario que las empresas a las que nos dirigimos estén localizadas en ubicaciones cercanas para que se pueda acceder de manera sencilla hasta el punto donde se realice la presentación del producto.

5.1.2 Propuesta de Valor

PLAN DE AHORROS: FONDO DE INVERSIÓN				
<b>ASOCIACIONES CLAVES</b>  Inversiones en mercado primario y secundario  Relaciones con casas de valores para disminuir costos de operaciones de tesorería  Staff estratégico para realizar las <u>campañas de captación</u> de clientes.	<b>ACTIVIDADES CLAVES</b>  Desarrollar un buen enfoque de los beneficios del producto. Realizar una imagen publicitaria sólida. Encontrar empresas donde haya mucho volumen de personas. Planificar manejo de visitas y demostraciones.	<b>PROPUESTAS DE VALOR</b>  El producto brinda un plan de ahorro para las empresas que desean buscar un beneficio para sus empleados, lo puedan hacer con un plan de fidelización con sus empleados a través de un plan de ahorro que les brinde beneficios económicos a sus empleados.	<b>RELACIONES CON CLIENTES</b>  Captar a los clientes de manera personal con charlas del producto para un <u>beneficio monetario</u> a largo plazo.	<b>SEGMENTOS DE MERCADO</b>  El producto está dirigido como un plan de ahorro para empresas que busquen un modelo seguro para ofrecer un plan de carrera con ahorro dentro de sus empresas. Deben ser empresas con una capacidad mínima de 250 empleados.
	<b>RECURSOS CLAVES</b> Recursos Físicos: Infraestructura, equipo tecnológico. Recursos Humanos: Administrativos, financieros, vendedores. Recursos Económicos.		<b>CANALES</b> <u>Visita</u> de oficiales. Diseño de pagina web. Relación directa con el cliente. Experiencias expuestas <u>en</u> redes sociales Call center para visitas.	
<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>  Pago de obligaciones de la compañía. Costos bancarios Pago de sueldos al personal. Desarrollo de estrategias de publicidad.		<b>FUENTES DE INGRESO</b>  Aporte de los socios de la <u>empresa</u> para arrancar con la estructuración legal y administrativa de la compañía	Clientes 1,5% de administración del patrimonio administrado del Fondo de Inversión Aporte mínimo: \$100 Aporte empleado: 90% Aporte empleador: 10%	Intereses por las inversiones realizadas

Figura 2. Modelo Canvas

### 5.1.3 Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento que se usará está basada en el consumidor; es decir el consumidor en base a su experiencia será el que posicione el servicio en la mente de los consumidores. Una vez que ingrese a ser parte de los beneficios de la empresa puede recomendar el servicio y de esta manera llegar a más usuarios (Montero María, 2017, p. 32).

**Stay Safe** está enfocado en personas que trabajen en una empresa privada o pública, ser afiliado/a al IESS y gracias a su fidelidad en la empresa puedan acceder a un plan de ahorro a largo plazo con una tasa de interés superior a las entidades bancarias.

El plan de ahorro será un beneficio para que las empresas de igual manera disminuyan su rotación del personal y puedan fidelizar en un plazo mayor a sus empleados ofreciéndoles un beneficio a largo plazo, dándoles estabilidad con su empleo y otorgando a sus empleados un porcentaje del total de su ahorro para fomentar la motivación de los empleados a seguir laborando en la misma empresa.

La diversificación del portafolio en el Mercado de Valores es vital para que las inversiones sean seguras y el riesgo sea menor para la inversión de los empleados de las empresas que estén dentro de este programa.

## 5.2 Marketing Mix

### 5.2.1 Producto

#### Atributos

Stay Safe: Es un plan de ahorro enfocado en empleados privados y del estado que se encuentren afiliados en el IESS, sus atributos principales son:

- Tasa de Interés Anual del 9%.
- Amplio Portafolio de Inversiones.
- Bajo riesgo de inversión.
- Visitas por un asesor capacitado.



- Costo de administración anual más bajo del mercado 3.5%.

Se realizarán charlas en las empresas para explicar cómo funciona el servicio y cuál es la función del Encargo Fiduciario. El Encargo Fiduciario en este caso tendrá la facultad de tener un contrato firmado entre Stay Safe y la empresa para garantizar que a través de este medio se realicen los aportes desde el rol de pagos de los empleados y de igual manera se cobre un honorario mensual a la empresa por este servicio. El plazo mínimo de permanencia será de un año por cada empleado y a partir del primer año podrán retirar su dinero cada 60 días. Se firmarán contrato de igual manera con cada cliente que se adhiera al Fondo para tener su aceptación de igual manera a unirse a este programa. Se brindará servicio durante la captación de los clientes y después de que se adhieran donde se puede explicar a cada persona cualquier inquietud con respecto al Fondo. Los formularios para retirar su dinero deben ser entregados 5 días antes de la fecha en que van a realizar el retiro de su dinero. Si realizan un retiro anticipado tendrán una penalidad del 10% del valor que quieran retirar.

## Branding

**Stay Safe** es el nombre de la empresa que brindará el servicio de ahorro. En español **mantenerse seguro**, tiene relación con la actividad de la empresa tomando en cuenta que al momento que se decide ahorrar es para algún plan establecido o algún imprevisto que podamos tener y que necesiten de dinero para resolverlo.

## Logotipo



**Figura 3** . Logotipo de la compañía

El logotipo está diseñado con una tipografía llamativa para la vista del cliente, la misma que refleja firmeza, seguridad y confianza. Esta es una forma de poder posicionarnos en la mente de nuestros clientes con un nombre sencillo de dos palabras.

El color anaranjado pantone 1375 demuestra entusiasmo, felicidad, el éxito y creatividad, las mismas características con las que se encuentra la organización.

### **Eslogan**

El eslogan de este negocio es **“Si un mejor futuro quieres vivir, ahorrando tienes que seguir”**

### **Beneficios**

El producto está definido de la siguiente manera: producto de ahorro con período de carencia para los empleados de las empresas con un alto número de rotación de personal con aporte personal y de la empresa (90/10). Como antecedente, podemos marcar que el costo de salida de un empleado de una empresa, dependiendo del cargo, puede llegarle a costar a una empresa hasta 50.000 dólares. (LIDERES, s/a) Esto se debe a que el costo no solo incurre en el pago de la liquidación del empleado sino en costos por capacitación de la persona que cubre esa vacante, la pérdida de información en su puesto de trabajo, así como relaciones comerciales que una persona haya tenido con otros clientes. La alta rotación en los empleados de igual manera representa costo en tiempo y en el clima laboral de la empresa por lo que es importante buscar un equilibrio para el bienestar en general de la compañía.

En el Ecuador, anualmente las empresas tienen un 5% de rotación de sus empleados, por lo que el mercado objetivo son 10 empresas con más de 1000 empleados en las cuales podemos enfocar este producto.

El producto estará diseñado para que del rol de pagos de los empleados sea debitado un valor mensual, del cual el 10% será de aporte del empleador y el 90% del empleado. Ese 10% que aporte mensualmente el empleador podrá ser liberado cuando cumpla por lo menos 4 años en la empresa el empleado

(PERIODO DE CARENIA), de esta manera lo que se trata es que el empleado cumpla al menos ese tiempo en la empresa con un beneficio al mediano plazo ya que el empleado no solo recibirá el dinero aportado, sino que se sumarán los intereses que se generen al estar en un fondo de inversión.

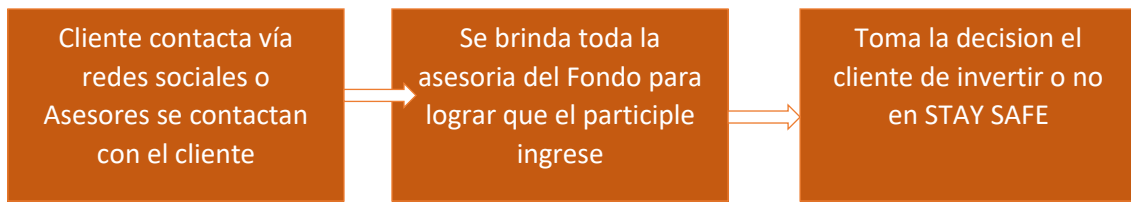
### **5.2.2 Plaza**

En cuanto a la plaza Stay Safe al ser un servicio con un alto nivel de competencia, se ha decidido tomar la estrategia de distribución directa sin intermediarios. Dentro de los atributos de nuestro servicio es dar a conocer nuestro servicio en las empresas. Es importante tomar en cuenta que la competencia brinda servicios de asesoría con sus asesores por lo cual debemos tener la capacidad suficiente para poder llegar al mercado objetivo.

Se contratará asesores comerciales con vehículo propio para de esta forma llegar de manera más efectiva a los clientes.

El canal de venta será directo ya que la fuerza de ventas irá directamente a las empresas a explicar el modelo de adhesión al programa de ahorro y de igual manera harán la captación y firma de los contratos directamente en las empresas con los clientes.

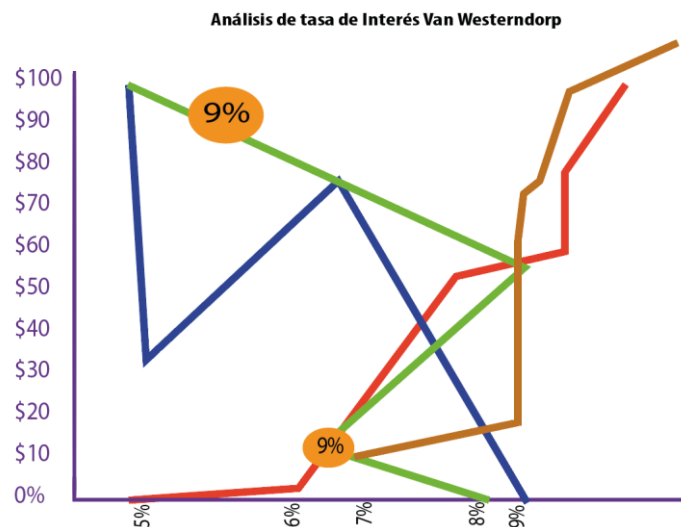
Los puntos de venta del producto deben ser en las empresas en las cuales se va a ofertar este producto para que los empleados puedan observar el beneficio que pueden obtener al tener un plan de ahorro e identificar cuanto van a poder obtener con el paso de los años. De igual manera se tendrá una página web en la cual cada uno de los empleados podrá ingresar y también simular cuales pueden ser sus beneficios con el fondo que se está ofertando. Los vendedores tendrán que realizar seguimientos mediante llamadas a los empleados para de esta manera poder tratar de captar mayores partícipes a los fondos.



**Figura 4. Canal de distribución**

### 5.2.3 Precio

De acuerdo al análisis obtenido en las encuestas, se ha logrado determinar la tasa de interés óptima es el 9%.



**Figura 5. Análisis Van Westerndorp**

La estrategia para aplicarse es la de precios orientados a la competencia ya que los competidores han fijado sus precios anteriormente lo cual implica para la empresa un ahorro de los costos de prueba y error del proceso de establecimiento de precios de servicios específicamente.

El cliente obtendrá el 9% anual de los fondos que va ahorrando mensualmente, deduciendo el 3.5% anual del total de fondos administrados en cada periodo del fondo.

Al ser uno de los ingresos más importantes los intereses generados por las inversiones que realiza el fondo, es importante tener un alto patrimonio a administrar para poder tener mayores oportunidades para la inversión.

### **Estrategia de fijación de precio**

Seleccionamos la estrategia de tasa de interés en base al valor percibido por las personas el mismo que se determina en base a la competencia por lo que contamos con una tasa a la par de las demás administradoras de fondos.

Se escoge la tasa del 9% el mismo que está ubicado cerca del punto máximo del margen óptimo de lo que los futuros clientes están dispuestos a recibir.

### **Estrategia de entrada**

La estrategia de entrada que escoge Stay Safe es penetración de mercado, orientada a la competencia de fondos de ahorro, brindando al cliente una tasa de interés del 9% la misma que los clientes están dispuestos a recibir.

### **Costo de ventas**

**Tabla 9. Costo de venta**

<b>Clasificación</b>	<b>DATOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>Condiciones</b>
FIJOS	Suministros de Oficina	\$ 35,00	Mensuales
FIJOS	Seguro de planta y equipo	1,00%	V. Planta y Equipo
FIJOS	Mantenimiento y reparaciones	\$ 80,00	Mensuales
FIJOS	Servicios básicos	\$ 150,00	Mensuales
FIJOS	Gasto arriendo	\$ 500,00	Mensuales
FIJOS	Publicidad y Mkt	3,50%	Ventas Mensuales
FIJOS	Gastos Administrativos	\$ 1.800,00	Un solo pago Anual

### **Estrategia de Ajuste**

La estrategia de fijación de precios de ajuste será dinámica en la cual los rendimientos se irán ajustando a las características del mercado para la satisfacción de los clientes.

## 5.2.4 Promoción

### Estrategia de promoción

La estrategia seleccionada para Stay Safe será de presión o push, la misma que está enfocada en publicidad vía redes sociales, ferias de entidades financieras, negociación con empresas que permitan dar a conocer el servicio a sus funcionarios. Esta estrategia permite que el servicio esté al alcance del cliente.

### Publicidad

En base a los resultados que se obtuvo en las encuestas, el marketing digital es un punto muy importante para poder llegar al cliente final, se contratará a una persona que maneje la parte de tecnología de la empresa, la misma que estará a cargo de las redes sociales. Adicional Stay Safe se puede mantener entre las primeras búsquedas de internet como servicios de ahorro.

La promoción directa en las oficinas de las empresas a las que se les ofrezca este producto será muy importante para una mejor explicación de todos los beneficios. Es por esto por lo que las empresas a las que hemos tomado como base para la venta de nuestro producto tienen sus sedes en la ciudad de Quito, lo cual es una ventaja en cuanto a gastos de publicidad y movilización ya que de esta manera trataremos de evitar desplazamientos largos para los vendedores.

**Tabla 10. Presupuesto de publicidad**

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD					
Año	1	2	3	4	5
Hosting	\$105,00	\$105,00	\$105,00	\$105,00	\$105,00
Página Web	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00
Google Apps	\$2.018,00	\$2.018,00	\$2.018,00	\$2.018,00	\$2.018,00
<b>Total</b>	<b>\$3.623,00</b>	<b>\$3.623,00</b>	<b>\$3.623,00</b>	<b>\$3.623,00</b>	<b>\$3.623,00</b>

### Marketing Directo

El Marketing de Stay Safe será mediante página web, facebook, Instagram y un canal de atención al cliente vía telefónica 1700 SAFE. Adicional se coordinará

con las empresas de alto número de empleados para poder dar charlas informativas a cerca del servicio, entregando información física y a las personas con mayor interés concretar citas futuras.

**Tabla 11. Presupuesto de marketing directo**

<b>PRESUPUESTO DE MARKETING DIRECTO</b>					
<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Facebook	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
Instagram	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
Flyers	\$300,00	\$-	\$-	\$-	\$-
Roll up	\$75,00	\$-	\$-	\$-	\$-
<b>Total</b>	<b>\$975,00</b>	<b>\$600,00</b>	<b>\$600,00</b>	<b>\$600,00</b>	<b>\$600,00</b>

En Facebook las campañas serán informativas para tratar de captar nuevas empresas que se adhieran al programa al igual que en Instagram. Ambas campañas tratarán de ir de la mano y en ambas las ideas es dar a conocer el producto de inversión, así como temas relacionados a la economía ecuatoriana donde se pueda indicar al mercado en general la oportunidad que representa el invertir en este tipo de empresa así como el crecimiento de este segmento financiero en el Ecuador.

## **6 PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

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

#### **6.1.1 Misión**

Stay Safe promueve la facilitación de servicios de fondos de inversión. Conformado por un grupo de trabajo capacitado con experiencia, para favorecer y potencializar capacidades, habilidades e intereses para un futuro, que le permita a los partícipes tener un mejor servicio de ahorro. Ubicados estratégicamente en el norte de Quito, ofreciendo instalaciones que les permitirán a los partícipes lograr un mejor rendimiento conjuntamente con un servicio al cliente atento a cualquier requerimiento.

### **6.1.2 Visión**

Stay Safe quiere ser para el 2025 un servicio de fondos de inversión top en el mercado, ofreciendo a sus clientes información diaria y veraz a través de diversos canales para su seguridad y confianza. Inculcando el correcto aprovechamiento de valores, habilidades y características a sus empleados para el beneficio de todos sus partícipes. Contando con un sistema de seguimiento tanto financiero como del servicio al cliente para el crecimiento en todo el mercado ecuatoriano.

### **6.1.3 Objetivo General**

Ser una empresa firme y sostenible financieramente hasta el quinto año, la misma que genera un crecimiento anual del 6% con rentabilidad gradual manteniendo siempre la innovación.

### **6.1.4 Objetivos específicos y estratégicos de la empresa**

Los objetivos a largo plazo están definidos con una periodicidad de cinco años. Los ingresos son proyectados cada año en base al crecimiento de los partícipes y el servicio al cliente es clave dentro del trabajo diario del fondo para que esa base de partícipes crezca y así el patrimonio que se administra sea más alto.

- Incremento del 5% del patrimonio administrado por Stay Safe en un periodo de cinco años.
- Aumentar el 10% del número de partícipes en un periodo de cinco años
- Reducir el proceso de tiempo de pago a los clientes en un 15% hasta el 2025.
- Motivación constante al personal en crecimiento generando un aumento de productividad de un 60%.

Los objetivos a corto plazo son proyectados mensualmente, el incremento del patrimonio administrado se va midiendo a través de los estados financieros mensuales, así como el incremento del número de partícipes. El servicio al cliente se puede ir midiendo a través de la satisfacción de los clientes y los tiempos de respuesta a los requerimientos.



- ✓ Incremento mensual del 3% del patrimonio mensual según el número de partícipes.
- ✓ Aumentar el 1% de los partícipes mensual.
- ✓ Mediciones semanales del tiempo de procesos de pagos.
- ✓ Capacitaciones mensuales por los propios empleados para mejora continua de los procesos internos y del ambiente laboral.

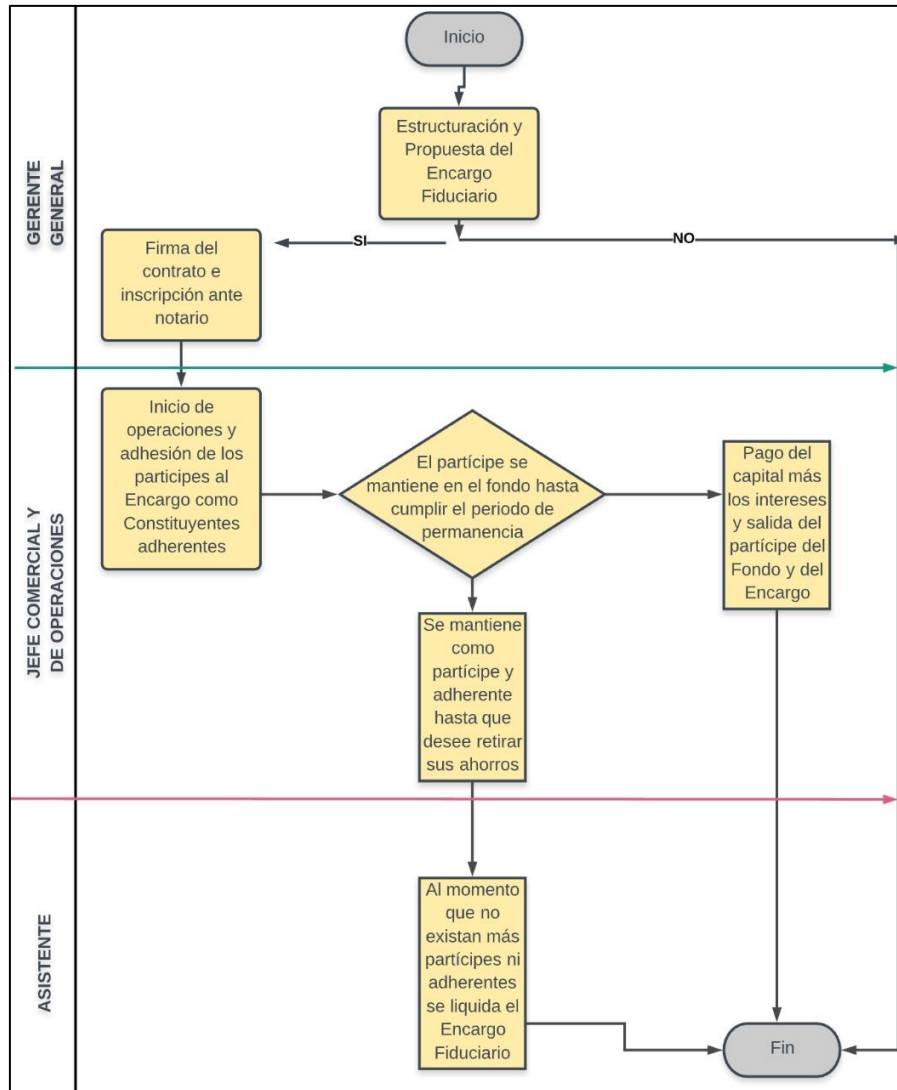
## **6.2 Plan de Operaciones**

Para poder dar marcha al proceso de captación de clientes, inversiones y pago a los clientes se optó por emplear la estrategia de flujo, por lo cual, según el modelo de negocio, se aplicará la estrategia enfocándose en el producto, en el cual se cumplen procesos con las respectivas herramientas por parte del personal encargado para la elaboración de estos servicios. (Carro Paz & Gonzalez , 2012, p. 16). Otro punto importante, se establecerá un control de calidad del servicio al cliente para medir la satisfacción que tienen dentro del servicio ofrecido.

### **6.2.1 Flujogramas de Procesos**

Los flujogramas indican los procesos principales que tiene la empresa los cuales son los siguientes: captación y registro de partícipes, inversiones del patrimonio y pago de rescates de los clientes.

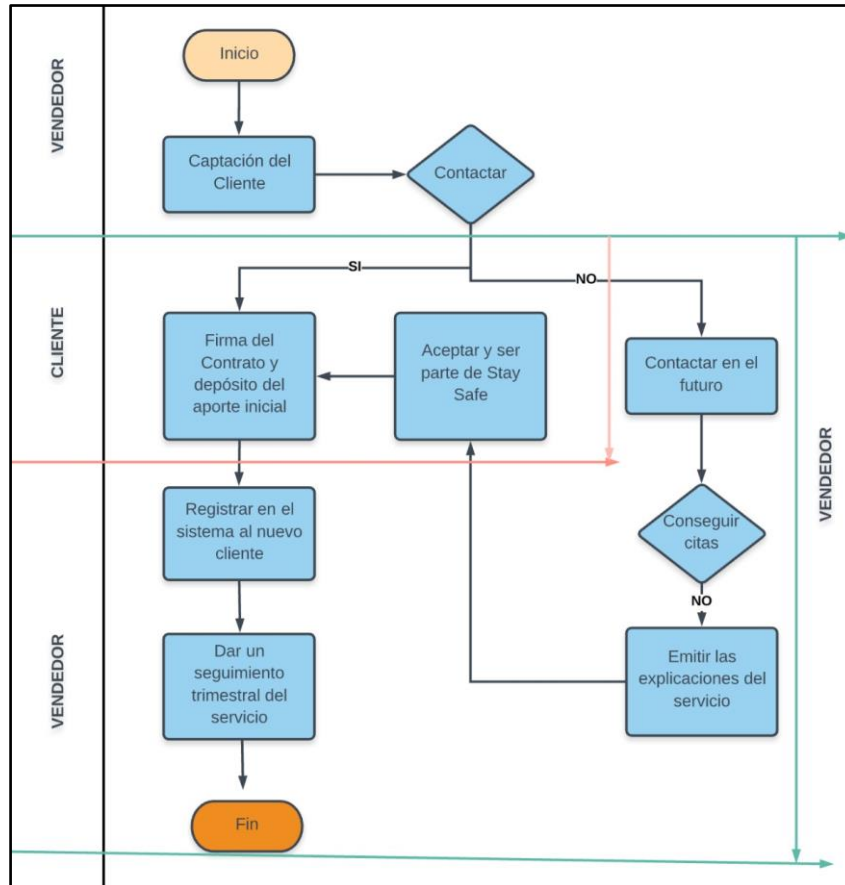
El proceso se inicia con la constitución de un Encargo Fiduciario donde la empresa va a firmar un contrato con Stay Safe donde va a estar estipulado las condiciones para que los empleados aporten de su rol de pagos al Fondo de Inversión. De igual manera aquí se establecen las reglas donde se evidencia qué porcentaje será un aporte de la empresa y que parte será entregada por el trabajador.



**Figura 6. Flujograma de encargo fiduciario**

El tiempo que se espera tomar en este proceso es de en promedio 15 años ya que se debe recopilar información de los constituyentes, firmar y enviar al cierre de notaría que toma 2 días, aperturar el fondo junto a la documentación de las personas y esperar a que la persona salga del fondo y finalmente que todas las personas salgan del fondo por lo que por lo menos deben pasar algunos años para que todos dejen de pertenecer al fondo.

En el proceso de captación y registro de partícipes podemos ver el siguiente flujograma:

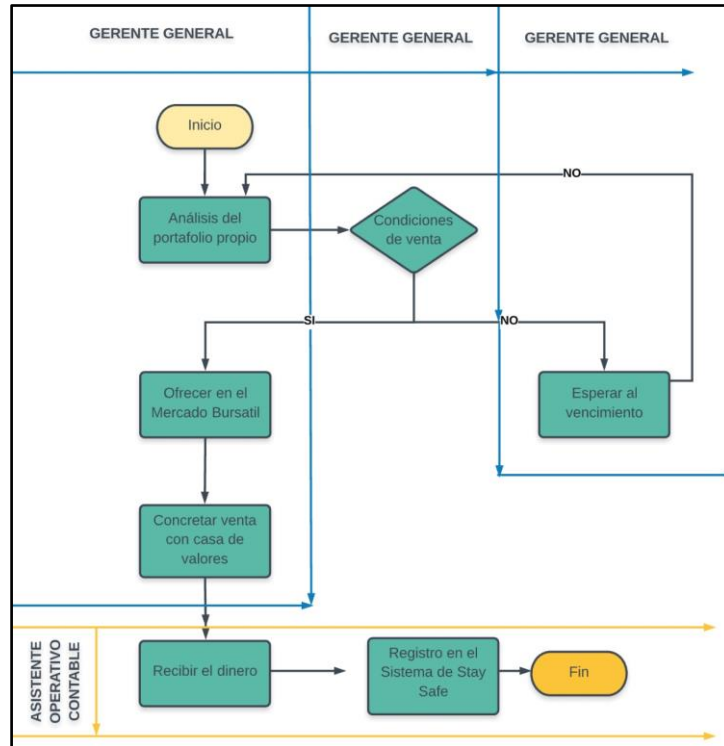


**Figura 7. Flujograma de captación y registro de partícipes**

Este proceso es vital para la empresa ya que de la captación de un alto número de clientes depende la cantidad de patrimonios que se puedan administrar y de esto va a depender los ingresos que se puedan generar por los intereses de las inversiones realizadas con este patrimonio.

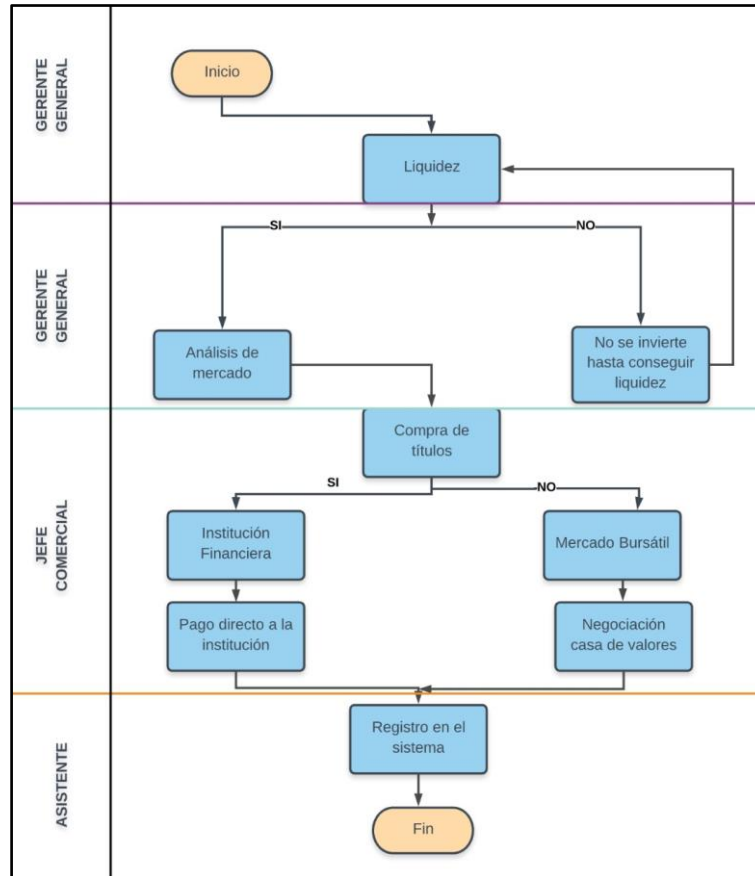
La captación puede tomar una semana en total hasta ya poder firmar los documentos con los clientes. El registro de las personas en el sistema toma un día por lo que el tiempo total sería una semana y un día.

El proceso de inversiones del patrimonio es el siguiente:



**Figura 8. Flujograma de procesos de compra**

El proceso de compra dura en total 1 día ya que las negociaciones, el pago y el registro de todo se realiza ese día de acuerdo al mercado.

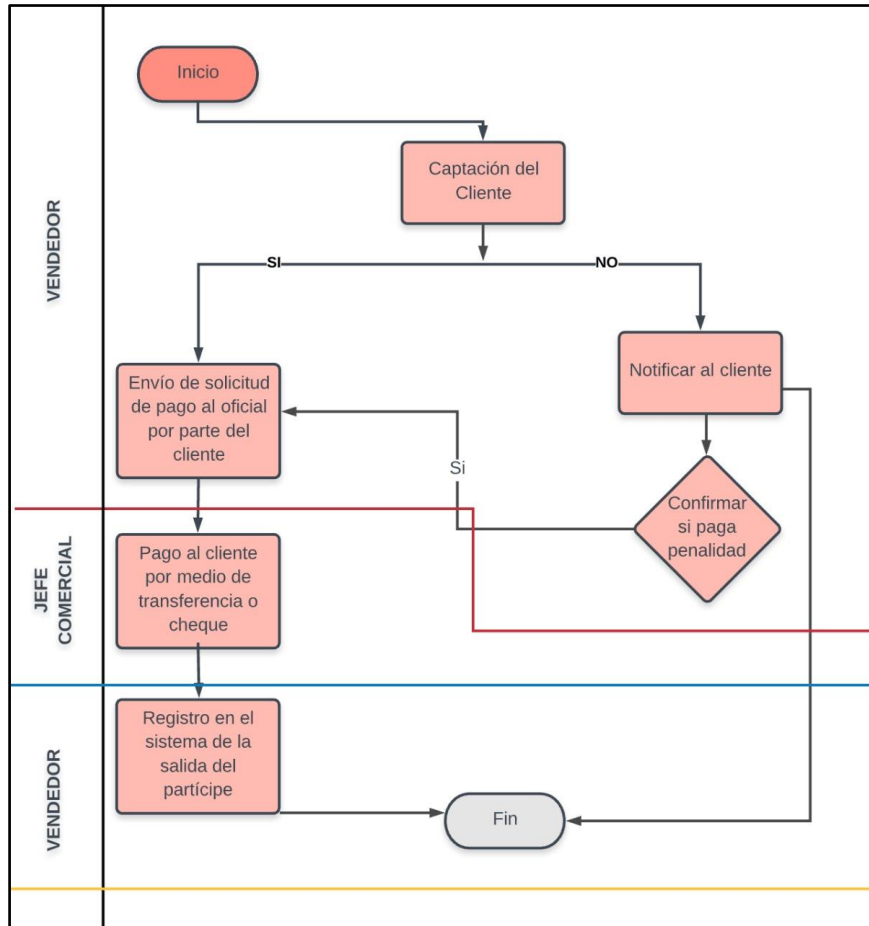


**Figura 9. Flujograma de proceso de venta**

En la figura 9 podemos definir de una forma muy simple el proceso de compra y venta de títulos para generar ingresos para el fondo y en beneficio de sus partícipes. Es un proceso muy importante ya que las decisiones que se tomen aquí van a influenciar enormemente en los ingresos del fondo y en la calidad del patrimonio.

El proceso de venta dura en total 1 día ya que las negociaciones, el pago y el registro de todo se realiza ese día de acuerdo al mercado.

El proceso de pago de rescates a los clientes tiene el siguiente flujograma:

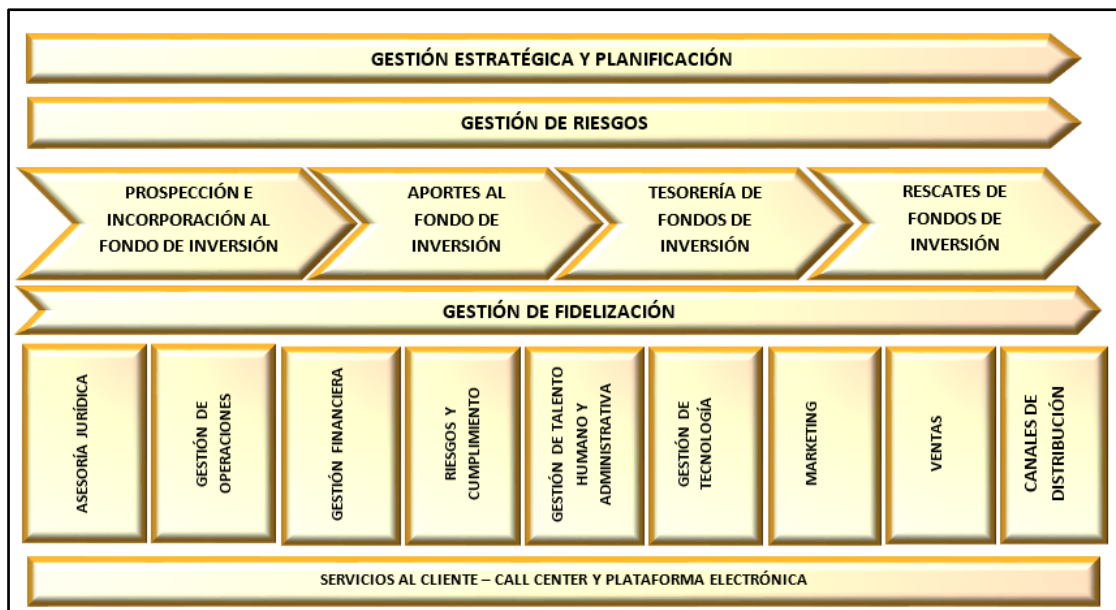


**Figura 10. Flujograma de pago de rescates a los clientes**

En esta tabla, podemos evidenciar como es muy importante el cumplimiento del periodo de carencia del fondo ya que la planificación se la realiza contemplando cuando ese dinero tiene que ser cancelado al partícipe más los intereses generados.

Es importante que la solicitud se entregue con 5 días de anticipación para preparar la liquidez en el fondo para poder realizar el pago. El proceso internamente toma 1 día más para realizar el pago y registrar esto en el sistema.

## 6.2.2 Cadena de Valor



**Figura 11. Cadena de valor**

En la cadena de valor podemos identificar claramente cuáles son todos los procesos que tiene la empresa y cuales son todos los involucrados dentro de este proceso para que el servicio al cliente sea efectivo y los resultados proyectados sean factibles y se puedan dar siguiendo toda la planificación que se tiene. En Asesoría Jurídica el empleado encargado será el Asesor Legal y de Riesgos, en Gestión de Operaciones el encargado es el Jefe Comercial y de Operaciones, para la Gestión Financiera tenemos como cabeza Gerente General con la asesoría del Jefe Comercial y de Operaciones y del Asistente Operativo / Contable, en cuanto a Riesgo y Cumplimiento el encargado es el Asesor Legal y de Riesgos, en cuanto a Talento Humano y Administración el Encargado es el Gerente General, en Gestión de Tecnología el Jefe de Tecnología es el encargado, en Marketing tenemos al Jefe Comercial y de Operaciones junto a los vendedores, en Ventas se encuentran los vendedores y en Canales de Distribución está el Jefe Comercial y de Operaciones.

### 6.2.3 Instalaciones y localización

La localización nacional sirve para definir qué ciudad es la adecuada por sus características para llevar a cabo las operaciones de Stay Safe. De acuerdo a la matriz que se encuentra a continuación, podemos definir que la ciudad ideal para el desarrollo de este proyecto es Quito.

**Tabla 12. Matriz de localización**

FACTORES CRÍTICOS	PONDERACIÓN	QUITO		GUAYAQUIL		CUENCA	
		CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Número de habitantes	0,13	4	0,52	4	0,52	4	0,52
Ingreso Promedio	0,21	5	1,05	5	1,05	5	1,05
Acceso a Internet	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Cercanía a otras entidades financieras	0,14	4	0,56	5	0,7	4	0,56
Disponibilidad de oficinas	0,1	4	0,4	4	0,4	4	0,4
Costo de arriendo y servicios básicos	0,12	5	0,6	4	0,48	5	0,6
Disponibilidad de personas especializadas para realizar el trabajo	0,09	4	0,36	3	0,27	3	0,27
Accesibilidad de nuevos clientes	0,11	4	0,44	3	0,33	4	0,44
	<b>1</b>		<b>4,23</b>		<b>4,05</b>		<b>4,14</b>

La ubicación geográfica de la empresa será en la Av. 6 de diciembre y Av. Gaspar de Villarroel, Edificio Torre Solari.



**Figura 12. Ubicación de la empresa**





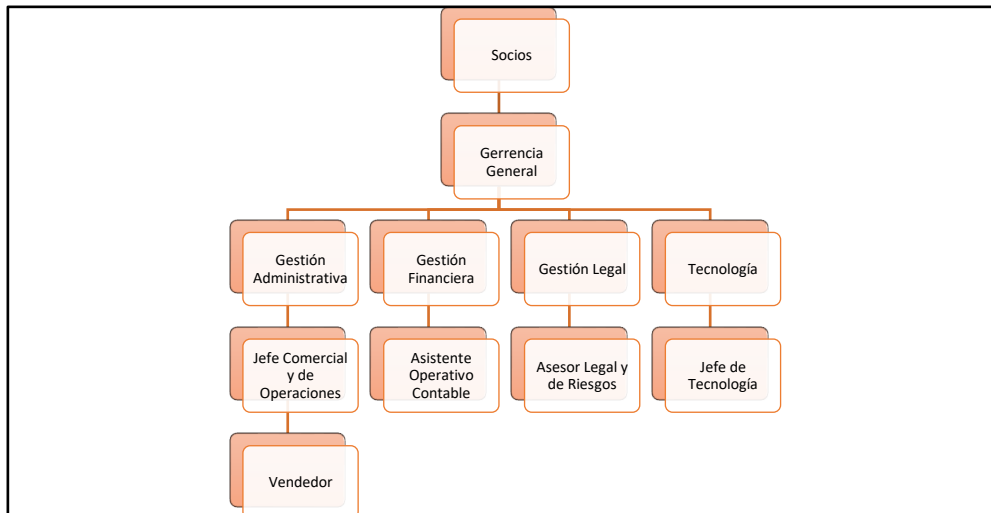
**Figura 13.- Plano de la empresa**

La oficina será de 100 metros cuadrados y tendrá un baño, sala de reuniones y puestos de trabajo con computadoras para cada empleado.

### **6.3. Estructura Organizacional**

El modelo de estructura organizacional plana “es una organización con pocos niveles jerárquicos en relación con su tamaño” (Gareth, 2008, p. 144)

Se ha definido para Stay Safe la estructura organizacional funcional; es la forma de organización más tradicional, en donde cada empleado tiene un superior y los equipos son agrupados por especialidades: ingeniería, marketing, ventas, producción, etc. Este es considerado como un modelo eficiente para una eficiente dirección de proyectos. (Esan, 20017).



**Figura 14. Organigrama**

### 6.3.1 Estructura Legal de la empresa

Stay Safe se va a establecer como una compañía de responsabilidad ilimitada según lo establece la sección V artículo 92 y subsiguientes de la ley de compañías (Ley de Compañías, 2017). Este tipo de compañía fue escogido debido a que Stay Safe cuenta con dos socios base, un socio es el que aporta el capital junto a la experiencia en el mercado y el otro se escribe como socio mayoritario.

Stay Safe se constituirá y dará inicio a su actividad económica según el proceso normal de constitución según lo establecido en el Art. 98 y según el proceso descrito en la ley de compañías:

- Reserva de nombre en el portal on line de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
- Elaborar y suscribir la escritura pública de la constitución de compañía, realizada en la Notaria 26.
- Elaboración de nombramientos de los representantes.
- Inscripción de los nombramientos en el Registro Mercantil del domicilio legal de la compañía.
- Luego de inscribir todos los documentos mencionados anteriormente, se requiere presentarse de manera directa a la Superintendencia de

Compañías, Valores y Seguros junto al formulario de registro de dirección para que a la misma se le asigne un número de expediente a la compañía.

- Al momento de obtener el expediente, se procede al obtener el registro único de contribuyentes en las oficinas del SRI (servicio de rentas internas), junto a los formularios O1A.
- Con el RUC se procede a obtener la patente municipal de la compañía con la documentación solicitada por el Municipio de Quito.
- Al finalizar, junto a toda la documentación en regla se procede a obtener los permisos de funcionamiento de los bomberos y los permisos municipales.

El presupuesto para el primer año para constitución de la compañía es de \$2.310,00.

### 6.3.2 Presupuesto de sueldos y salarios

*Tabla 13. Sueldos y salarios*

SUELDOS	1	2	3	4	5
TOTAL GASTO SUELDOS	\$ 71.260,00	\$ 78.002,84	\$ 79.440,43	\$ 84.990,47	\$ 94.124,51

El gasto requerido para pagar a las 7 personas definidas en la estructura organizacional alcanza a un total de \$71.260,00 si se considera sueldos base, fondos de reserva, décimo tercera, y décimo cuarto remuneraciones, comisiones y que va aumentando año tras año.

### 6.3.3 Descripción de funciones de puestos de trabajo

*Tabla 124. Descripción de funciones*

Cargo	Descripción de funciones
<b>Gerente General</b>	Representante legal de la compañía, toma las decisiones de la empresa y brinda apoyo y soporte en todas las áreas de la empresa. Liderando la formulación y aplicación del plan de negocios, actuar con los valores organizacionales, ser el representante de la empresa en todo momento.

---

<b>Jefe Comercial y de operaciones</b>	Encargado de proyectar las entradas y salidas de los partícipes. Coordina las transacciones operativas tanto de tesorería como de los partícipes. Realiza seguimiento de las salidas de los vendedores y controla la logística de este.
<b>Asistente Operativo y Contable</b>	Registra las transacciones operativas y contables que realiza el Fondo. Realiza los cierres contables diarios para el ente de control. Prepara la documentación para enviar a las entidades financieras, bolsa de valores, depósito centralizado y casas de valores.
<b>Vendedor</b>	Realiza visitas a nuevos y actuales clientes, seguimiento a través de llamadas, cierre y firma de contratos con nuevos clientes. Busca nuevos clientes a través de llamadas. Resuelve inquietudes de los clientes y recoge documentación necesaria para entregar a las áreas operativas.
<b>Asesor Legal y de Riesgos</b>	Revisa y prepara los contratos para inclusión de clientes. Revisa información de nuevos emisores donde se puede invertir. Analiza la situación del mercado y la información que presenta la competencia.
<b>Jefe de Tecnología</b>	Desarrolla y lleva el mantenimiento de la plataforma donde se registran las transacciones. Lleva el control de las licencias. Mantenimiento de los equipos de cómputo. Desarrollo y control de las redes sociales.

---

## 7. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 7.1 Proyección ingresos, costos y gastos

#### 7.1.1 Proyección de ingresos

La planificación de la venta de un fondo de inversión se basa en el mercado objetivo determinado en el plan de marketing, esto es de 7900 personas situadas en la ciudad de Quito, que trabajen en el top 10 de empresas más grandes de la ciudad. La empresa parte en el primer mes con la incorporación de 3000 empleados de las 5 empresas top del mercado y con un crecimiento de una empresa por año hasta llegar a tener a las 10 empresas adheridas. Se cobrará un valor de 1 salario básico unificado (el valor puede variar dependiendo de cada año) mensual a cada empresa que se adhiera con sus empleados en el plan de ahorro. El promedio del valor aportado por cada partícipe será del 1.5% mensual lo que nos llevará a tener en total al final del año 5 un total de 7220 clientes. De igual manera otra línea del ingreso corresponde a los intereses generados por las operaciones realizadas por el fondo. En este caso se encuentra proyectado un 15% de rendimiento en las operaciones de inversión. Por último, del total del patrimonio administrado se cobrará un honorario del 3.5% anual por administración del portafolio. Por la naturaleza de la empresa la política de cobro va a ser descontada mes a mes, sobre ese 3.5% anual, esos rendimientos van a estar relacionados directamente con el rendimiento de las inversiones. No hay cuentas por cobrar y el manejo comienza una vez sea entregado el patrimonio.

**Tabla 135. Proyección de ingresos**

Período	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 162.863,63	\$ 234.219,56	\$ 364.465,68	\$ 524.476,76	\$ 754.763,82

#### 7.1.2 Proyección de costos

Los costos del proyecto están definidos por el pago de intereses a los partícipes al momento del retiro de sus aportes. El valor que arrojó el estudio de mercado como el óptimo para el pago a los partícipes es del 9%. Las tendencias de crecimiento están igualmente definidas con los partícipes y con las fechas de salida de los partícipes del fondo.

Tabla 16. Proyección de ingresos

Período	1	2	3	4	5
Costos	\$ 67.730,42	\$ 98.082,21	\$ 157.887,91	\$ 254.315,32	\$ 409.329,92

### 7.1.3 Proyección de gastos

Los gastos proyectados en el Fondo corresponden a todo lo que corresponde a suministros y equipamiento para las operaciones diarias que necesite realizar el Fondo. Los gastos en marketing estarán atados a la cantidad y crecimiento de las ventas.

Tabla 17. Proyección de gastos

Clasificación	DATOS	TOTAL	Condiciones
FJOS	Suministros de Oficina	\$ 35,00	Mensuales
FJOS	Seguro de planta y equipo	1,00%	V. Planta y Equipo
FJOS	Mantenimiento y reparaciones	\$ 80,00	Mensuales
FJOS	Servicios básicos	\$ 150,00	Mensuales
FJOS	Gasto arriendo	\$ 500,00	Mensuales
FJOS	Publicidad y Mkt	3,50%	Ventas Mensuales
FJOS	Gastos Administrativos	\$ 1.800,00	Un solo pago Anual
FJOS	Gastos de constitución	\$ 2.310,00	Un solo pago

## 7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital

### 7.2.1 Inversión Inicial

La inversión inicial está compuesta por todos los equipos de computación y mobiliario para el diario funcionamiento de la empresa, así como de la inversión en intangibles que corresponde a la adquisición del software contable para tener una mejor administración de la empresa. Para el lanzamiento del proyecto se requiere una inversión de 22 414.40\$. El capital propio representa el 60% del total de la inversión. El otro 40% será financiado por medio de una deuda a 5 años con una tasa de interés del 11.50%. El valor total del préstamo será de 8,965.76.

**Tabla18. Estructura de la inversión inicial**

<b>Inversión Inicial</b>	
Inversiones PPE	7.614,40
Inversiones Intangibles	\$300,00
Capital de Trabajo	\$16.803,78
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>24.718,18</b>

### 7.2.2 Capital de Trabajo

El capital de trabajo inicial es un valor en efectivo que necesita la empresa para poder asegurar su operación en los primeros meses. El valor fijado como capital de trabajo es de \$21.051,08, en el cual se considera, los gastos generales del primer mes de operación, en donde se incluye lo establecido en el plan de marketing, la provisión de dos salarios del personal y un monto de reserva para poder cubrir el pago del crédito realizado para el financiamiento de arranque de la empresa. Por lo tanto, la distribución del capital de trabajo es la siguiente:

**Tabla 149. Estructura del capital de trabajo**

<b>Capital de trabajo</b>	
<b>Gastos generales</b>	\$4.457,91
<b>Salarios del personal</b>	\$11.876,67
<b>Reserva pago crédito</b>	\$4.716,50
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>\$21.051,08</b>

### 7.2.3 Estructura de financiamiento

La estructura de capital para poner en marcha la empresa es 60% del capital propio proviene de los accionistas, este valor es \$13.448,64, el cual en el estado de situación financiera se registra como patrimonio. El 40% por un valor de \$8,965.76, el cual proviene de un préstamo solicitado a una institución financiera, el mismo que será contratado en el Banco de Pichincha a una tasa de interés de 11,50% a un plazo de cinco años. La cuota mensual es de \$197.18 este valor está acorde a la estructura de la empresa.

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

### 7.3.1 Estado de Resultados

Según la información detallada en las proyecciones de ingresos, costos y gastos se construye el estado de resultados para cinco años, en el cual se toma en cuenta el cálculo de amortizaciones y depreciaciones:

**Tabla 20. Estado de resultados**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO - ANUAL</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas	\$162.863,63	\$234.219,56	\$364.465,68	\$524.476,76	\$754.763,82
Costo de los productos vendidos	\$67.730,42	\$98.082,21	\$157.887,91	\$254.315,32	\$409.329,92
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$95.133,22</b>	<b>\$136.137,34</b>	<b>\$206.577,77</b>	<b>\$270.161,45</b>	<b>\$345.433,89</b>
Gastos sueldos	\$63.637,00	\$69.879,84	\$71.317,43	\$74.145,67	\$74.673,60
Gastos generales	\$24.724,92	\$22.447,45	\$23.571,23	\$24.383,86	\$25.230,62
Gastos de depreciación	\$1.044,12	\$1.044,12	\$1.044,12	\$247,50	\$270,00
Gastos de amortización	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.</b>	<b>\$5.627,17</b>	<b>\$42.665,93</b>	<b>\$110.544,99</b>	<b>\$171.284,41</b>	<b>\$245.159,67</b>
Gastos de intereses	\$958,39	\$787,69	\$596,28	\$381,67	\$141,03
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$4.668,78</b>	<b>\$41.878,24</b>	<b>\$109.948,71</b>	<b>\$170.902,74</b>	<b>\$245.018,64</b>
15% Participacion trabajadores	\$1.249,71	\$6.281,74	\$16.492,31	\$25.635,41	\$36.752,80
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$3.419,07</b>	<b>\$35.596,50</b>	<b>\$93.456,40</b>	<b>\$145.267,33</b>	<b>\$208.265,85</b>
22% Impuesto a la renta	\$1.557,97	\$7.831,23	\$20.560,41	\$31.958,81	\$45.818,49
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$1.861,11</b>	<b>\$27.765,27</b>	<b>\$72.895,99</b>	<b>\$113.308,52</b>	<b>\$162.447,36</b>

Los ingresos por ventas del año 1 por \$162.863,63 ayudan a estabilizar los fuertes gastos del primer año y dejan que la empresa tenga una utilidad de \$1,861.11 al primer año de operaciones. Podemos identificar que para el año 5 la utilidad neta de la empresa es de \$162,447.36. El crecimiento de la utilidad parte de una cifra baja, esto se debe a que pueden existir inversiones con un rendimiento creciente de un año a otro. La variación más significativa se dará del primer al segundo año, donde se estima que existirá un mayor incremento de clientes acompañado de rendimientos positivos. La idea es buscar rendimiento de inversiones que año a año vayan ganando un valor mayor, esto con el objetivo de que el patrimonio de los clientes vaya en crecimiento. Con los resultados obtenidos se puede ver que va a existir periodos de tiempo con mejores rendimientos que otros, este tipo de comportamientos es natural en las inversiones y no se puede descartar. Finalmente, la variación del último año será



principalmente por un decrecimiento en el valor de los intereses y rentas de las inversiones, un comportamiento regular luego de un periodo de crecimiento importante, eso afectará las utilidades pero no se las verá de manera negativa.

### 7.3.2 Estado de Situación Financiera

El estado de situación financiera nos indica cómo está la operación de la empresa y como se encuentra financiada por parte del patrimonio de los accionistas o el financiamiento externo.

**Tabla 21. Estado de situación financiera**

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS</b>	<b>\$22.414,40</b>	<b>\$24.184,27</b>	<b>\$51.581,15</b>	<b>\$125.062,64</b>	<b>\$238.480,29</b>	<b>\$401.463,05</b>
<b>Corrientes</b>	<b>\$14.500,00</b>	<b>\$18.654,19</b>	<b>\$48.435,39</b>	<b>\$124.301,20</b>	<b>\$233.869,20</b>	<b>\$398.462,16</b>
Efectivo y Equivalentes	\$14.500,00	\$18.654,19	\$48.435,39	\$124.301,20	\$233.869,20	\$398.462,16
<b>No Corrientes</b>	<b>\$7.914,40</b>	<b>\$5.530,08</b>	<b>\$3.145,76</b>	<b>\$761,44</b>	<b>\$4.611,09</b>	<b>\$3.000,89</b>
Propiedad, Planta y Equipo	\$7.614,40	\$7.614,40	\$7.614,40	\$7.614,40	\$12.648,40	\$12.648,40
Depreciación acumulada	\$0,00	\$2.284,32	\$4.568,64	\$6.852,96	\$8.237,31	\$9.747,51
Intangibles	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$600,00	\$600,00
Amortización acumulada	\$0,00	\$100,00	\$200,00	\$300,00	\$400,00	\$500,00
<b>PASIVOS</b>	<b>\$8.965,76</b>	<b>\$8.874,53</b>	<b>\$8.506,13</b>	<b>\$9.091,63</b>	<b>\$9.200,76</b>	<b>\$9.736,16</b>
<b>Corrientes</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$1.316,54</b>	<b>\$2.526,62</b>	<b>\$4.882,00</b>	<b>\$6.975,63</b>	<b>\$9.736,16</b>
Sueldos por pagar	\$0,00	\$656,67	\$656,67	\$656,67	\$656,67	\$656,67
Impuestos por pagar	\$0,00	\$659,87	\$1.869,95	\$4.225,34	\$6.318,96	\$9.079,50
<b>No Corrientes</b>	<b>\$8.965,76</b>	<b>\$7.557,99</b>	<b>\$5.979,51</b>	<b>\$4.209,63</b>	<b>\$2.225,13</b>	<b>\$0,00</b>
Deuda a largo plazo	\$8.965,76	\$7.557,99	\$5.979,51	\$4.209,63	\$2.225,13	\$0,00
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$13.448,64</b>	<b>\$15.309,75</b>	<b>\$43.075,02</b>	<b>\$115.971,01</b>	<b>\$229.279,53</b>	<b>\$391.726,89</b>
Capital	\$13.448,64	\$13.448,64	\$13.448,64	\$13.448,64	\$13.448,64	\$13.448,64
Utilidades retenidas	\$0,00	\$1.861,11	\$29.626,38	\$102.522,37	\$215.830,89	\$378.278,25

### 7.3.3 Estado de flujo de efectivo

**Tabla 22. Estado de flujo de efectivo**

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Actividades Operacionales</b>	<b>\$ 5.561,97</b>	<b>\$ 31.359,68</b>	<b>\$ 77.635,69</b>	<b>\$ 116.886,50</b>	<b>\$ 166.818,09</b>
Utilidad Neta	\$ 1.861,11	\$ 27.765,27	\$ 72.895,99	\$ 113.308,52	\$ 162.447,36
Depreciaciones y amortización					
+ Depreciación	\$ 2.284,32	\$ 2.284,32	\$ 2.284,32	\$ 1.384,35	\$ 1.510,20
+ Amortización	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
+ Δ Sueldos por pagar	\$ 656,67	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Δ Impuestos	\$ 659,87	\$ 1.210,08	\$ 2.355,38	\$ 2.093,63	\$ 2.760,53
<b>Actividades de Financiamiento</b>	<b>\$ (1.407,77)</b>	<b>\$ (1.578,48)</b>	<b>\$ (1.769,88)</b>	<b>\$ (1.984,50)</b>	<b>\$ (2.225,13)</b>
+ Δ Deuda Largo Plazo	\$ (1.407,77)	\$ (1.578,48)	\$ (1.769,88)	\$ (1.984,50)	\$ (2.225,13)
<b>INCREMENTO NETO EN EFECTIVO</b>	<b>\$ 4.154,19</b>	<b>\$ 29.781,20</b>	<b>\$ 75.865,81</b>	<b>\$ 109.568,00</b>	<b>\$ 164.592,96</b>
<b>EFECTIVO PRINCIPIO DE PERÍODO</b>	<b>\$ 14.500,00</b>	<b>\$ 18.654,19</b>	<b>\$ 48.435,39</b>	<b>\$ 124.301,20</b>	<b>\$ 233.869,20</b>
<b>TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO</b>	<b>\$ 18.654,19</b>	<b>\$ 48.435,39</b>	<b>\$ 124.301,20</b>	<b>\$ 233.869,20</b>	<b>\$ 398.462,16</b>

El estado de flujo de efectivo indica la situación de liquidez de la empresa, la principal parte a tener en cuenta es la acumulación de utilidades en la cuenta de efectivo.

### 7.3.4 Flujo de Caja del Proyecto

El estado de flujo de caja del proyecto se realiza en base del estado de resultados. El saldo final del flujo de caja se detalla a continuación:

**Tabla 23. Estado de flujo de caja del proyecto**

<b>ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Actividades Operacionales</b>	<b>\$ 5.561,97</b>	<b>\$ 31.359,68</b>	<b>\$ 77.635,69</b>	<b>\$ 116.886,50</b>	<b>\$ 166.818,09</b>
Utilidad Neta	\$ 1.861,11	\$ 27.765,27	\$ 72.895,99	\$ 113.308,52	\$ 162.447,36
Depreciaciones y amortización					
+ Depreciación	\$ 2.284,32	\$ 2.284,32	\$ 2.284,32	\$ 1.384,35	\$ 1.510,20
+ Amortización	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
+ Δ Sueldos por pagar	\$ 656,67	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Δ Impuestos	\$ 659,87	\$ 1.210,08	\$ 2.355,38	\$ 2.093,63	\$ 2.760,53
<b>Actividades de Financiamiento</b>	<b>\$ (1.407,77)</b>	<b>\$ (1.578,48)</b>	<b>\$ (1.769,88)</b>	<b>\$ (1.984,50)</b>	<b>\$ (2.225,13)</b>
+ Δ Deuda Largo Plazo	\$ (1.407,77)	\$ (1.578,48)	\$ (1.769,88)	\$ (1.984,50)	\$ (2.225,13)
<b>INCREMENTO NETO EN EFECTIVO</b>	<b>\$ 4.154,19</b>	<b>\$ 29.781,20</b>	<b>\$ 75.865,81</b>	<b>\$ 109.568,00</b>	<b>\$ 164.592,96</b>
<b>EFECTIVO PRINCIPIO DE PERIODO</b>	<b>\$ 14.500,00</b>	<b>\$ 18.654,19</b>	<b>\$ 48.435,39</b>	<b>\$ 124.301,20</b>	<b>\$ 233.869,20</b>
<b>TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO</b>	<b>\$ 18.654,19</b>	<b>\$ 48.435,39</b>	<b>\$ 124.301,20</b>	<b>\$ 233.869,20</b>	<b>\$ 398.462,16</b>

## 7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración

### 7.4.1 Proyección del flujo de caja del inversionista

El flujo de caja del inversionista inicia en el flujo de caja del proyecto, el cual se puede observar el saldo final:

**Tabla 24. Flujo de caja del inversionista**

<b>FLUJO DEL INVERSIONISTA</b>	(13.448,64)	(0,00)	0,00	(0,00)	0,00	460.876,38
--------------------------------	-------------	--------	------	--------	------	------------

### 7.4.2 Cálculo de tasa de descuento

La tasa de descuento se determina en base al costo promedio ponderado de capital. Los datos para el cálculo de la tasa de descuento fueron los siguientes:

tasa libre de riesgo 1.71%, beta 0.78, beta apalancado 0.83, riesgo país 8.81% y razón deuda capital 0.67.

**Tabla 25 Tasa de descuento**

<b>TASAS DE DESCUENTO</b>	
<b>WACC</b>	15,34%
<b>CAPM</b>	20,68%

### 7.4.3 Criterios de valoración

Los criterios de valoración para la evaluación financiera son los detallados a continuación:

**Tabla 156. Evaluación flujos del proyecto**

<b>EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO</b>	
<b>VAN</b>	<b>\$210.427,47</b>
<b>IR</b>	<b>10,39</b>
<b>TIR</b>	<b>87,05%</b>

<b>EVALUACIÓN FLUJO DEL INVERSIONISTA</b>	
<b>VAN</b>	<b>\$166.612,33</b>
<b>IR</b>	<b>13,39</b>
<b>TIR</b>	<b>102,76%</b>

Los resultados que podemos observar del proyecto nos indican que es factible de realizar en base a todas las proyecciones que se han considerado en este capítulo, ya que, el Valor Actual Neto es mayor a cero, en los escenarios del inversionista y del proyecto lo cual nos indica que el proyecto genera flujos positivos los cuales sustentan la rentabilidad de los accionistas y de la empresa. La tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento del inversionista y del proyecto, esto establece que para el inversionista si es rentable destinar sus recursos en la inversión inicial.

## 7.5 Índices financieros

Tabla 27. Índices financieros

<i>Razones de liquidez</i>		<i>Periodo</i>					<i>Industria</i>
		1	2	3	4	5	
Razón circulante	veces	14,53	18,80	24,83	33,12	40,26	12,42
<i>Razones de apalancamiento</i>							
Razón de deuda a capital	veces	0,56	0,20	0,08	0,04	0,03	0,47
<i>Razones de rentabilidad</i>							
Margen de utilidad	%	0,01	0,11	0,20	0,21	0,21	0,07
ROA	%	0,10	0,53	0,58	0,47	0,41	4,38
ROE	%	0,15	0,63	0,63	0,49	0,42	1,2

Los índices financieros que se observa de la empresa, nos indica que existe una evolución financiera, la razón circulante determina si existe dinero disponible para poder enfrentar las obligaciones. En cuanto a la industria, la liquidez de la empresa es mayor. En la razón de deuda capital determina el endeudamiento de la empresa, se identifica que se requiere únicamente en el año 1 financiamiento externo para de esta forma iniciar sus operaciones del mismo año. En cuestión a la rentabilidad, la empresa tiene porcentajes mayores a partir del año 3, por lo que permite concluir que existe un crecimiento constante en la empresa.

Tabla 28. Índices de Situación

INDICES	
ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO	0.13
ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	0.18
ENDEUDAMIENTO ACTIVO FIJO	2.21
MARGEN NETO	0.22
RENTABILIDAD FINANCIERA	0.46

Adicionalmente a los índices de liquidez podemos evaluar la situación dentro de los 5 años del proyecto. Vemos estadísticas positivas como un bajo nivel de endeudamiento frente al patrimonio o la rentabilidad financiera. Adicionalmente la rentabilidad es bastante positiva, con un 0.46. El proyecto sin embargo depende en gran medida de rendimientos endógenos al desempeño de los analistas. La rentabilidad depende en parte de un análisis preciso para mejores inversiones y también factores de las utilidades de las inversiones realizadas.

## 8. CONCLUSIONES

El plan de negocios demuestra la constitución de una empresa que administre el dinero de terceros, a través de un Fondo de Inversión al cual las empresas pueden adherir a sus empleados con la suscripción de un Encargo Fiduciario, en el cual se establecerán las condiciones para que una parte del aporte sea del rol de pagos del empleado y la otra parte sea aportada por el empleador.

El análisis de entorno del país resalta que es una industria en la cual las barreras de entrada para los consumidores son altas al haber empresas posicionadas en el mercado, pero que tiene un extenso mercado que con un producto que entregue los beneficios necesarios para las personas puede generar una alta rentabilidad. Se puede concluir que al ver que los Fideicomisos y administradoras de Fondos representan el 9% del PIB lo cual marca un crecimiento que se puede aprovechar en esta industria.

La opinión de los expertos nos indica que para la correcta administración de fondos de terceros es muy importante la preparación y la experiencia del personal de la empresa ya que se toman decisiones muy importantes con el dinero. De igual manera la confianza de los clientes es primordial a través de la transparencia de las transacciones y del pago puntual de los intereses a los clientes.

La investigación cuantitativa se logró determinar las características para el fondo de inversión y cuáles serían los beneficios óptimos para que los clientes prefieran invertir en este producto financiero y no en otro de la competencia. El determinar que 7378 personas podría ser nuestro mercado y que un 58% de este considere el ahorrar su dinero de acuerdo a las características del fondo es muy importante para que podamos determinar que podemos tener un producto rentable.

El análisis del cliente indica que existe una oportunidad de negocio en base al comportamiento del consumidor y sus necesidades insatisfechas, esto fue fundamental para saber qué tipo de clientes podríamos tener y cuáles serían las estrategias adecuadas para este proyecto. La investigación determinó que el

consumidor prefiere ahorrar donde la tasa de interés sea más alta y que prefieren recibir la información a través de redes sociales por lo que las campañas a realizar serán exhaustivas en ese sentido a través de redes sociales.

Las estrategias de marketing se enfocan al mercado objetivo, para de esta forma introducir al mercado a Stay Safe y posicionarse en la mente del consumidor, esto será primordial para el crecimiento exponencial proyectado para este proyecto. La estrategia de posicionamiento está basada en el consumidor por lo que de esta forma lo que se quiere aprovechar es la buena experiencia que tenga cada consumidor en su ahorro y de esa forma pasar esa información a nuevos consumidores.

La estructura organizacional, los objetivos y cargos de los empleados son vitales para el cumplimiento de los procesos diarios de la empresa. Las funciones de cada uno de los empleados están determinadas para el cumplimiento de los objetivos de este proyecto. El cumplimiento de los objetivos a corto, mediano y largo plazo está basado en el aumento del patrimonio administrado y de la cantidad de partícipes por lo que la estructura de la empresa y los procesos bien definidos serán el eje para alcanzar el 5% de crecimiento total en 5 años.

El plan de negocios es sólido y sustentable financieramente ya que se obtuvo un VAN de \$166.612.33 y TIR de 102.76%, las utilidades empiezan a partir del primer año con una pequeña ganancia de \$1.861.11 y van aumentando sustancialmente cada uno de los años posteriores.

Según los resultados alcanzados en los diferentes análisis del proyecto, es viable el lanzamiento de un plan de un servicio que combina los fondos de inversión y los negocios fiduciarios como una herramienta para incentivar el ahorro de los empleados de las empresas

## REFERENCIAS

- Banco Central del Ecuador. (Diciembre de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de Inflación: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201704.pdf>
- Banco Mundial. (14 de Octubre de 2019). *Banco Mundial*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de Panorama general: <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Carro Paz, R., & Gonzalez, D. (2012). *El Sistema de Producción y Operaciones*. Mar del Plata: Facultad de Ciencias Economicas y Sociales. Recuperado el 03 de Febrero de 2020
- CNE. (2017). *CNE*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de Resultados Elecciones: <https://resultados2017.cne.gob.ec/frmResultados.aspx>
- David, Fred. (2017). Conceptos de Administración Estratégica. En F. David, *Conceptos de Administración Estratégica* (Decimo cuarta ed., pág. 61). Mexico: Pearson Educacion . Recuperado el 03 de Febrero de 2020
- Diario Expreso. (21 de 06 de 2019). *Diario Expreso*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de Los fideicomisos del país mueven \$9500 millones: <https://www.pressreader.com/ecuador/diario-expreso/20190621/281711206176392>
- El Comercio . (2017). *El Comercio*. Obtenido de En busca de una nueva matriz productiva: <http://www.elcomercio.com/actualidad/propuestas-matrizproductiva-candidatos-elecciones.html>
- Enriquez, C. (2013). Las empresas buscan motivar al ahorro. *Revista Lideres*, 2. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de Las empresas buscan motivar al ahorro: <https://www.revistalideres.ec/lideres/empresas-buscan-motivar-ahorro.html>
- Esan, C. (17 de Marzo de 20017). *Conexion Esan*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de La estructura organizacional estructural: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/03/la-estructura-organizacional-funcional/>

- Fraga, A. (27 de Noviembre de 2016). *TICBEAT*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de ¿Desarrollo in-house o contratar una consultora TIC? Las claves a tener en cuenta: <https://www.ticbeat.com/tecnologias/desarrollo-in-house-o-contratar-una-consultora-tic-las-claves-a-tener-en-cuenta/>
- Gareth, J. (2008). *TEORÍA ORGANIZACIONAL. Diseño y cambio en las organizaciones*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Recuperado el 03 de Febrero de 2020
- IEPI. (2019). *Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual*. Obtenido de Protección de marca: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>:  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/CPV\\_aplicativos/modulo\\_cpv/CIU4.0.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/modulo_cpv/CIU4.0.pdf)
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- INEC. (17 de Octubre de 2016). *INEC*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-publica-cifras-del-mercado-laboral-de-septiembre-2016/>
- Kotler, P. .. (2012). *Dirección de Marketing* (Vol. 1). Mexico: Pearson.
- Ley de Compañías. (29 de Diciembre de 2017). *Ley de Compañías*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de Registro Oficial: [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)
- LIDERES. (s/a). La Rotación Eleva los Costos de la Empresa. (C. Enriquez , Ed.) *Revista Lideres*, 2. Obtenido de Líderes: <https://www.revistalideres.ec/lideres/rotacion-eleva-costos-empresa.html>
- Montero María. (3 de Noviembre de 2017). *Emprende Pyme*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de Estrategias de posicionamiento: <https://www.emprendepyme.net/estrategias-de-posicionamiento.html>
- Portal Unico de Tramites Ciudadanos. (2019). *Guía Oficial de Trámites y Servicios del Ecuador*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de Portal



Unico de Tramites Ciudadanos:  
<https://www.gob.ec/dinardap/tramites/inscripcion-actos-mercantiles#requirements>

Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2018). *Servicio Nacional de Derechos Intelectuales*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de Servicio Nacional de Derechos Intelectuales:  
<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/comunicacion-interna/mes-julio/politica-ahorro-de-papel-e%20impresiones-v7.pdf>

Superintendencia de Compañías. (03 de Febrero de 2020). *Raking Empresarial*. Obtenido de Superintendencia de Compañías:  
<https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/>

Superintendencia de Compañías. (2020). *Superintendencia de Compañías*. Obtenido de Mercado de Valores:  
<https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/Inicio/Inicio/MercadoValores>

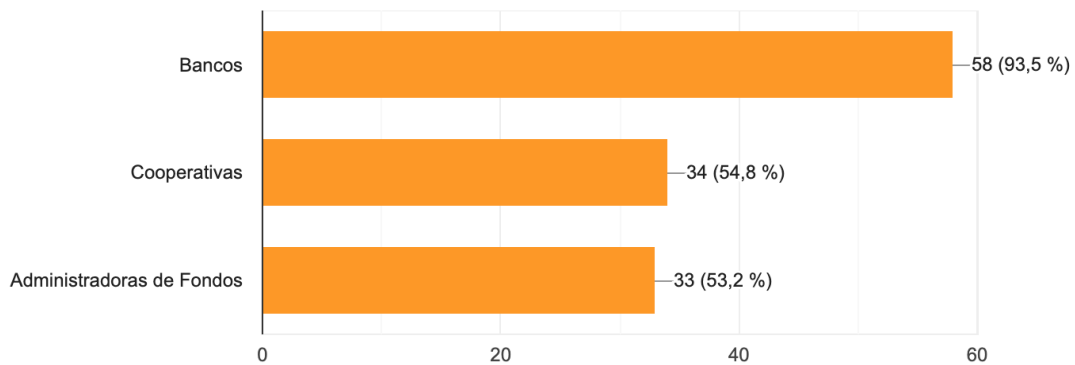
Thompson, I. (Mayo de 2007). *Definición de Investigación de Mercados*. Recuperado el 03 de 04 de 2017, de Promonegocios:  
<https://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/definicion-investigacion-mercados.html>

Trenza, A. (27 de 11 de 2019). *Ana Trenza Miss Finanzas*. Recuperado el 03 de Febrero de 2020, de Análisis PESTEL: Qué es y para qué sirve – Ejemplo:  
<https://anatrenza.com/analisis-pestel/>

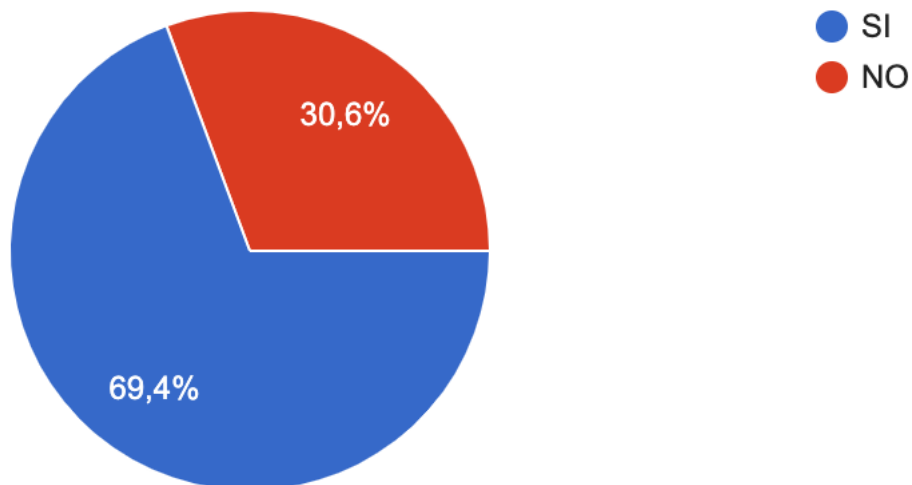
## **ANEXOS**

## Anexo 1. Encuestas

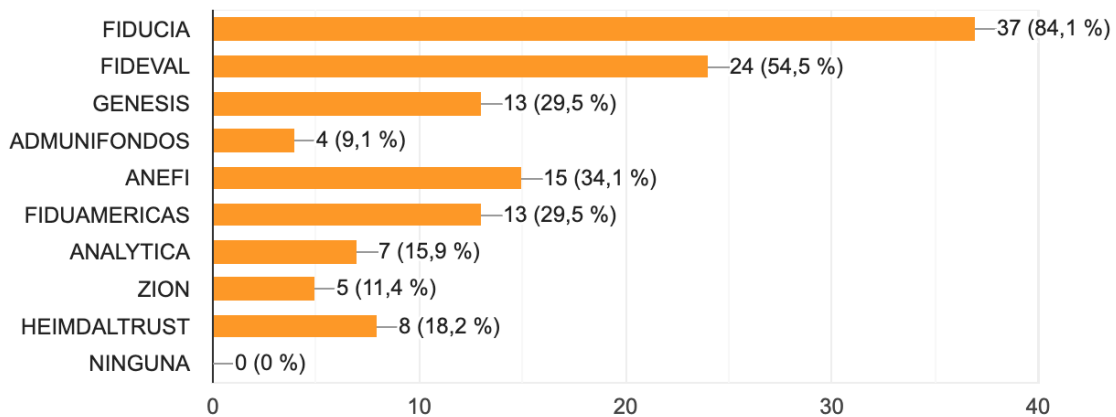
**1. Qué tipos de medio de ahorro conoce:** El 93% de los encuestados conocen los bancos como una entidad de ahorro, el 54% conoce las cooperativas, finalmente el 53% conoce administradora de fondos.



**2. Usted conoce las Administradoras de Fondos? (Si su respuesta es NO pase a la pregunta 6).** El 69,4% de las personas conocen las Administradoras de Fondos y el 30,6% no tienen conocimiento.

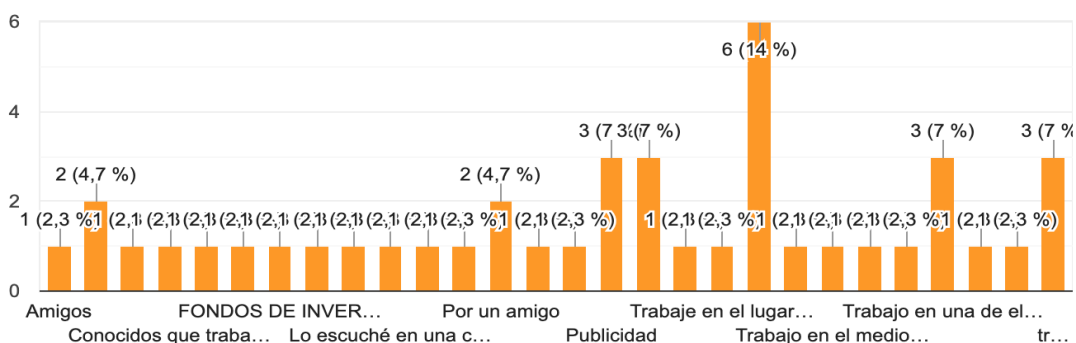


**3. Indique cuál de las siguientes fiduciarias conoce? (Puede escoger más de una respuesta).** La entidad que tiene mejor posición este mercado según lo que podemos analizar en el gráfico de resultados es FIDUCIA con el 84%, seguido de Fideval con el 54% y Genesis con el 29%. Con esto podemos definir que tenemos una competencia alta.

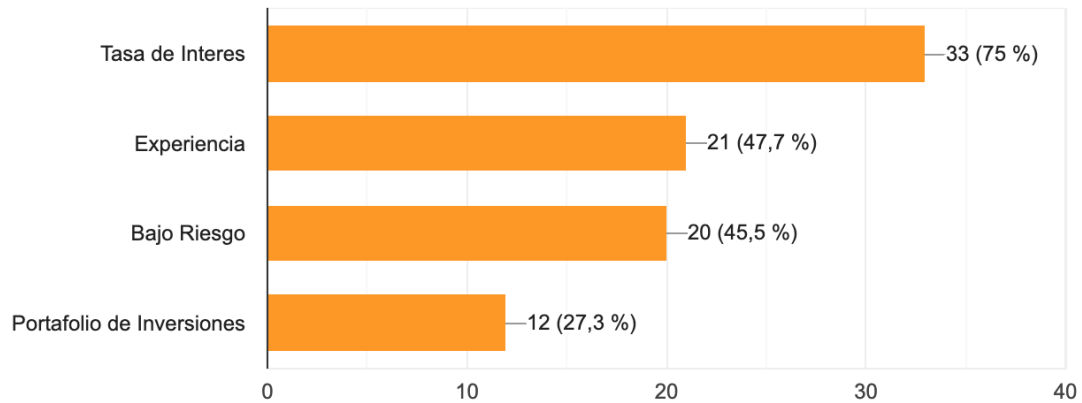


**4. Cómo conoció a la administradora seleccionada?** Existen varios comentarios por los encuestados, sin embargo es importante resaltar los principales:

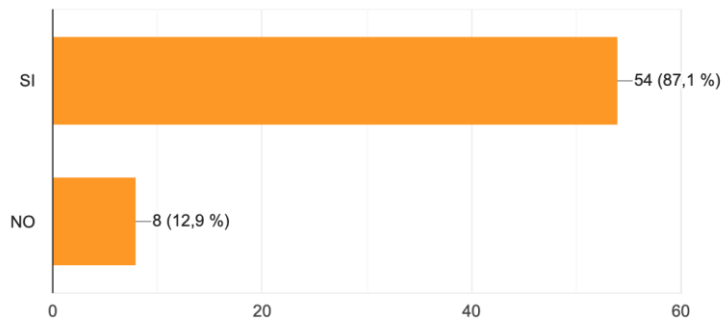
- Publicidad
- Amigos
- Trabajan en el medio



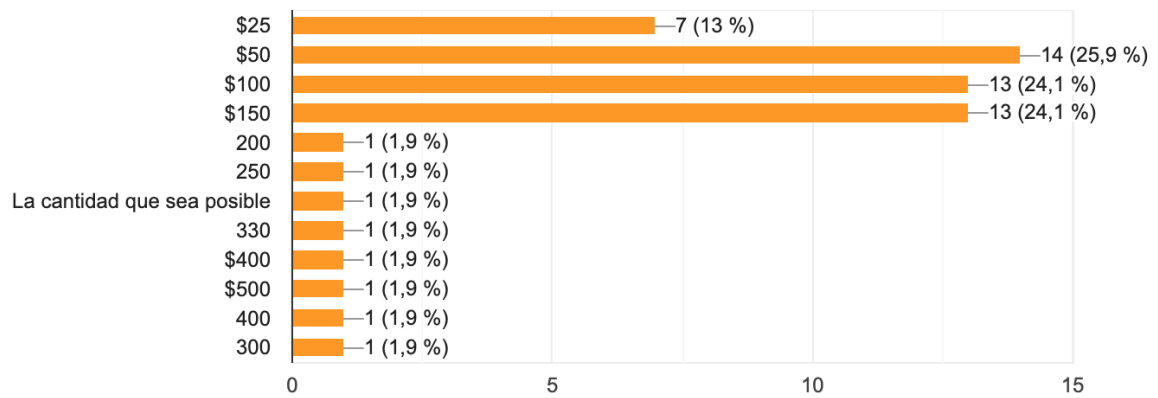
**5. Qué factores son determinantes en la elección de un servicio de ahorro? (Puede indicar más de uno).** El 75% de las personas les interesa la tasa de interés que ofrece la entidad, el 47% experiencia, el 45% bajo riesgo y el 27% el portafolio de inversiones.



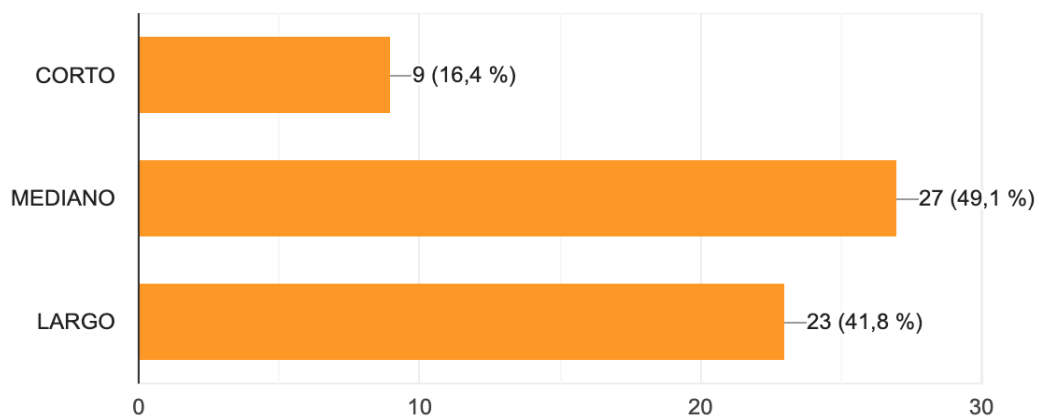
**6. ¿Usted ahorra su dinero? (Si su respuesta es NO pase a la pregunta 10).** El 81% de los encuestados ahorran dinero mensual mientras que el 13% no ahorra.



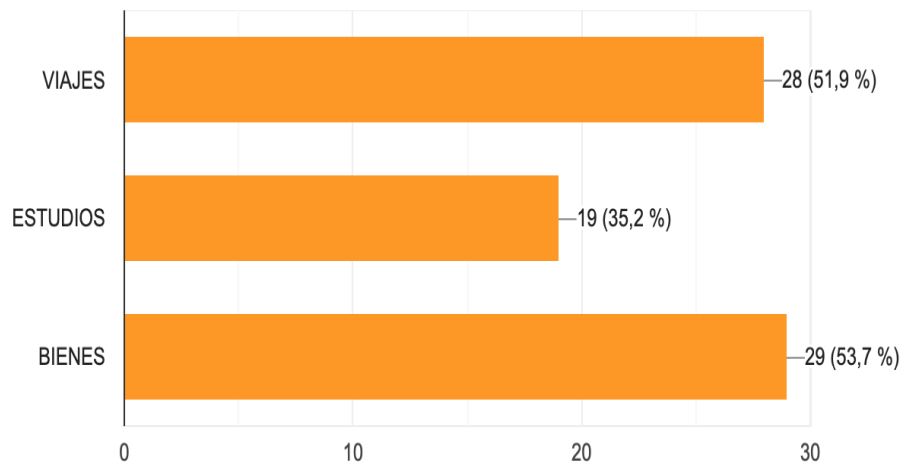
**7. Cual es el monto mensual de ahorro?. El 26% ahorra \$50 dólares mensuales, el 24% ahorra \$100 dólares y el otro 24% ahorra \$150 dólares.**



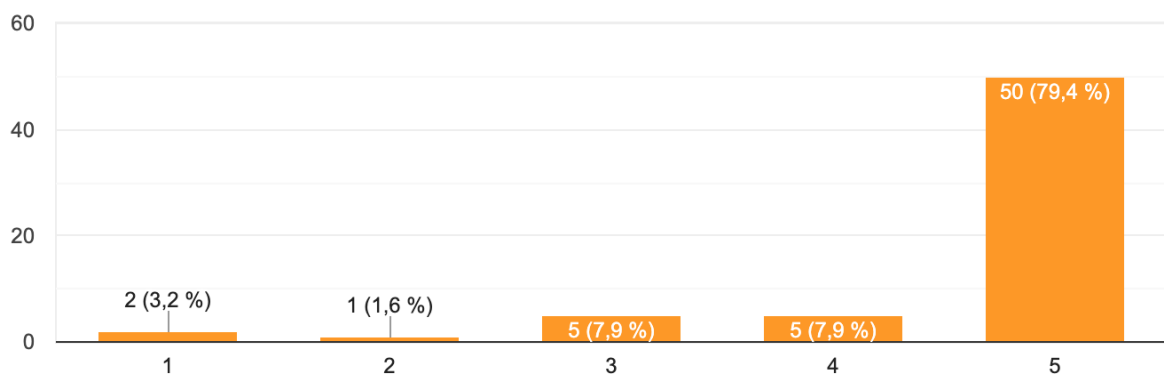
**8. A qué plazo prefiere hacerlo? El 49,1% prefiere ahorrar a mediano plazo, al corto plazo 16,4% y largo plazo 41,8%**



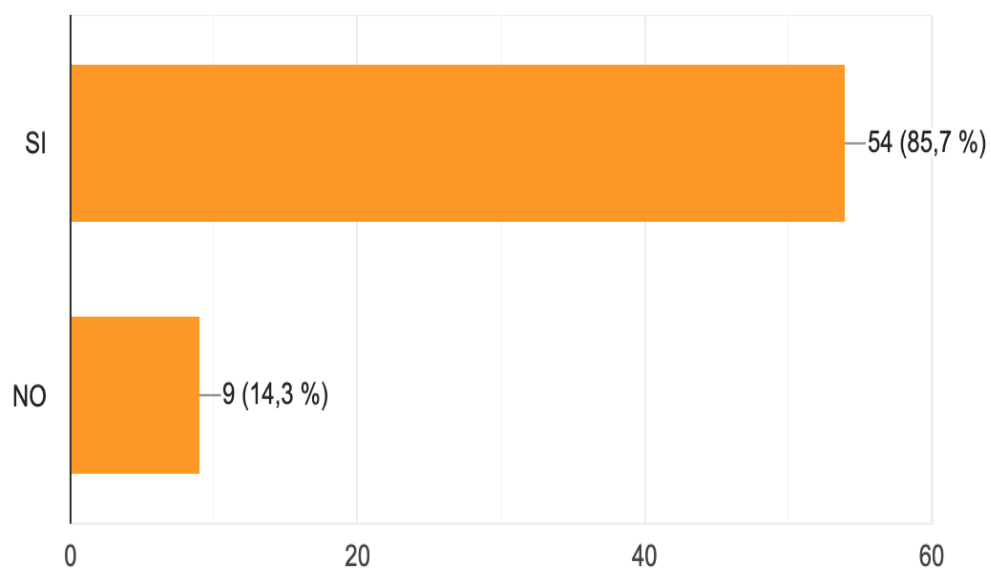
**9.Cuál es el motivo de su ahorro?** El 53% de las personas ahorran para bienes, el 51% para viajes, y el 35% para estudios



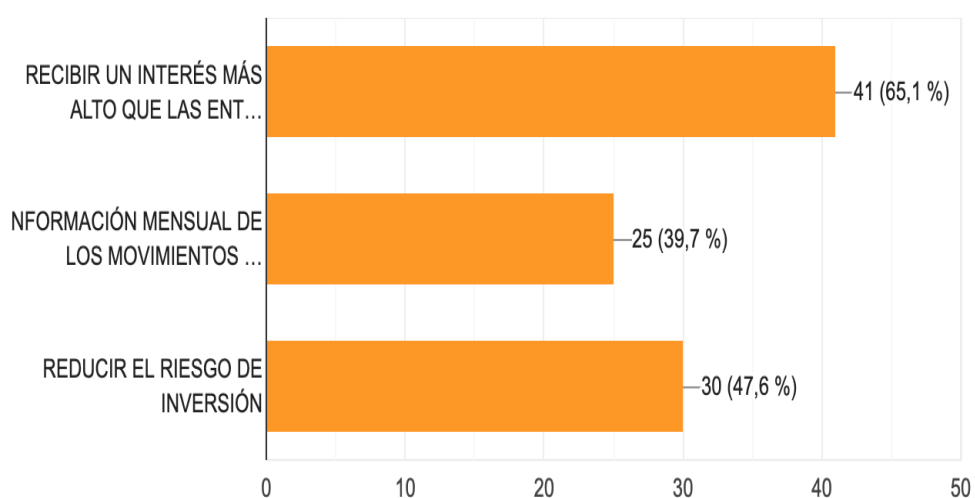
**10. En una escala del 1 al 5, donde 5 es "Muy interesante" y 1 es "Nada interesante" ¿Qué tan interesante es que exista un programa de ahorro en su empresa?** El 79% le interesa el programa de ahorro, el 7% poco interesante, 3% nada interesante.



**11. Se encuentra usted afiliado al IESS por parte del empleador?** El 85% está afiliado al IESS mientras el 14% no



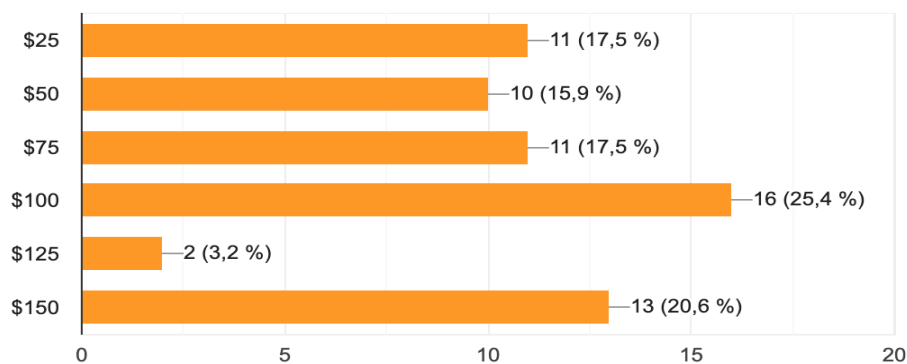
**12. De los siguientes beneficios que le voy a mencionar ¿Cuáles considera que son los más importantes?** El 65 % de las personas prefieren recibir un interés más alto que las entidades bancarias, el 47,6% reducir el riesgo de inversión, el 39% información mensual de los movimientos.



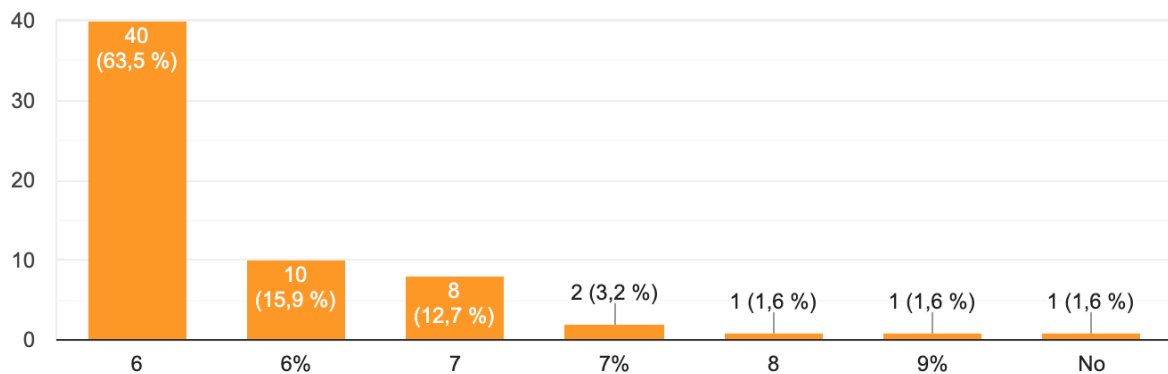


**13. De acuerdo a la siguiente escala donde (1) es totalmente en desacuerdo y (5) totalmente de acuerdo, usted estaría interesado en ahorrar en una entidad financiera que no sea una entidad bancaria?** El 68% de las personas se interesan en invertir, el 23% poco de acuerdo, 6% no tan de acuerdo, el 1,5% no de acuerdo.

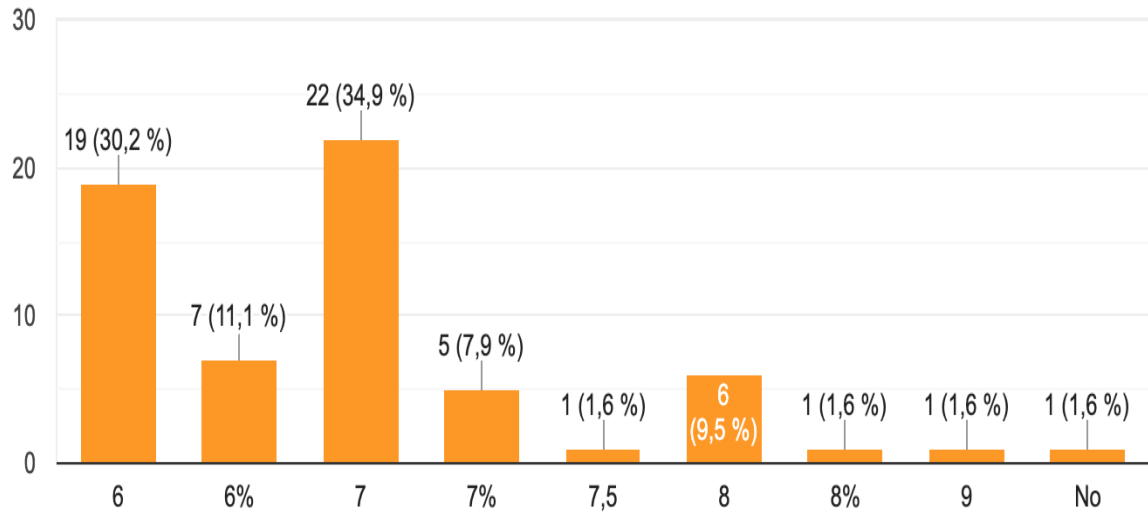
**14. Escoja un posible valor con el que iniciaría su ahorro mensual?** El 25% de las personas \$100 dólares, el 20% \$150 dólares, el 15% \$50 dólares.



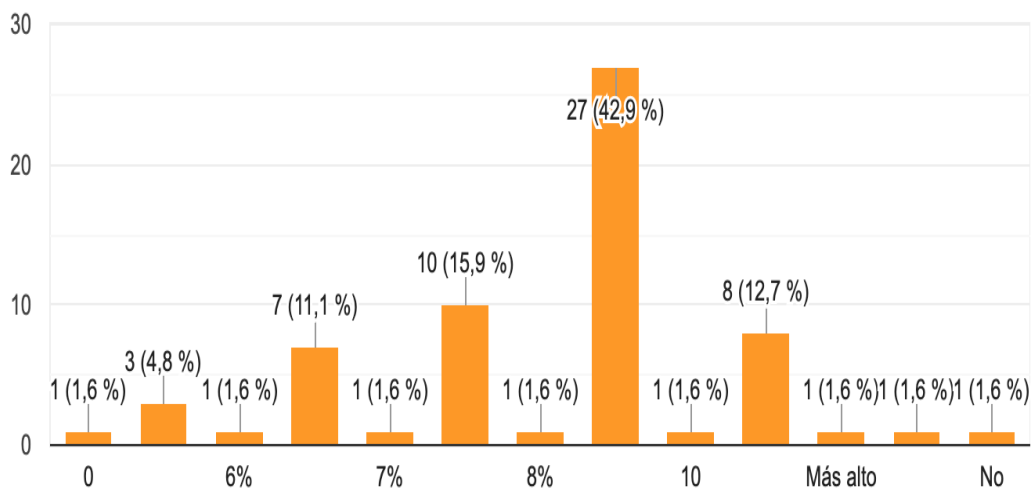
**15. ¿A qué tasa de interés dentro de este rango (6%– 9%) consideraría una tasa muy baja que le haría dudar de su calidad y no accedería?** El 63% no accede al 6%.



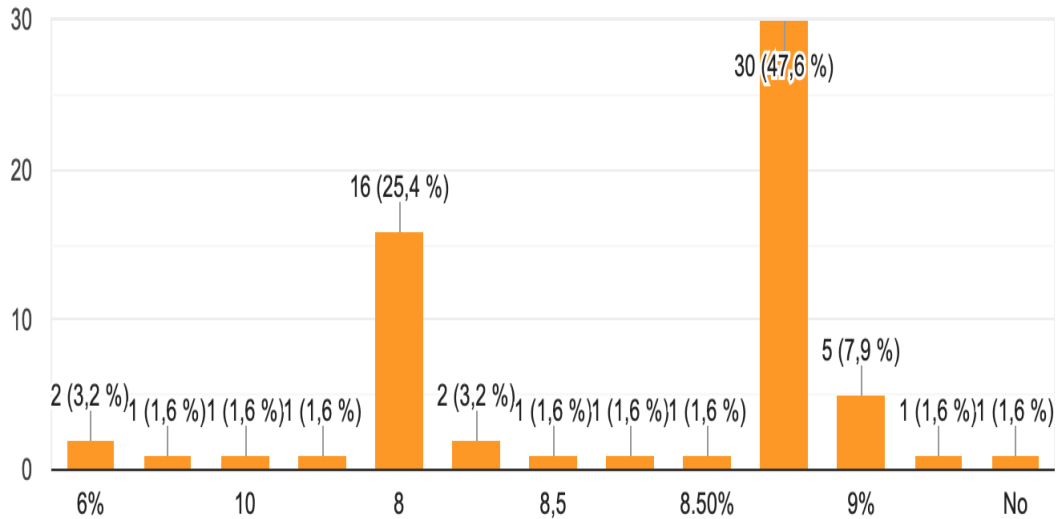
**16. ¿A qué tasa de interés dentro de este rango (6%– 9%) consideraría una tasa muy baja que le haría dudar de su calidad y lo accedería? El 34% accedería al 7%, 30% al 6%**



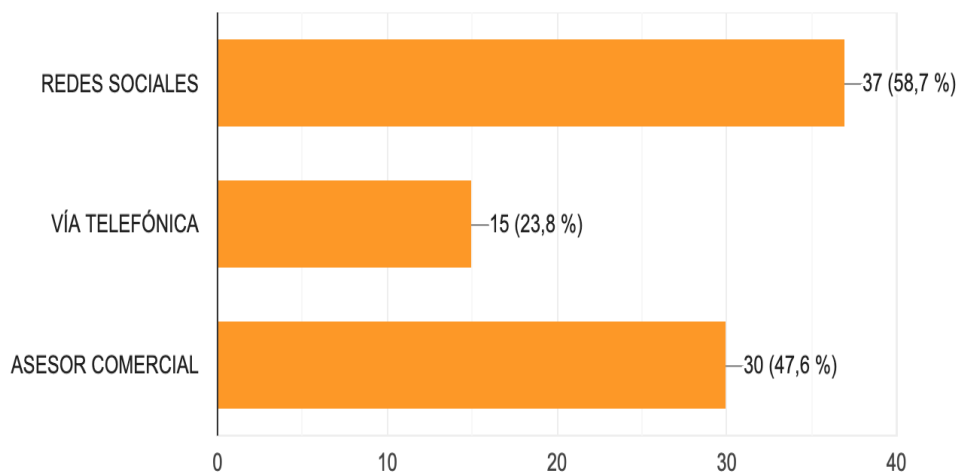
**17. ¿A qué tasa de interés dentro de este rango (6%– 9%) consideraría una tasa muy alta que le haría dudar de su calidad y no accedería?**



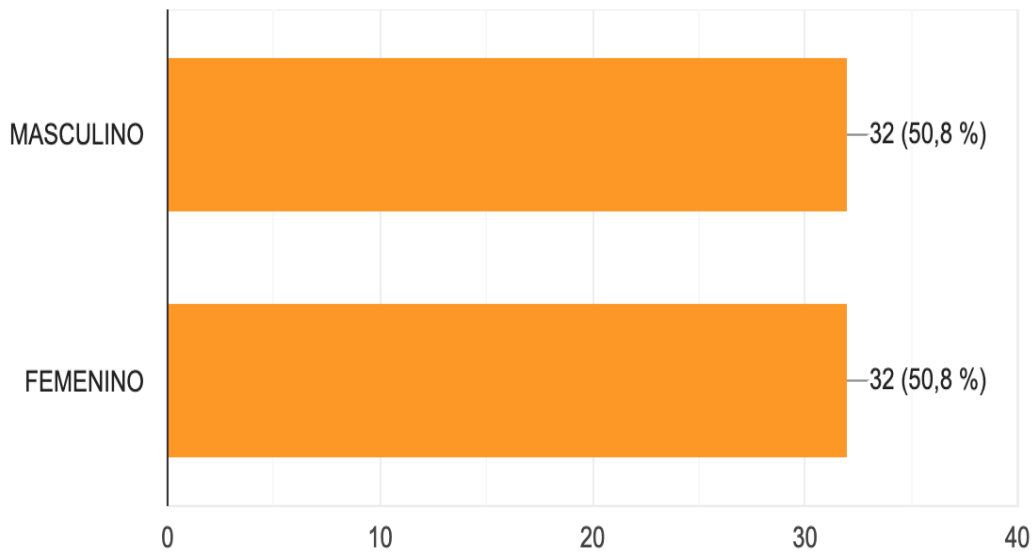
**18. ¿A qué tasa de interés dentro de este rango (6%– 9%) consideraría una tasa muy alta que le haría dudar de su calidad y accedería? El 47% de las personas acceden al 9%, 25% al 8%**



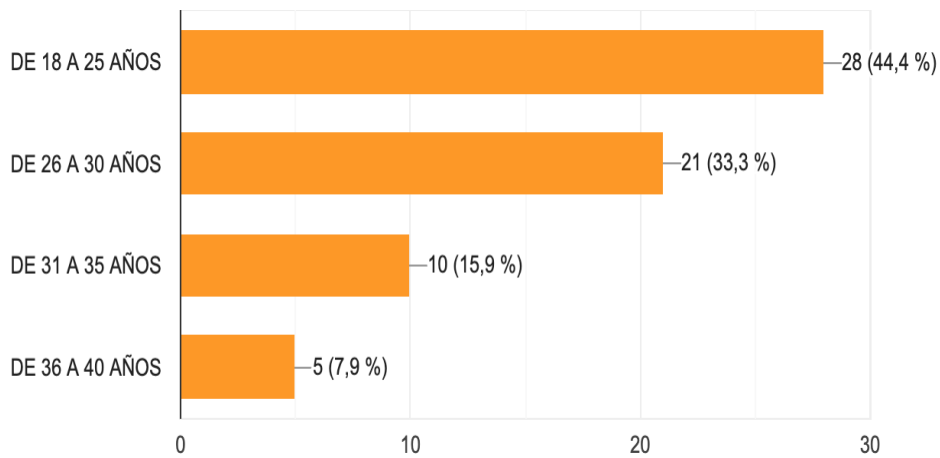
**19. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este servicio de ahorro? El 58% de las personas prefieren por redes sociales, el 47% por asesor comercial y el 23% vía telefónica.**



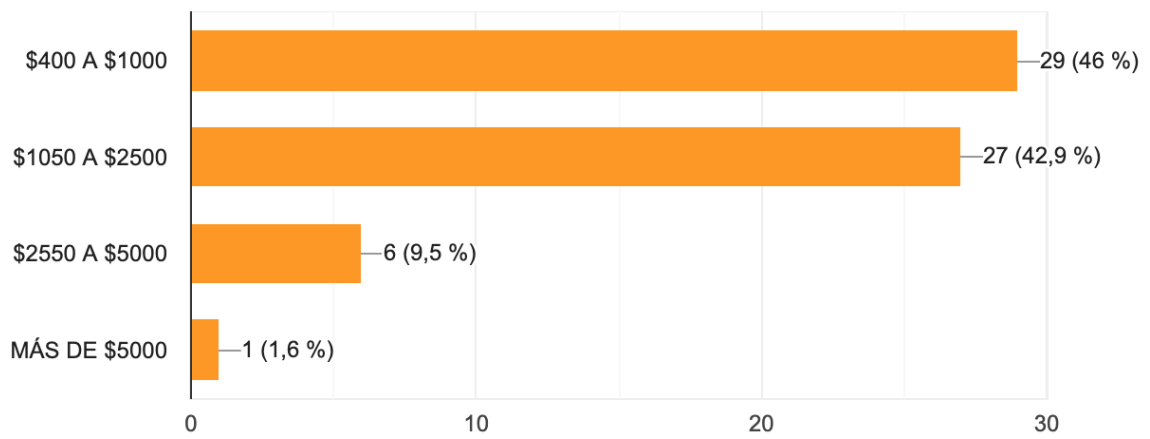
**20. Género** El 50% femenino, y 50% masculino



**21. Edad** 44% de 18-25 años, 33% de 26 a 30 años, 15% de 31 a 35 años y 36 a 40 años 7%



**22. Nivel de Ingresos, ¿Cuál es su nivel de ingresos por mes?** El 46% de las personas tienen ingresos de \$400 a \$1000, 42% de \$1050 a \$2500 y el 9% de \$2550 a \$5000



## Anexo 2. Página de Facebook



## Anexo 3. Página de Instagram



Instagram



stay.safe.10



**STAY SAFE**

Pensamos en futuro



