



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE GESTIÓN DE TIEMPO

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos para obtener el título de
Máster en Administración de Empresas

Profesor Guía:

MBA. Diego Egas Núñez

Autores:

Daniela Patricia Montenegro Zurita

Sebastián Alejandro Pereira Ordóñez

2013

DECLARACIÓN DE PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con los maestrantes: Daniela Patricia Montenegro Zurita y Sebastián Alejandro Pereira Ordóñez, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación de Máster correspondiente”.

MBA. DIEGO EGAS NUÑEZ

CI. 1711087013

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LOS ESTUDIANTES

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

Ing. Daniela Montenegro Zurita
CC. 1715989677

Ing. Sebastián Pereira Ordóñez
CC. 1718117672

AGRADECIMIENTOS

A Dios, que con su infinito amor y poder ha permitido que concluyamos este trabajo.

A nuestro profesor guía Diego Egas, que con su experiencia y profesionalismo supo enderezar con un gran sentido de amistad y compañerismo lo plasmado en estas hojas.

A todos nuestros amigos y compañeros, que con sus ideas y comentarios hicieron de este trabajo una experiencia única y enriquecedora.

DEDICATORIA

A nuestras familias, por ser ese pilar fundamental de apoyo y de amor que a lo largo del desarrollo de este trabajo fue incondicional.

RESUMEN

Hoy en día, debido al incremento de la competitividad entre las compañías de las diferentes industrias de nuestro país, muchos de los profesionales a fin de cumplir con los objetivos organizacionales, permanecen más de 8 horas en sus lugares de trabajo, obligando esta situación a que se genere una demanda de servicios ya sean especializados o no, que por su importancia deben ser atendidos o solucionados por alguien; esta es la razón fundamental del desarrollo de este plan de negocio, que consiste básicamente en la oferta y demanda de tiempo.

El negocio planteado en el presente trabajo se basa, entre otros aspectos, en el uso de herramientas de la información y el internet, es decir, se crea un espacio en la web donde los clientes (demandantes de tiempo) y los solucionadores (ofertantes de tiempo) se unen para dar lugar a la ejecución de tareas a cambio de dinero.

A fin de identificar el mercado potencial y la aceptabilidad de este tipo de negocio, se realizó un estudio de mercado en la ciudad de Quito y en los valles aledaños; de los resultados obtenidos de encuestas y de grupos focales realizados se determinó las preferencias en cuanto a tipo de servicio requerido, frecuencias de requerimientos y precios promedios.

Se desarrolló una estrategia de penetración del negocio acorde al mercado, así como también se definieron los procesos y flujos necesarios para su operación en términos de recursos.

El estudio financiero determinó la necesidad de capital externo para financiar los rubros de inversión y de capital de trabajo. Se analizó la rentabilidad del negocio a través de proyecciones financieras con un plazo de 5 años, mediante el uso de

indicadores como el VAN, la TIR y el PRI; dando como resultado un proyecto rentable.

INDICE

CAPÍTULO 1	1
1. ASPECTOS GENERALES	1
1.1 Introducción	1
1.2 Objetivos de la Investigación	2
1.2.1 Objetivo General	2
1.2.2 Objetivos Específicos	2
1.3 Justificación de la Investigación	3
CAPÍTULO 2	4
2. INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA	4
2.1. Misión	4
2.2. Visión	4
2.3. Valores	4
2.4. Objetivos Generales	5
2.5 Objetivos Específicos	5
2.6. Descripción de la Empresa	5
2.6.1. Nombre de la empresa	5
2.6.1.1. Logo	6
2.6.2. Información legal	6
2.6.3. Estructura Organizacional	9
2.6.4 Ubicación	12
CAPÍTULO 3.	14
3. Análisis de la industria.	14
3.1. Entorno macroeconómico y político	14
3.1.1. Factores Económicos.	14
3.1.1.1. Producto Interno Bruto (PIB).	14
3.1.1.2. Inflación	15
3.1.1.2.1. Inflación Mensual por Divisiones de Consumo.	16
3.1.2. Factores sociales	16
3.1.2.1. Niveles Socioeconómicos	16
3.1.2.1.1. Nivel A	16
Los Hábitos de consumo de este nivel son:	16
3.1.2.1.2. Nivel B	17
3.1.2.1.3. Nivel C+	17
3.1.2.1.4. Nivel C-	18
3.1.2.1.5. Nivel D	18
3.1.2.1.6. Pirámide de niveles socioeconómico	18
3.1.2.2. Clasificación de la población según la condición de la actividad	19

3.1.2.2.1. Población Ocupada	19
3.1.2.2.2. Población Desocupada	20
3.2. Análisis del sector	20
3.2.1. Situación del Negocio	21
3.2.2. Sector Servicios (Empleo)	22
3.2.3. Sector Servicios (Valor total de ventas)	22
3.2.4. Sector Servicios (Precio de Servicios)	23
3.2.5. E- Commerce (Comercio Electrónico)	24
3.2.5.1. Ventajas y desventajas del comercio electrónico: Entre las ventajas se pueden enumerar:	24
3.3. Análisis de Mercado	25
3.3.1. El Negocio	25
3.3.2. Determinación del Mercado Potencial	25
3.3.2.1 Determinación de la muestra	26
3.3.3 Encuesta (1)	27
3.3.3.1 Objetivos	27
3.3.3.2 Conclusiones	27
3.3.4 Encuesta (2)	30
3.3.4.1 Objetivos	30
3.3.4.2 Conclusiones	30
3.3.4.3 Perfil del Consumidor	32
3.3.5 Grupos Focales	33
3.3.5.1 Objetivos	33
3.3.5.2 Conclusiones	33
3.3.6 Demanda Proyectada	34
3.4 Análisis de la Competencia	35
3.4.1. Análisis de Porter	38
3.5 Análisis Foda	40

CAPÍTULO 4. _____ 41

4. Estrategias de Mercado.	41
4.1. Modelo de Negocio	41
4.2. Concepto del Servicio.	42
4.3. Estrategia de Distribución	43
4.4. Estrategia de Precios	44
4.5. Estrategia de Promoción	44
4.6. Estrategia de Comunicación	45
4.7. Estrategia de Servicio	47
4.8. Presupuesto	48
4.9. Proyecciones de ventas	49

CAPÍTULO 5. _____ 51

5. Operación.	51
----------------------	-----------

5.1.	Ficha técnica del servicio _____	51
5.2.	Descripción del proceso. _____	52
5.3.	Necesidades y requerimientos. _____	53
5.4.	Plan de prestación del Servicio. _____	54
5.5.	Plan de contratación. _____	56
5.5.1.	Condiciones particulares de los solucionadores. _____	56
CAPÍTULO 6 _____		60
6.	Evaluación Financiera. _____	60
6.1	Supuestos Financieros _____	60
6.2.	Gastos de Arranque _____	61
6.3	Ingresos. _____	62
6.1.1.	Cálculo de la Cantidad de Requerimientos _____	62
6.2.	Inversión Inicial _____	64
6.2.1.	Capital de Trabajo _____	64
6.3.	Financiamiento del Proyecto _____	65
6.4.	Flujo de Caja. _____	66
6.5.	Cálculo del WACC _____	67
6.6.	Rendimiento del Proyecto. _____	68
6.7	Periodo de retorno de la inversión _____	68
6.8	Escenarios. _____	68
6.8.	Punto de Equilibrio _____	69
CAPÍTULO 7 _____		71
7.1	Impactos económicos sociales culturales _____	71
7.1.1	Impacto Social Cultural _____	71
7.1.2	Impacto Económico _____	72
CONCLUSIONES _____		76
BIBLIOGRAFÍA _____		79
ANEXOS _____		81

CAPÍTULO 1

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 Introducción

En el Ecuador como en otros países de Latinoamérica, tanto hombres como mujeres profesionales son llamados a laborar en sus lugares de trabajo más de 8 horas diarias a fin de conseguir los resultados deseados por las organizaciones ya sean estas públicas o privadas.

El crecimiento económico de nuestro país y la introducción de conceptos de globalización en el medio de las empresas ecuatorianas, no solo ha aumentado los índices de competitividad sino también, a que el tiempo que los profesionales dedican a sus actividades laborales se prolonguen más allá de los horarios establecidos, lo cual ha dado como resultado que aquellas actividades necesarias relacionadas con el vivir diario o con momentos eventuales, que se realizaban en ese “tiempo extra”, sean descuidadas de manera parcial o total, produciéndose un desmejoramiento en su calidad de vida, y sobre todo, que el concepto de “aprovechar el tiempo al máximo” sea tomado con mayor seriedad.

Lo anteriormente descrito ha llevado a aquellas personas a buscar varias alternativas a fin de dar atención a esas actividades que por falta de tiempo no pueden realizar, recurriendo a familiares, amigos o vecinos, dependiendo absolutamente de su predisposición o agrado como ayuda para realizarlas. Visto desde este punto, se determina la premisa de que a la población ocupada plena, le hace falta tiempo; lo que genera una necesidad en el mercado, brindando un modelo de negocio que permita reunir a oferentes y demandantes de tiempo, dispuestos a pagar o a ganar dinero con él, a cambio de comprar tú tiempo.

El presente plan se presenta como una solución para las personas que se describen en el párrafo anterior; es decir, como una oportunidad para acceder por medio de una plataforma informática, a servicios que no requieren estrictamente de una formación especializada y donde la confianza se convierte en uno de los pilares fundamentales del giro del negocio. Un modelo, donde la gente que oferta y demanda “tiempo”, se convierte en el activo más importante.

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para una empresa que desarrolle un sistema de compra de tiempo libre para la realización de actividades cotidianas de las personas que no disponen del tiempo suficiente para realizarlas, enfocado al 48.47% correspondiente a la población económicamente activa de la ciudad de Quito (incluido valles).

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar y analizar las diferentes variables que afectan al sector de servicios en el país.
- Identificar y determinar el tamaño del mercado objetivo y la viabilidad de comercialización y promoción del servicio.
- Realizar un estudio de mercado a fin de determinar el grado de aceptación del servicio en la ciudad de Quito (incluido valles).
- Identificar las principales variables de riesgo que influyen en la implantación del plan de negocios.
- Establecer un plan de marketing óptimo para promocionar el servicio ofertado.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto.

1.3 Justificación de la Investigación

La ejecución de este tema, va de la mano con el mundo actual globalizado, donde el tiempo se convierte en el activo e inversión más importante de todo ser humano.

En nuestro país, en la mayoría de las empresas, ya sean estas públicas o privadas, se considera al talento humano como el capital más importante; sin embargo, debido al panorama exigente de la competencia del mercado, muchas personas dedican más de 8 horas de su tiempo en actividades laborales y como consecuencia de ello, les es imposible realizar ciertas tareas que pueden ser realizadas por otras personas, como por ejemplo: el pago de servicios, entrega de paquetes, lavado de autos, revisión mecánica de vehículos, compra de comida, etc.

La base fundamental para el desarrollo del presente tema, se centra en el estudio de mercado, en el desarrollo de una herramienta informática tipo red social donde el oferente de tiempo y el demandante de labores se encuentran para la realización de negociaciones en cuanto al precio y plazo de la realización de dichas tareas; y principalmente en las proyecciones en cuanto a materia financiera se refiere.

La aplicación de este proyecto en el mercado de nuestro país es interesante, ya que llevarlo a la práctica facilitaría la vida de las personas y se convertiría en una fuente de ingresos para aquellas personas que disponen de tiempo libre sin discrimen de su edad o sexo, contribuyendo de forma ya sea directa o indirecta en el ahorro de tiempo y el mejoramiento de la calidad de vida.

CAPÍTULO 2

2. INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

2.1. Misión

Brindar un servicio ágil, eficiente y oportuno a las personas que no disponen de tiempo para la ejecución de tareas sencillas relacionadas con su vivir diario o con ocasiones especiales, mejorando su calidad de vida.

2.2. Visión

Llegar a ser una empresa de referencia en el mercado del comercio electrónico del Ecuador caracterizada por ofrecer un servicio de calidad y confiable, manteniendo un esquema ganar-ganar con nuestros proveedores y nuestros clientes, considerando a la gestión óptima del tiempo como eje fundamental de nuestro negocio.

2.3. Valores

Todas las actividades empresariales involucrarán los siguientes valores:

- Confianza
- Calidad
- Honestidad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Espíritu de Servicio
- Liderazgo
- Creatividad
- Identidad
- Trabajo en Equipo

2.4. Objetivos Generales

- Dar a conocer al mercado objetivo los diferentes servicios que ofrece la empresa.
- Posicionar a la empresa como líder en cuanto a servicios por medio de comercio electrónico.
- Asegurar la calidad de los servicios ofrecidos por la empresa.
- Optimizar los gastos a fin de que la utilidad empresarial cubra la inversión inicial realizada.

2.5 Objetivos Específicos

- Conseguir que el 100% del mercado objetivo tenga conocimiento de la existencia de los servicios de la empresa.
- Captar el 25% del mercado potencial en el primer año de operaciones.
- Certificar el 100% de proveedores o solucionadores de servicios.
- Obtener un 90% de satisfacción del cliente y proveedor en cuanto al uso de la plataforma informática utilizada en el negocio.
- Conseguir la recuperación del 100% de la inversión inicial en el quinto año de operación.

2.6. Descripción de la Empresa

2.6.1. Nombre de la empresa

El nombre que se ha definido para la empresa es Buytime Solutions, considerando que nuestro servicio está dirigido a la compra de tiempo para las personas que no disponen del mismo, de esta manera la empresa facilita sus tareas de una manera rápida y eficaz.

En nuestro idioma nativo Buytime Solutions, significa “SOLUCIONES PARA LA COMPRA DE TIEMPO”, y el nombre en inglés ya que CORE del negocio se soporta principalmente en tecnología informática.

2.6.1.1. Logo

El siguiente Logo tiene como objetivo que las personas se identifiquen con los servicios de la empresa y directamente con los solucionadores.



Lo que se quiere es que el cliente recuerde nuestra marca la misma que irá en todo medio publicitario.

Los colores utilizados significan:

	Azul <ul style="list-style-type: none">•Confianza•Libertad•Progreso•Versatilidad•Lealtad
	Gris <ul style="list-style-type: none">•Independencia•Auto control•Auto suficiencia

2.6.2. Información legal

Buytime Solutions será una compañía de servicios establecida como Sociedad Anónima, en la ciudad de Quito; para su constitución, a fin de cumplir con las

normativas y leyes vigentes emitidas para el efecto, se deberá cumplir con los siguientes pasos: (A. Cadena, comunicación personal, Abril 20, 2013)

- Reserva de nombre de la compañía en la Superintendencia de compañías
- Apertura de la cuenta de integración de capital en el banco.
- Minuta de constitución de compañía
- Celebración de la escritura de constitución de la compañía en la Notaria, escritura que ingresa a la Superintendencia de Compañías para su aprobación.
- Publicar la Resolución Aprobatoria en un periódico de amplia circulación en el domicilio de la empresa.
- Sentar la razón notarial de la Resolución de Aprobación de la compañía en las escrituras de constitución.
- Gestionar la patente de la compañía en el municipio.
- Inscribir la escritura de constitución en el Registro Mercantil.
- Inscribir en el Registro Mercantil los nombramientos del Gerente y Presidente de la compañía, con copias de cédula de ciudadanía y papeleta de votación de cada uno.
- Ingresar a la Superintendencia de la compañía: Formulario (01-A), una escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil, un nombramiento del Representante Legal, un ejemplar del periódico donde se hizo la publicación, copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal; y, una planilla de agua, luz o teléfono donde va a funcionar la compañía si es en propiedad de uno de los socios, sino agregar una carta de autorización de ocupar el espacio físico para el funcionamiento de la compañía si es propiedad de una tercera persona.
- La Superintendencia de compañía devuelve el formulario (01-A), la planilla de agua, luz o teléfono y las cuatro hojas de la Superintendencia (Datos generales, certificado de existencia legal, certificado de cumplimiento de obligaciones y la nómina de socios).

- Gestionar en el SRI el RUC de la compañía con el formulario, copia de la escritura, copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación y nombramiento del representante legal, planilla de agua, luz o teléfono, de ser el caso la carta de autorización de ocupar el espacio físico para el funcionamiento de la compañía.
- Gestionar con la copia del RUC y a través de la Superintendencia de Compañía, el documento habilitante para la liberación de fondos depositados en la cuenta de integración de capital.

La empresa por estar ubicada en la República del Ecuador, se sujeta a los instrumentos y cuerpos legales que regulan el funcionamiento de las entidades que generan productos y/o servicios a la población ecuatoriana; a saber, la Ley de Compañías y la Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, con sus respectivas reformas, a más de aquellas conexas; emitidas en los años de 1999 y 2002 respectivamente.

Capital

El monto del capital social con el cual se constituyó la empresa fue de 200.000 dólares americanos divididos en 5.000 acciones ordinarias; es decir, con valor nominal de \$40 dólares americanos cada una. La participación en el capital social de la empresa se distribuye por los seis accionistas, de acuerdo al siguiente cuadro:

Gráfico 2.1

NOMBRE SOCIO	ACCIONES	PORCENTAJE	CAPITAL SUSCRITO
Daniela Montenegro	1000	20%	40.000
Sebastián Pereira	1000	20%	40.000
Marcelo Guevara	800	16%	32.000
Mauricio Cisneros	800	16%	32.000
Diego Sandoval	800	16%	32.000
Adrian Romo	600	12%	24.000
Total	5.000	100%	200.000

Elaborado por: Autores

El Grupo de accionistas a participar es gente emprendedora y compañeros de maestría; el objetivo es iniciar un negocio propio con los conocimientos aprendidos en el trayecto.

Objeto Social

El objeto social de la empresa es el brindar servicios especializados y no especializados a particulares y/o empresas, por medio de las facilidades que brinda el comercio electrónico a través del internet, juntando de esta forma a aquellas personas que demandan de tiempo y que pagarían por éste, con aquellas que disponen de tiempo y que están dispuestas a ofrecerlo por dinero a cambio.

Para el cumplimiento del objeto social de la empresa, ésta podrá realizar cualquier tipo de acción que este dentro de los parámetros establecidos por la Ley, siempre y cuando correspondan con su objeto.

2.6.3. Estructura Organizacional

Buytime Solutions S.A. es una empresa que se gestiona por procesos, a fin de cumplir con la misión, la visión y los objetivos organizacionales. La empresa también consta con una estructura jerárquica, para la toma de decisiones en las actividades empresariales; es decir, es una empresa con un modelo de gestión mixto; es decir, es un modelo funcional que se complementa con procesos.

La Junta General de Accionistas se constituye como la máxima voz de decisión y autoridad dentro de la compañía; seguido por el Gerente General, el mismo que tiene la representatividad legal de la compañía ante la sociedad y el estado; éste es nombrado por la Junta General de Accionistas cada 4 años.

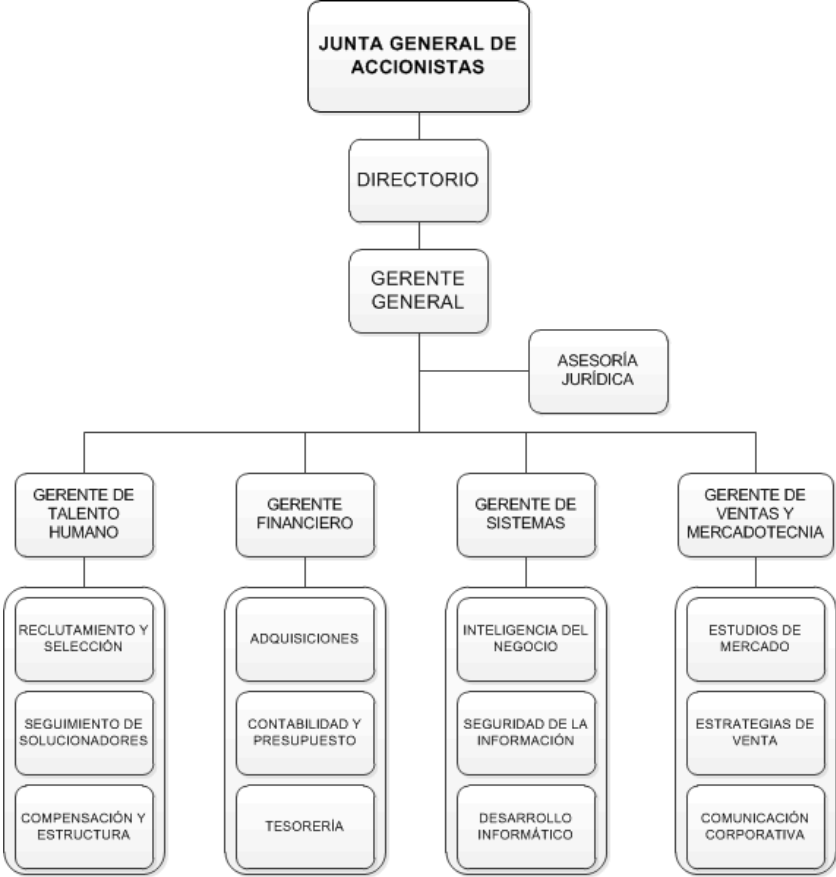
Dentro de la organización se exhiben tres grupos de procesos: los gobernantes, los operativos y los de apoyo.

En los procesos gobernantes se encuentra el máximo nivel de autoridad que es la Junta General de Accionistas como se mencionó anteriormente, así como también, el Directorio y la Gerencia General.

En los procesos operativos se encuentran aquellas áreas que representan la razón de ser de la empresa y son: Gerencia de Sistemas, Gerencia de Ventas y Mercadotecnia y la Gerencia de Recursos Humanos.

En los procesos de apoyo se encuentran aquellas áreas que dan el soporte a las áreas que representan el core del negocio y generan valor agregado a los clientes, y son: Gerencia Financiera, Asistencia Jurídica.

Gráfico 2.2



Elaborado por: Autores.

Las funciones principales de cada una de las jerarquías son:

Junta General de Accionistas.- conformada por todos los accionistas de la empresa, se encarga de evaluar la gestión de la organización en función de los resultados planificados, revisa los resultados en cuanto a crecimiento financiero y de mercado y en base a esto, genera las directrices y lineamientos a seguirse en el próximo periodo, sobre todo en cuanto al tema de reparto de utilidades.

Directorio.- conformado por los gerentes de la empresa, se encarga de dar cumplimiento a lo establecido en la Junta General de Accionistas y son quienes deciden sobre los principales asuntos que tengan relación con el desempeño de la empresa.

Gerencia General.- Es la responsable de la organización, supervisión y control de todas las actividades empresariales a través de las gerencias a su cargo; se encarga de dirigir a la empresa a fin de conseguir las metas propuestas, a través de la autorización y la ejecución de las decisiones del Directorio.

Gerencia de Talento Humano.- es la responsable de los procesos de selección y reclutamiento, que involucra la certificación de los solucionadores, así como también su seguimiento; además se encarga de los temas relacionados a la salud y al clima laboral, compensación y estructura organizacional, pago de nómina, asuntos del IESS y carrera profesional para los colaboradores fijos.

Gerencia Financiera.- es la responsable directa de los procesos de contabilidad, tesorería, adquisiciones y presupuesto. Se encarga de elaborar y consolidar los estados financieros de la empresa; además de gestionar los recursos financieros necesarios para que las operaciones de la empresa se lleven a cabo. Las políticas del uso del dinero y sus provisiones son generadas por esta gerencia.

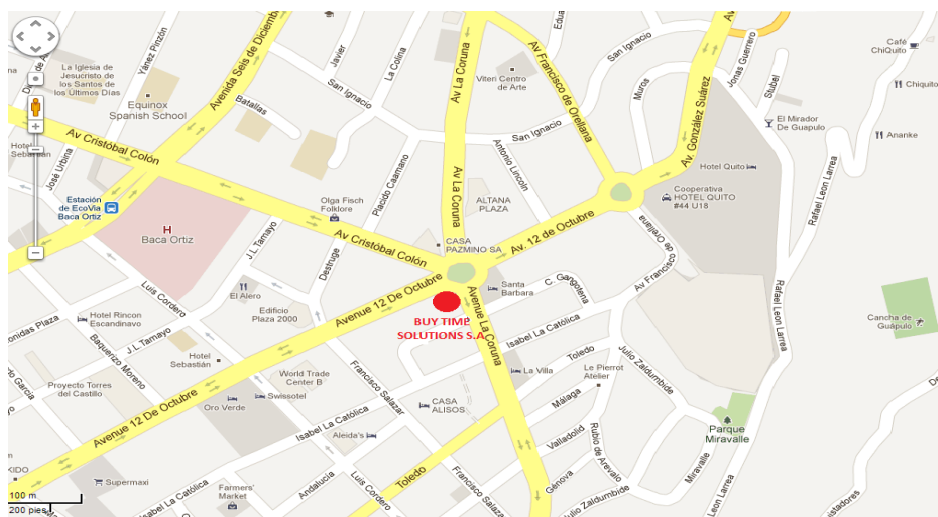
Gerencia de Sistemas.- es la responsable de la plataforma informática sobre la cual gira todo el negocio empresarial; a su cargo están los procesos de inteligencia de negocios, seguridad de la información y desarrollo informático. Es la encargada de dar soluciones y velar por el desarrollo normal del negocio en el mundo virtual; así como también que el servicio brindado a los clientes sea confiable y oportuno.

Gerencia de Ventas y Mercadotecnia.- Es la responsable de realizar todos los estudios de mercado para la ampliación y crecimiento del negocio; encargada de los procesos de generación de estrategias de ventas y comunicación corporativa, así como también de la planificación y ejecución de campañas publicitarias y del fortalecimiento de las relaciones con los diferentes medios de comunicación.

2.6.4 Ubicación

Buytime Solutions S.A., mantendrán sus oficinas de gestión y comercialización, en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichicha; en la Av. 12 de Octubre y Coruña, Edificio Urban Plaza, Piso 6; no dispone de ninguna otra sucursal, así como tampoco de subsidiarias.

Gráfico 2.3



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Autores

Los servicios de la empresa son ofrecidos a través de una página web, la misma que se constituye en una plataforma donde la oferta y la demanda son reunidas, por medio de la cual se realizan las transacciones comerciales; la dirección de la página electrónica es www.buytimesolutions.com.ec, a la misma que puede ingresar cualquier persona desde cualquier parte del mundo, sin restricción alguna.

CAPÍTULO 3.

3. Análisis de la industria.

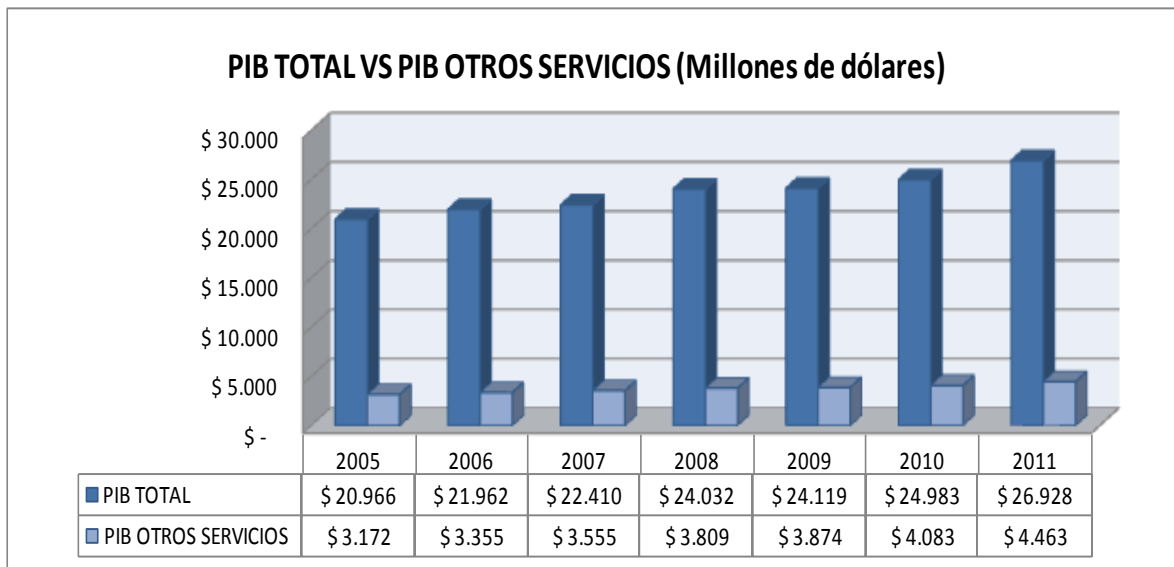
3.1. Entorno macroeconómico y político

3.1.1. Factores Económicos.

3.1.1.1. Producto Interno Bruto (PIB).

Se puede determinar que el PIB de otros servicios representa el 15% de la aportación al PIB total dentro del territorio nacional.

Gráfico 3.0



Fuente: INEC.
Elaborado por: Autores.

El crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del país sufrirá una desaceleración notable, al pasar de 7.78% en el año 2011 y 4.82% en el 2012, se estima el 4% en el 2013.

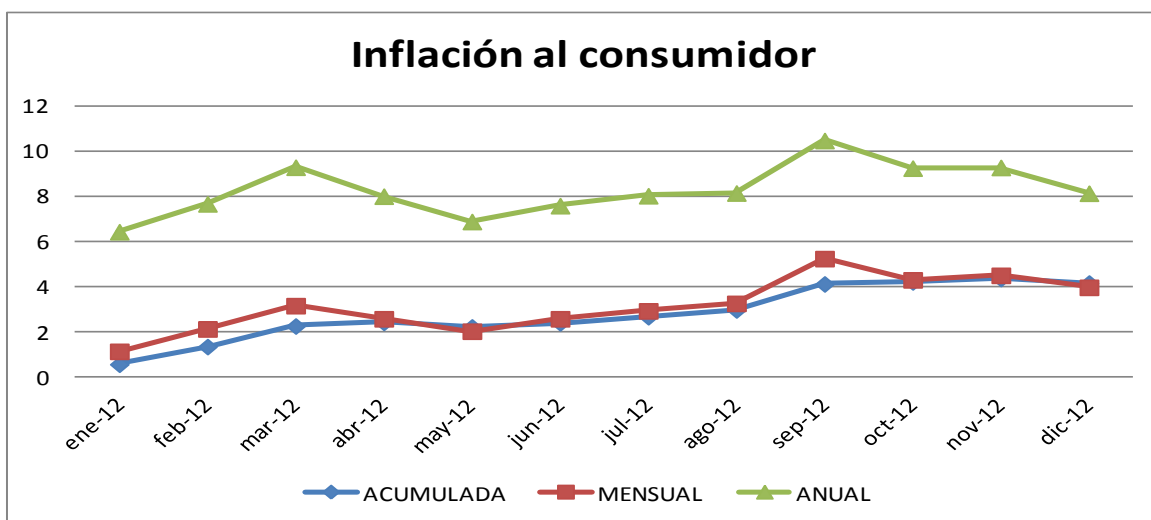
Ello significa que el PIB total (en dólares del año 2000) solo crecerá de 28.2 mil millones dólares a 29.3 mil millones y que el PIB per cápita respectivo solo mejorará en 50 dólares, al crecer desde 1.932 dólares a 1.983.¹

3.1.1.2. Inflación

En el 2012 el Ecuador cerró con 4.16%, la inflación estuvo impulsada principalmente por el incremento en alimentos y bebidas no alcohólicas, comunicaciones, transportes, prendas de vestir y calzado.

El gobierno prevé un aumento del costo de vida de 5.05% en 2013.

Gráfico 3.1

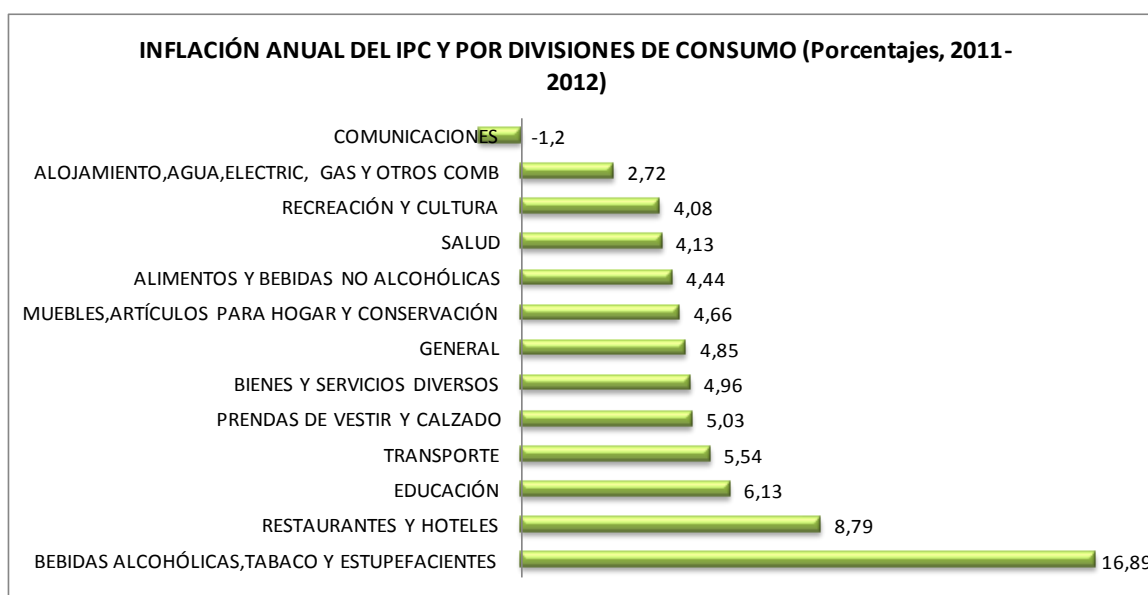


Fuente: INEC.
Elaborado por: Autores.

¹ Colegio de economistas (2013): Publicación Quincenal Sobre Desarrollo, Comercio E Integración <http://www.colegiodeeconomistas.org.ec/.../LEELO%20LLO%20039.doc>: Descargado 28/01/2013

3.1.1.2.1. Inflación Mensual por Divisiones de Consumo.

Gráfico 3.2



Fuente: BCE.

Elaborado por: Autores.

La inflación mensual por dividendos de consumo determina que el rubro de Bienes y Servicios diversos llega al 4.85% anual.

3.1.2. Factores sociales

3.1.2.1. Niveles Socioeconómicos

El 85.2% de los hogares Ecuador es estrato medio de acuerdo a los resultados de la primera Estratificación del Nivel Socioeconómico.

El estudio identificó hogares en cinco estratos: el estrato A que representa el 1.9%, el estrato B que representa el 11.2%, el estrato C que representa el 22.8%, el estrato D con el 49.3% y el estrato E con el 14.9% en nivel bajo.

3.1.2.1.1. Nivel A²

Los Hábitos de consumo de este nivel son:

² Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE (2011), <http://www.ecuadorencifras.com>: Descargado 28/01/2013

- Los miembros de los hogares de estrato alto compran la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.
- Los hogares de este nivel utilizan internet.
- El 99% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo).
- El 92% de los hogares utiliza alguna página social en internet .
- El 76% de los hogares de este nivel ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

3.1.2.1.2. Nivel B³

Los Hábitos de consumo de este nivel son:

- Las personas de estos hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 98% de los hogares utiliza internet.
- El 90% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 76% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 69% de los hogares de este nivel han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

3.1.2.1.3. Nivel C+⁴

- El 38% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 90% de los hogares utiliza internet.
- El 77% de los hogares tiene correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 63% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.

³ Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE (2011), <http://www.ecuadorencifras.com>: Descargado 28/01/2013

⁴ Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE (2011), <http://www.ecuadorencifras.com>: Descargado 28/01/2013

- El 46% de los hogares ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

3.1.2.1.4. Nivel C⁵

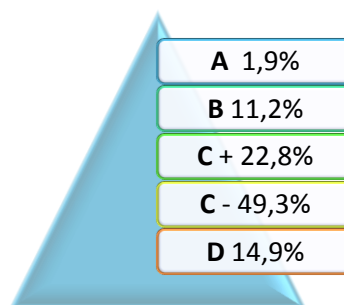
- El 14% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 43% de los hogares utiliza internet.
- El 25% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 19% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 22% de los hogares de este nivel ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

3.1.2.1.5. Nivel D

- El 9% de los hogares utiliza internet.
- El 9% de los hogares ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.⁶

3.1.2.1.6. Pirámide de niveles socioeconómico

Gráfico 3.3



Fuente: INEC
Elaborado por: Autores.

⁵ Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE (2011), <http://www.ecuadorencifras.com>: Descargado 28/01/2013

⁶ Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE (2011), <http://www.ecuadorencifras.com>: Descargado 28/01/2013

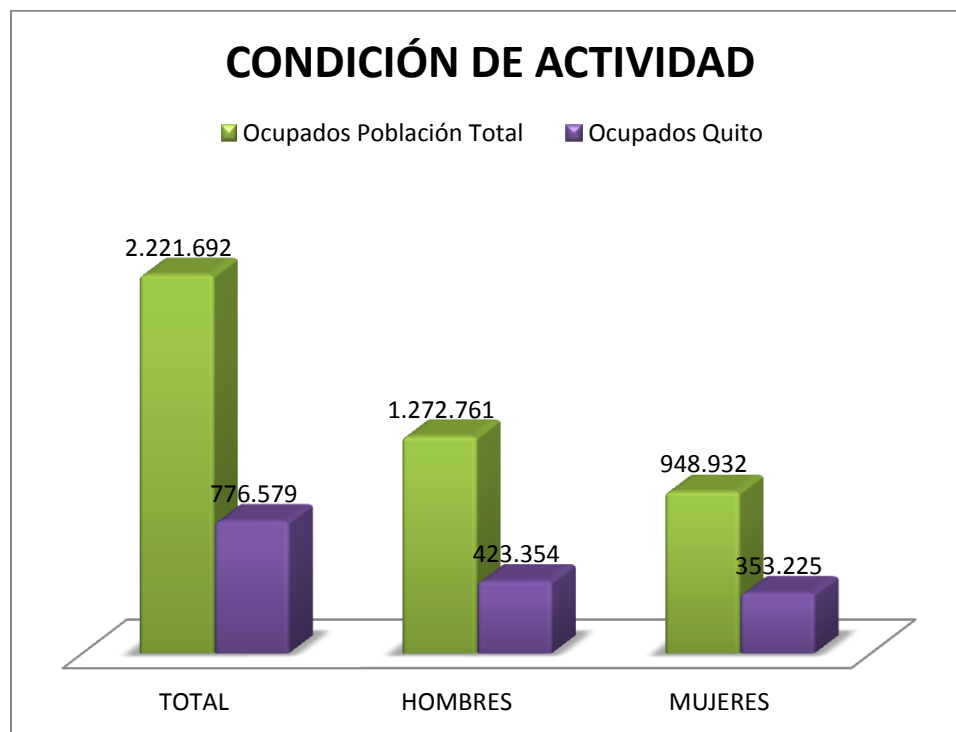
3.1.2.2. Clasificación de la población según la condición de la actividad

El total de la población en condición de actividad en las principales ciudades del Ecuador es 4.871.158 personas, Quito (incluido los valles) representa el 34% de la población, de las cuales el 49% representa a Hombres y 51% Mujeres.

3.1.2.2.1. Población Ocupada⁷

La Población total ocupada es 2.221.692, donde el 35% representa a la ciudad de Quito y dividido en 55% Hombres y 45% Mujeres.

Gráfico 3.4



Fuente: INEC
Elaborado por: Autores.

⁷Boletín Estadísticas INEC: <http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/infoe3.pdf>. Descargado 26/12/2012

La población Ocupada se subdivide en:⁸

- **Ocupados Plenos:** El 36% representa a Quito (incluido los valles) y dividida en el 61% Hombres y 39% Mujeres.
- **Subempleados:** El 30% representa a Quito (incluido los valles) y dividida en el 41% Hombres y 59% Mujeres.
- **Ocupados No clasificados:** El 61% representa a Quito (incluido los valles) y dividida en el 56% Hombres y 44% Mujeres.

3.1.2.2.2. Población Desocupada⁹

La Población total Desocupada es 119.057, donde el 23% representa a la ciudad de Quito (incluido los valles) y dividido en 55% Hombre y 45% Mujeres.

3.2. Análisis del sector

El negocio a implementar se encuentra en el sector de Servicios.

En el Ecuador, las industrias se encuentran clasificadas de acuerdo a la actividad económica que desarrollan. Para este caso de investigación el código a usarse es el CIU, y corresponde al literal S identificado como “Otros Servicios”¹⁰.

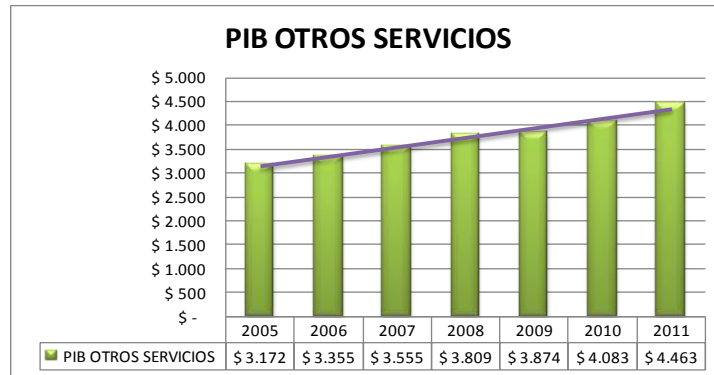
A continuación se presenta las estadísticas de crecimiento del sector económico de servicios en el país, como sustento para las proyecciones y tendencias de mercado.

⁸ Boletín Estadísticas INEC: <http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/infoe3.pdf>: Descargado 26/12/2012

⁹ Boletín Estadísticas INEC: <http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/infoe3.pdf>: Descargado 26/12/2012

¹⁰ Calificación Nacional de las Actividades Económicas (2012) [http:// www.ecuadrencifras.com:8080 /SIN/descargas/ciu.pdf](http://www.ecuadrencifras.com:8080/SIN/descargas/ciu.pdf): Descargado 03/02/2013

Gráfico 3.5



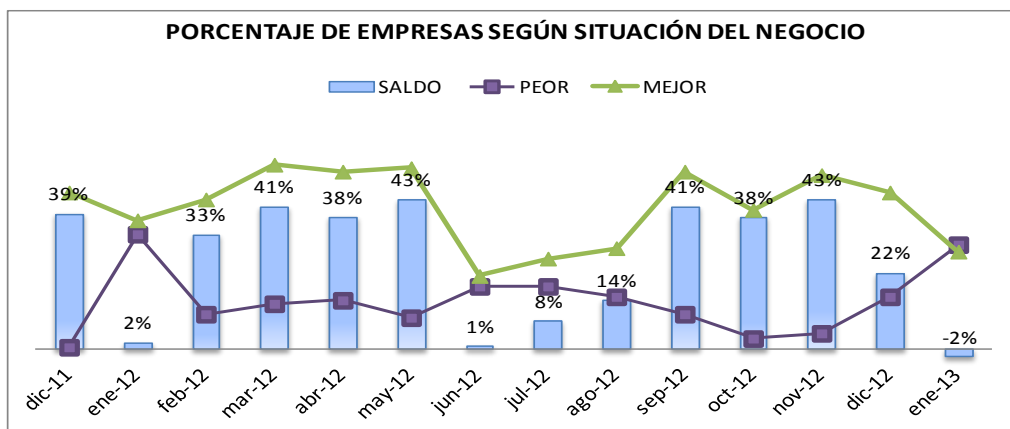
Fuente: BCE.

Elaborado por: Autores.

3.2.1. Situación del Negocio

En el mes de Diciembre 2012, la cantidad de empresas del sector servicios que mencionan estar mejor es superior a las empresas que dicen estar peor. El saldo de la situación del negocio es más del 22%. Para el mes de enero 2013, los empresarios estiman que el saldo de la situación del negocio será levemente negativo en 2%

Gráfico 3.6



*El dato de Enero 2013 es proyectado

Fuente: BCE.

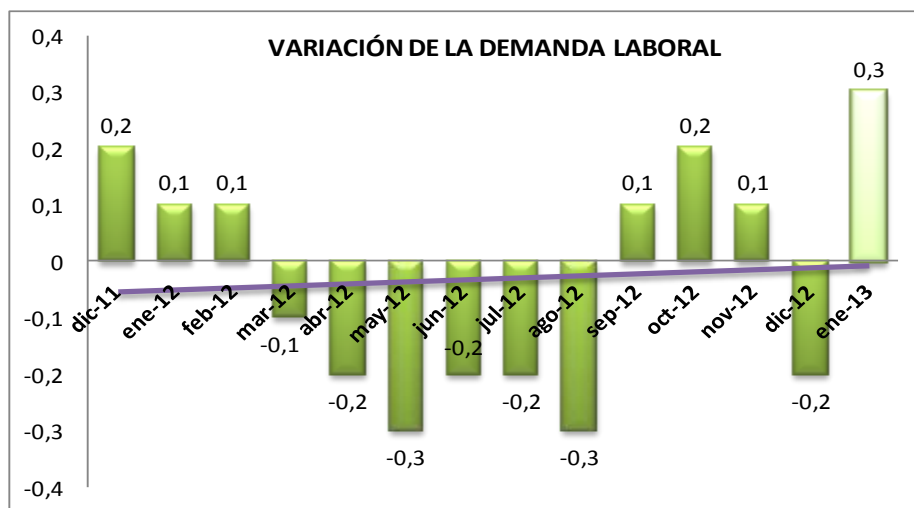
Elaborado por: Autores.

3.2.2. Sector Servicios (Empleo)

Se puede determinar que el mes de diciembre 2012, la demanda laboral en el sector de servicios presentó una leve variación negativa de 0.2% con respecto al mes anterior.¹¹

La tendencia está en crecimiento lo que determina que existe demanda laboral.

Gráfico 3.7



*El dato de Enero 2013 es proyectado

Fuente: BCE.

Elaborado por: Autores.

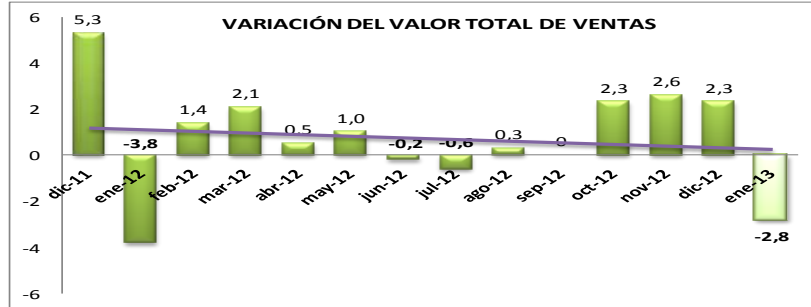
3.2.3. Sector Servicios (Valor total de ventas)

El valor total de ventas del sector servicios subió en 2.3% en diciembre 2012. Las expectativas de los empresarios para el mes siguiente señalan que el valor de ventas disminuirán en 2.8%

¹¹ Boletín Estadísticas INEC: <http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/infoe3.pdf>; Descargado 26/12/2012

La tendencia esta en decrecimiento.

Gráfico 3.8



*El dato de Enero 2013 es proyectado

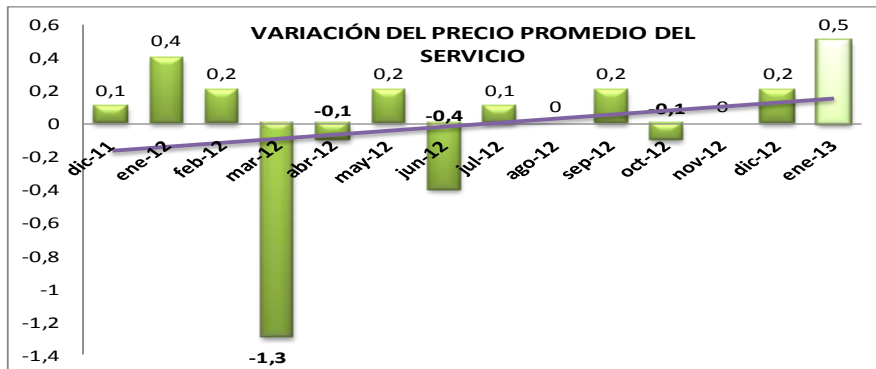
Fuente: BCE.

Elaborado por: Autores.

3.2.4. Sector Servicios (Precio de Servicios)

El precio promedio del servicio prestado por las empresas encuestadas subió ligeramente en 0.2% con respecto al mes anterior y su tendencia es positiva (crecimiento).¹²

Gráfico 3.9



*El dato de Enero 2013 es proyectado

Fuente: BCE.

Elaborado por: Autores.

¹² Estudio mensual de opinión empresarial (Diciembre 2012): <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/EOE/eoe201212.pdf>; Descargado (03/02/2012)

3.2.5. E- Commerce (Comercio Electrónico)

El E-Commerce en el Ecuador no ha sido explotado todavía, avanzamos en el acceso a Internet pero sigue rezagado en temas de regulación y políticas de generación de negocios innovadores.

3.2.5.1. Ventajas y desventajas del comercio electrónico: Entre las ventajas se pueden enumerar:

- Se eliminan los límites geográficos.
- Disponibilidad 24 horas del día, 7 días a la semana, todo el año.
- Acceso de mercado potencial de millones de clientes.
- Subirse a la ola de la tendencia de la globalización.
- Eliminación de intermediarios, consiguiendo un canal directo con el cliente.
- Desarrollo de un canal de comunicación y publicidad propio de alcance masivo, entre otros.

Entre las desventajas se señalan:

- Formas de pago, una de las debilidades es la seguridad en la transmisión de datos, si bien se ha avanzado mucho, hay países como es el caso de Ecuador donde falta mucho por hacer.
- Poca información de las empresas, cualquiera puede ofrecer productos o servicios por internet, y esto representa un riesgo en el comercio electrónico.

- Intangibilidad, el tema ver y tocar aún puede resultar relevante a la hora de la decisión de compra en nuestra generación. Lo mismo el hecho de no tener un lugar físico donde reclamar en caso de una queja.
- Si bien es importante tener en cuenta las desventajas; sin lugar a dudas, los beneficios superan con creces los costos, y lo que se necesita es que los países establezcan un marco regulatorio que atenúen los riesgos inherentes a la actividad.¹³

3.3. Análisis de Mercado

3.3.1. El Negocio

La empresa estará enfocada en ofrecer tiempo a gente que no lo tiene, a cambio de dinero, y resolver así cualquier problema de corta duración, sea habitual o extravagante. En definitiva, una plataforma donde localizar servicios en internet. Ofrecemos todo tipo de tareas rápidas poniendo en contacto a los demandantes, sin tiempo para realizar encargos, con expertos que previamente han sido seleccionados por su disponibilidad y profesionalidad, obteniendo una certificación de la empresa como garantía.

3.3.2. Determinación del Mercado Potencial

- ✓ A partir de la PEA de la Ciudad de Quito (803.914 personas), se obtuvo la Población Ocupada Plena (503.220 personas) que representa el 62.60% de la población total de la ciudad.
- ✓ Según datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones, el 80.92% de la población de Pichincha tiene acceso a Internet, dato con el que se llegó a

¹³ Ronquillo Estudio Diseño: Noticia El E-Commerce en el Ecuador sola para verdaderos emprendedores (2012): <http://www.pabloronquillo.com/index.php/noticias/17-el-e-commerce-en-el-ecuador-solo-para-verdaderos-emprendedores.html>; Descarga (03/02/2013)

determinar que la población (POP) que tiene acceso al Internet (fijo o móvil) corresponde a 407.188 personas.

- ✓ Según datos de niveles socioeconómicos, el giro de negocio de Buytime Solutions se enfoca en los niveles A, B y C +, que corresponden al 35.29% de la población.
- ✓ Con las consideraciones antes mencionadas, se determinó que el mercado potencial para el negocio será de 143.696 personas.

Gráfico 3.10

DETALLE	VALORES	DATOS
POBLACION TOTAL PICHINCHA	2.793.266	
PEA QUITO	803.914	
POBLACION OCUPADA PLENA QUITO	503.229	
% POBLACION CON INTERNET FIJA Y MOVIL	407.188	
NIVELES SOCIOECONÓMICOS	A	1,29%
	B	11,20%
	C+	22,80%
MERCADO POTENCIAL	143.696	35,29%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autores.

Se determina que el mercado potencial es 143.696 habitantes, como resultado de los análisis realizados.

3.3.2.1 Determinación de la muestra

Ecuación

$$N = 143.696$$

$$e = 0.5$$

$$p = 0.50$$

$$q = (1-p) = (1-0,50) = 0.50$$

$$k = 95\%$$

$$\eta = \frac{k^2 p.q.N}{e^2(N-1) + k^2 p.q}$$

$$\eta = \frac{(2.5)^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 143.696}{(0.10)^2 \times (704.467 - 1) + (2.5)^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$\eta = 384$$

3.3.3 Encuesta (1)

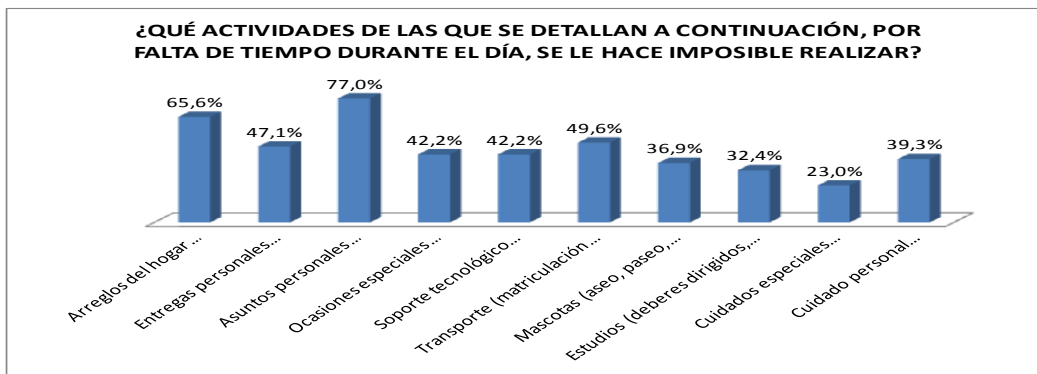
Para determinar el grado de aceptación y el perfil de consumidor del servicio, se consideró realizar una Encuesta a la muestra señalada anteriormente.

3.3.3.1 Objetivos

- Obtener información valiosa sobre el mercado objetivo.
- Definir el mercado objetivo.
- Definir los servicios que no los pueden realizar del mercado.
- Identificar los problemas y puntos claves del mercado.
- Conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes respecto a los servicios que han encontrado durante el último tiempo.

3.3.3.2 Conclusiones

¿Qué actividades de las que se detallan a continuación, por falta de tiempo durante el día, se le hace imposible realizar?



Fuente: Investigación de Mercados realizada por los Autores
Elaborado por: Autores.

Del total de encuestados el 77% se le hace imposible realizar la actividad de Asuntos Personales (Tramites tributarios, IESS, etc), seguido por la actividad Arreglos del Hogar ((Plomería, electricidad, limpieza, etc.).

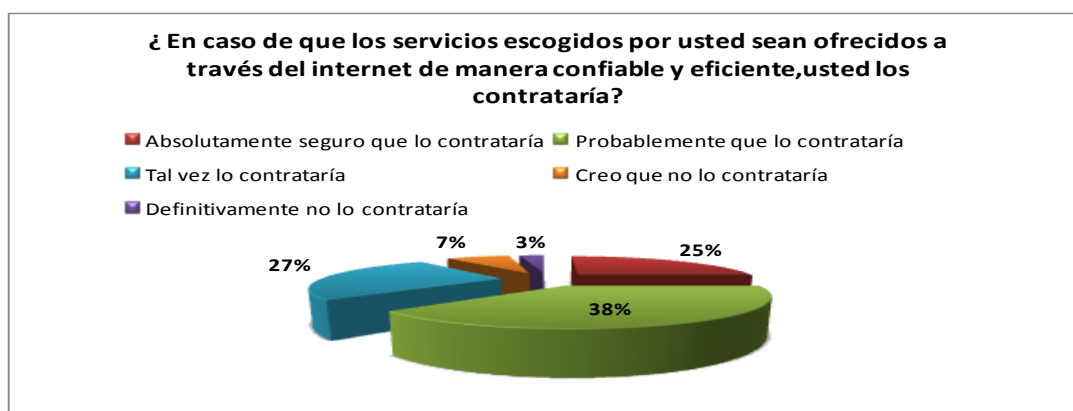
Al contratar uno de los servicios antes mencionados y escogidos, ¿cuáles serían los atributos más importantes que usted consideraría

ATRIBUTOS	Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante
PRECIO	1,64%	3,69%	45,08%	45,90%
CONFIABILIDAD	2,87%	1,64%	11,07%	81,15%
EFICIENCIA	2,46%	1,23%	17,62%	72,13%
RAPIDEZ	2,46%	3,28%	27,87%	61,48%
CALIDAD	2,46%	0,82%	13,93%	77,05%
FORMA DE PAGO	2,87%	8,20%	38,93%	43,85%
SERVICIO PERSONALIZADO	3,28%	5,74%	29,51%	55,74%

Fuente: Investigación de Mercados realizada por los Autores
Elaborado por: Autores.

La precepción de los encuestados en atributos del servicio es la confianza, eficiencia, calidad y rapidez.

¿En caso de que los servicios escogidos por usted sean ofrecidos a través del internet de manera confiable y eficiente, usted los contrataría?



Fuente: Investigación de Mercados realizada por los Autores
Elaborado por: Autores.

Del total de encuestados el 63% está en que probablemente y absolutamente lo contaría el servicio.

¿En caso de que los servicios escogidos por usted sean ofrecidos a través del internet de manera confiable y eficiente, usted los contrataría?

SERVICIOS	Diariamente	Semanalmente	Mensual	Anual	Eventualmente
Arreglos del hogar (plomería, electricidad, limpieza, ect..)	3,3%	24,0%	20,1%	6,7%	45,9%
Entregas personales (compras, obsequios, etc.)	2,2%	7,9%	26,5%	13,6%	49,7%
Asuntos personales (Trámites tributarios, IESS, etc.)	2,6%	9,2%	37,2%	19,9%	31,0%
Ocasiones especiales (arreglos, fiestas, homenajes, etc.)	2,2%	4,3%	19,4%	15,8%	58,3%
Soporte tecnológico (arreglo computadores, celulares, televisión, etc.)	2,6%	3,5%	14,9%	20,2%	58,8%
Transporte (matriculación vehículo, mudanza, arreglo mecánico, lavado, etc.)	4,3%	3,5%	19,2%	36,0%	37,0%
Mascotas (aseo, paseo, cuidado, spa, etc.)	4,5%	9,2%	31,1%	9,7%	45,5%
Estudios (deberes dirigidos, profesores, idiomas, etc.)	9,8%	16,3%	22,6%	8,3%	42,9%
Cuidados especiales (niñeras, enfermeras, etc.)	6,1%	8,6%	21,2%	4,5%	59,6%
Cuidado personal (manicure, pedicure, peluquería, imagen, etc.)	2,6%	30,2%	35,3%	4,5%	27,3%

Fuente: Investigación de Mercados realizada por los Autores
Elaborado por: Autores.

Del total de encuestados la frecuencia de contratación de los servicios sería eventualmente (< 12) y mensual.

¿Qué otro servicio a parte de los mencionados anteriormente, le gustaría contratar por falta de tiempo?

Del total de encuestados se determina que los otros servicios que la gente adicionaría para contratar por falta de tiempo son:

1. Compra y entrega de alimentación preparada
2. Compra de víveres para el hogar
3. Trámites bancario
4. Soporte Legal.

3.3.4 Encuesta (2)

Determinar la frecuencia y precio promedio de los 5 principales servicios de mayor aceptación según los resultados de la primera encuesta.

3.3.4.1 Objetivos

- Obtener información valiosa sobre el mercado objetivo.
- Definir las frecuencias de contractibilidad de los clientes.
- Obtener el precio mínimo y máximo de aceptación.

3.3.4.2 Conclusiones

Los siguientes cuadros determinan la frecuencia de contacto de un cliente al sitio web por uno de los servicios, se consideró los 5 principales servicios, los cuales fueron reflejados en la primera encuesta.

Asuntos personales

SERVICIOS	% Personas que eligen por frecuencia				
	DIAS	SEMANA	MES	AÑO	EVENTUAL
Trámites Tributarios	0,00%	0,00%	7,58%	3,03%	4,55%
Trámites IESS (Asesoría)	0,00%	1,52%	6,06%	3,03%	4,55%
Compras de entradas	0,00%	0,00%	0,00%	4,55%	12,12%
Trámites municipio	0,00%	1,52%	6,06%	6,06%	4,55%
Pagos de Servicios	0,00%	1,52%	4,55%	6,06%	1,52%
Asesoría Legal	0,00%	1,52%	3,03%	3,03%	3,03%
Pagos tarjeta de credito	0,00%	1,52%	7,58%	0,00%	1,52%
TOTAL	0,0	0,1	0,3	0,3	0,3

Fuente: Investigación de Mercados realizada por los Autores
Elaborado por: Autores.

Arreglos de Hogar

SERVICIOS	% Personas que eligen por frecuencia				
	DIAS	SEMANA	MES	AÑO	EVENTUAL
Arreglos del hogar					
Arreglos de plomería	0,00%	1,92%	1,92%	1,92%	3,85%
Arreglos Electricos	0,00%	1,92%	1,92%	1,92%	3,85%
Arreglos de Jardines	0,00%	1,92%	1,92%	1,92%	3,85%
Limpieza de casa	0,00%	1,92%	0,00%	7,69%	3,85%
Limpieza de casa	0,00%	0,00%	0,00%	9,62%	3,85%
Arreglos de Carpintería	0,00%	0,00%	0,00%	1,92%	3,85%
Arreglo de Albañileria	0,00%	0,00%	0,00%	1,92%	3,85%
Pintura	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,85%
Planchado	0,00%	3,85%	3,85%	0,00%	3,85%
Lavado de ropa	0,00%	3,85%	3,85%	0,00%	3,85%
Cocinar	0,00%	1,92%	0,00%	0,00%	3,85%
TOTAL	0,0	0,2	0,1	0,3	0,4

Fuente: Investigación de Mercados realizada por los Autores
Elaborado por: Autores.

Arreglos de Hogar

SERVICIOS	% Personas que eligen por frecuencia				
	DIAS	SEMANA	MES	AÑO	EVENTUAL
Transporte					
Mudanza	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,76%
Matriculación Vehículo	0,00%	0,00%	2,38%	14,29%	11,90%
Lavado de Vehículo	0,00%	4,76%	2,38%	9,52%	9,52%
Movilización Interna	0,00%	7,14%	4,76%	7,14%	7,14%
Arreglo mecanico	0,00%	0,00%	2,38%	0,00%	4,76%
Auxilio mecanico	0,00%	0,00%	2,38%	0,00%	4,76%
TOTAL	0,0	0,1	0,1	0,3	0,4

Fuente: Investigación de Mercados realizada por los Autores
Elaborado por: Autores.

Entrega personales

SERVICIOS	% Personas que eligen por frecuencia				
	DIAS	SEMANA	MES	AÑO	EVENTUAL
Compra de Viveres	5,00%	0,00%	7,50%	0,00%	5,00%
Compra de comida	0,00%	10,00%	7,50%	0,00%	5,00%
Compra de materiales	0,00%	0,00%	0,00%	5,00%	2,50%
Compra de utiles	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%	15,00%
Otras compras	0,00%	0,00%	5,00%	0,00%	7,50%
Entrega de paquetes	0,00%	7,50%	5,00%	2,50%	7,50%
TOTAL	0,1	0,2	0,3	0,1	0,4

Fuente: Investigación de Mercados realizada por los Autores
Elaborado por: Autores.

Ocasiones especiales

Ocasiones especiales	DIAS	SEMANA	MES	AÑO	EVENTUAL
Asesoría para fiesta de	0,00%	0,00%	2,78%	16,67%	16,67%
Asesoría para eventos	0,00%	0,00%	2,78%	13,89%	13,89%
Catering	0,00%	0,00%	0,00%	16,67%	16,67%
TOTAL	0,0	0,0	0,1	0,5	0,5

Fuente: Investigación de Mercados realizada por los Autores
Elaborado por: Autores.

Los precios promedios determinados en la encuesta son detallados en (Anexo 1.1 Tabla de precios)

3.3.4.3 Perfil del Consumidor

- **Género.**- Femenino 59% y Masculino 41%, del total encuestado.
- **Edad.**- 20 – 40 años de edad representando más de 50% del total encuestado.
- **Nivel de Educación.**- Universitario con el 71% del total encuestado.
- **Ingresos.**- entre \$1000 dólares a \$ 2000 dólares
- **Estado Civil.**- Soltero 47% y Casado 44% del total encuestado.
- **Sector donde reside.**- El 50% en el sector Norte.

- Cuenta con una actividad económica
- Labora más de 8 horas diarias
- Tiene facilidades para acceder al internet (Fijo / móvil)
- Realiza consumos por Internet
- **Forma de Pago.-** Tarjeta de crédito.

3.3.5 Grupos Focales

Con el grupo de discusión se indagó en las actitudes y reacciones del grupo social específico frente al servicio que se está ofreciendo, determinando precios de aceptación, publicidad, facilidades a ofrecer, etc.

3.3.5.1 Objetivos

- Explorar a fondo los sentimientos y actitudes de los participantes del grupo.
- Identificar los gustos y preferencias de los futuros consumidores
- Intercambiar experiencias sobre los servicios que actualmente tiene.
- Lograr información asociada a conocimientos, actitudes, sentimientos, creencias y experiencias.

3.3.5.2 Conclusiones

- ✓ Grupo Focal 1: Conformado por 3 mujeres y 3 hombres entre 20 y 30 años de edad.
- ✓ Grupo Focal 2: Conformado por 4 mujeres y 4 hombres entre 31 y 40 años de edad.
- ✓ Grupo Focal 3: Conformado por 3 mujeres y 4 hombres entre 41 y 50 años de edad.

Una vez realizado el Focus Group se pudo determinar las oportunidades que se presentan para la elaboración del plan de negocio:

Hábitos de Consumo.

El 100% de los participantes tiene una actividad económica, labora más de 8 horas diarias, tiene fácil acceso internet y ha realizado consumos por internet.

Entre las actividades que por falta de tiempo se les imposible realizar son:

- ✓ Asuntos personales (Tramites tributarios, IESS, Banca)
- ✓ Arreglos de Hogar (Plomería, limpieza, arreglos eléctricos)
- ✓ Compra y entrega de comida de diferentes lugares.
- ✓ Soporte Legal.

Aceptación del Producto.

Después de realizar varias preguntas y presentar el servicio, el 80% de los participantes estarían dispuestos a contratar nuestros servicios por:

- Facilidad de realizar los asuntos.
- Eficiencia y confianza en realizar las actividades.
- Precio acorde al mercado.

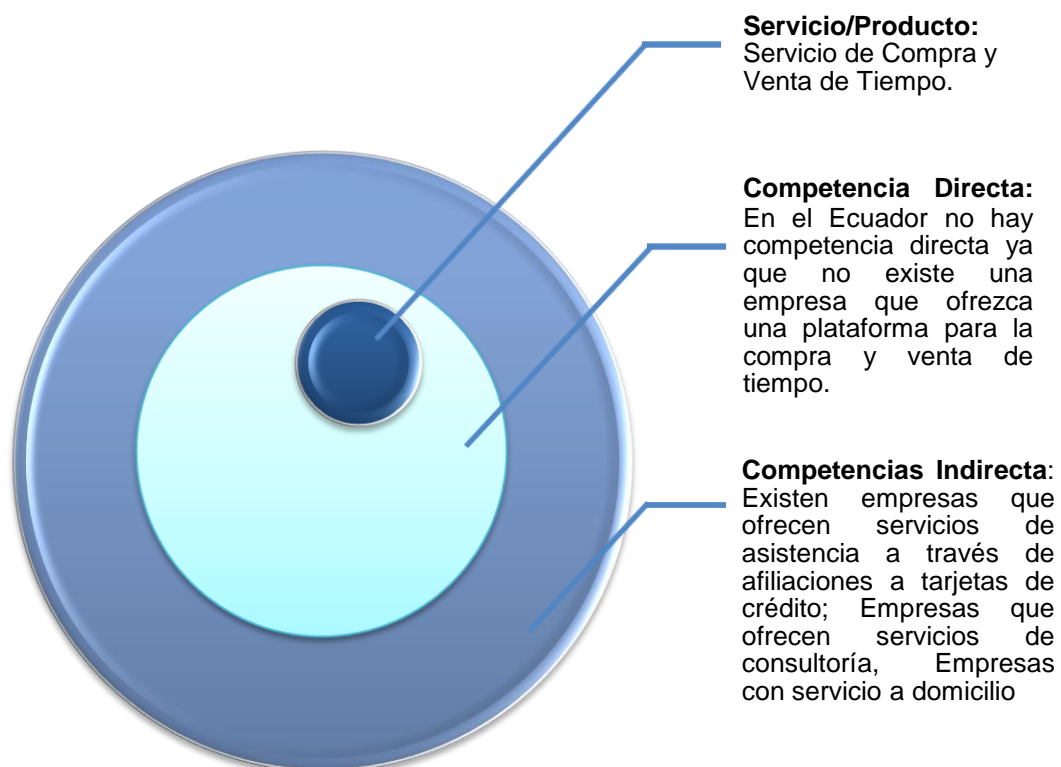
Mientras que el otro 20% de los participantes no estarán dispuestos a contratar nuestros servicios, porque prefieren realizarlos personalmente, o simplemente hacer uso del mensajero de la oficina

3.3.6 Demanda Proyectada

Para realizar la proyección de la demanda se ha considerado la aplicación de la tasa de crecimiento del PIB total de los últimos 6 años, la misma que se establece en un índice de crecimiento estimado del 4% anual. (INEC 2012).

3.4 Análisis de la Competencia

Gráfico 3.11



Elaborado por: Autores

Competencia Directa:

En el país no existe una empresa que ofrezca una plataforma informática, que a través del uso del internet, aglomere a la oferta y la demanda de tiempo para la ejecución de actividades eventuales, especializadas o no especializadas. Es por esta razón, que en vista de que el uso de internet en la ciudad de Quito cada vez se hace más extensivo y permite un mayor acceso a la población; y, debido a que no existe una compañía que ofrezca el mismo tipo de servicio de BuyTime Solutions S.A, es una oportunidad que debe ser aprovechada en el mercado de servicios.

Competencia Indirecta:

Se ha determinado como Competencia Indirecta a aquellas empresas que ofrezcan uno o varios servicios que consten en una de las categorías que BuyTime Solutions S.A promociona a través de sus solucionadores certificados; y que utilicen un servicio a domicilio personalizado; independientemente de la forma en que el cliente requiera el servicio o realice su pago.

De esta forma algunas de ellas se centran específicamente en lo que es alimentación, otras en servicios especializados como son las consultorías, y otras, en asistencia médica o asistencia de mascotas; pero no existe alguna que ofrezca variedad de oferta de servicios. Cabe recalcar que estos servicios son ofrecidos con personal propio de sus empresas, es decir que están bajo relación directa de dependencia, de acuerdo a la normativa y leyes vigentes en temas laborales.

En cuanto a aquellas empresas dedicadas a los servicios de alimentación, se puede nombrar a cadenas importantes de fuerte presencia en el territorio nacional, y en especial en la ciudad de Quito, como son: Kentucky Fried Chicken (KFC), Los Ceviches de la Ruminahui, La Tablita del Tartaro, Pizza Hut, Mayflower entre otros; estas empresas ofrecen servicio a domicilio con un recargo adicional.

Entre las empresas relacionadas con los servicios especializados con el cuidado de mascotas, tenemos a PetsPlaza y Soluvet S.A, entre otras; establecidas en la ciudad de Quito y registradas en la Superintendencia de Compañías.

En cuanto a entregas personales de obsequios y regalos, se tienen empresas como Floristería “La Orquidea”, Braganca Flores, Mitra, Gift and Treasures; entre otras; las que también realizan entrega a domicilio con un recargo adicional.

Un hecho particular se da en aquellas empresas que ofrecen arreglos en el hogar, como carpintería, plomería, electricidad, etc; ya que la mayor parte de sus

servicios son ofrecidos como valor agregado, a través de las compañías de tarjetas de crédito, es decir, a través de un pago adicional mensual recaudado con el pago del tarjetahabiente, el cliente puede acceder a este tipo de servicios con las debidas restricciones del caso en cuanto a frecuencia y tipo de arreglo; una empresa que se dedica a este tipo de servicios es GEA del Ecuador, que también brinda asistencia médica y vehicular.

Las empresas que tienen actividad relacionada con el cuidado de niños, de ancianos y de enfermos, tienen la particularidad de que son controladas por Instituciones del Estado, como por ejemplo el Ministerio de Salud y el Ministerio de Educación; y por lo general, cuando se requiere de este tipo de servicios, depende de la política de la empresa, el enviar a su representado a realizar el cuidado requerido, entre estas empresas está: Salud S.A, Humana S.A, Emergencias Médicas Integrales (EMI), entre otras.

Existen un sinnúmero de empresas consultoras pequeñas, medianas y grandes que se dedican a dar asistencia profesional a clientes que requieren de ayuda en temas relacionados al IESS, trámites contables, tributarios, jurídicos y también a temas relacionados con la gestión empresarial, entre ellas podemos citar a: Deloitte, PWC, Delfos Consultancy, ITERA, Actuaría Consultores, Cadena Abogados, etc.

En cuanto a empresas relacionadas con soporte tecnológico, se hallan aquellas que se encargan de la venta de los mismos equipos tecnológicos, dando este servicio como adjunto a la garantía, recalcando que el mismo se brinda para equipos nuevos; tomando un costo adicional por mano de obra y componentes en aquellos que no lo son, entre ellas, podemos citar a Comandato, Almacenes La Ganga, Call & Buy, Akros, Radioshack, Almacenes Japón, etc.

Algunas empresas relacionadas con medios de transporte que dan servicio de arreglo y asistencia mecánica, tienen que ver con las concesionarias de las diversas marcas del parque automotor del país como por ejemplo Asistencia Chevrolet y otras que a través de un monto de afiliación brindan estos servicios como son Aneta y Diners Club (GasClub).

En cuanto a la categoría de estudios, existen negocios unipersonales que se dedican a ofrecer sus servicios a través de la prensa, revistas o el internet; y también Instituciones medianas y grandes que se encargan de temas académicos relacionados con estudios de idiomas, nivelación, ya sean estos secundarios o superiores, así como también el servicios de deberes dirigidos; entre ellos: Wall Street Institute, Centro de Estudios Continuos (CEC), CENE, CENDIA, etc.

3.4.1. Análisis de Porter

- ✓ **Competidores Potenciales.-** después de realizar el análisis pertinente de investigación se ha determinado que no hay empresa, que utilice una plataforma informática, que permita la interacción entre la oferta y la demanda en cuanto a la compra y venta de tiempo, sin embargo se tiene claro el panorama que una vez que el modelo de negocio se ejecute surjan nuevos competidores que lo repliquen. Una de las barreras más significativas para entrar en este negocio es la inversión en tecnología, administración, recurso humano y publicidad.

Debido a la diversidad de los servicios que ofrece el modelo de negocios a través de los solucionadores, en el apartado anterior se evidencia que existen empresas que tiene su nicho, por lo tanto se las cataloga como potenciales competidores, en su rama.

- ✓ **Poder de Negociación del Comprador.-** En el primer año de ejecución del modelo de negocio, el poder de negociación de los comparadores es

alta, porque es una forma nueva de brindar servicios en la cual el cliente deberá tener la plena confianza para contrátalo.

Existen empresas especializadas en un tipo de servicio, que brindan opciones de entrega a domicilio, y que debido a su trayectoria en el mercado los clientes pueden adoptar estas opciones.

- ✓ **Poder de Negociación de Proveedores.-** El poder de negociación de proveedores es baja porque se maneja un alto portafolio de solucionadores calificados, en donde el mercado de ofertantes es alto.

- ✓ **Amenaza de servicios sustitutos.-** Después del análisis se determinó como servicios sustitutos, a las empresas de competencia indirecta, que ofrecen servicios en una rama específica que no vienen hacer un servicio sustituto como tal.

- ✓ **Competidores del Sector.-** Al ser una empresa de servicios especializada en E-Commerce, la competencia es baja ya que no existe en el mercado un modelo similar al planteado en este plan de negocio.








3.5 Análisis Foda

<u>FORTALEZAS</u>	<u>OPORTUNIDADES</u>
1.- Personal profesional y experimentado en las aéreas de tecnología administración recursos humanos y marketing.	1.- Generar dinero haciendo las cosas que los demás no pueden
2.- Infraestructura tecnología de última generación.	2.- Cobertura de nuevos nichos de mercado
3.- Un modelo de gestión enfocado a los objetivos de la empresa.	3.- Existencia de oferta laboral (Solucionadores calificados)
4.- Diversificación de los servicios brindados	4.- Necesidad de generar Ingresos Extras
5.- Seguridad Informática	
<u>DEBILIDADES</u>	<u>AMENAZAS</u>
1.- La contratación del servicio depende del grado de confianza del cliente	1.- Ataques informáticos
2.- Altos costos por transacciones financieras	2.- Ingreso de competencia Directa
3.-Adaptación a un nuevo modelo de negocio a una cultura de contratación de servicio	3.- Cambio en la legislación ecuatoriana
4.- Alto costos del uso del Internet Fijo / Móvil	4.- Diminución del crecimiento económico

CAPÍTULO 4.

4. Estrategias de Mercado.

4.1. Modelo de Negocio

<p>ALIANZAS ESTRATEGICA </p> <p>Un punto de encuentro entre gente que tiene tiempo y gente que tiene dinero. La idea es intercambiar la disponibilidad de personas/empresas que no tienen tiempo para realizar algunas tareas y personas que si lo tienen y quieren cambiarlo por dinero.</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVES </p> <ul style="list-style-type: none"> *Garantizar un servicio de confiabilidad, calidad, eficiencia y rapidez *El control permanente de solicitudes y rapidez de solución. 	<p>PROPUESTA DE VALOR </p> <p>Se basan en una idea simple pero innovadora, apunta a un público extenso, cuentan con una interface atractiva y fácil de utilizar, y utilizan un lenguaje sencillo y amigable.</p> <p>Servicio basado en el long-tail de los servicios profesionales (Ilimitada oferta puede crear ilimitada demanda) es ideal para las personas que trabajan más de 8 horas: alguien necesita ayuda con una tarea cualquiera, encuentra un solucionador en Buy Time Solutions, dispuesta a hacerlo por algo de dinero</p>	<p>RELACIONES CON CLIENTES </p> <ul style="list-style-type: none"> *Relaciones personalizadas con nuestros clientes. *Siendo el mejor solucionador con nuestros clientes *El confianza y rapidez permanente es nuestra principal estrategia para mantener la fidelidad de nuestros clientes. *El cliente no queda satisfecho, no paga (y ni ellos ni el solucionador cobran). 	<p>SEGMENTO DE MERCADO </p> <p><u>Segmento Primario:</u></p> <p>Hombres - Mujeres</p> <p>Formación profesional e ingresos económicos</p> <p>20 - 40 Años</p> <p>Nivel socio económico A-B-C+ Labora más de 8 Horas al día Su preferencia es solucionar lo más rápido las cosas</p> <p><u>Segmento Secundario:</u></p> <p>Hombres - Mujeres</p> <p>20 - 40 Años</p> <p>Nivel socio económico C+ Labora más de 8 Horas Diarias Su preferencia es buscar en ellos la solución</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS </p> <ul style="list-style-type: none"> * Parte tecnológica *Talento humano calificado 	<p>FLUJOS DE INGRESOS </p> <p>*Nuestra estructura de ingresos está conformada principalmente por el margen retenido por cada servicio brindado.</p>			

4.2. Concepto del Servicio.

Buytime Solutions S.A. ha nacido con la filosofía de vendernos tiempo. O, mejor dicho, de facilitar que alguien realice las tareas que van pasando de página en página de la agenda. Y, más allá de la relativa novedad de su oferta, echarle un ojo a un modelo de e-commerce.

Cómo funciona

Buytime Solutions S.A. pone a disposición de sus clientes, profesionales de confianza para que realicen las tareas que no quieren o no pueden hacer. Desde recados, reparaciones domésticas, transporte de mercancías, hasta un tratamiento de belleza a domicilio.

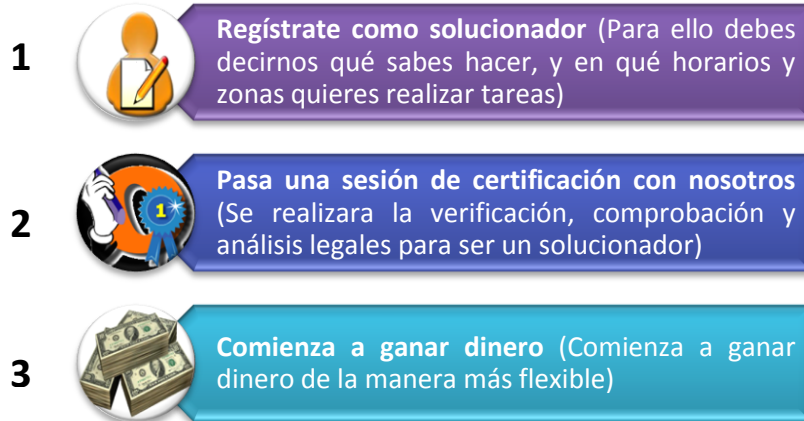
Gráfico 4.1



Elaborado por: Autores.

Ser un Solucionador

Gráfico 4.2



Elaborado por: Autores.

Debilidades de la competencia

- No dispones de la variedad de los servicios.
- Tienes que cancelar mensualmente un FEE, sin usar el servicio.
- No tienes información clave de los solucionadores para realizar tu servicio.
- Solo atienden situaciones de emergencia.

4.3. Estrategia de Distribución

La estrategia de distribución de Buy Time Solutions S.A., estará enfoca en:

Gráfico 4.3



Elaborado por: Autores.

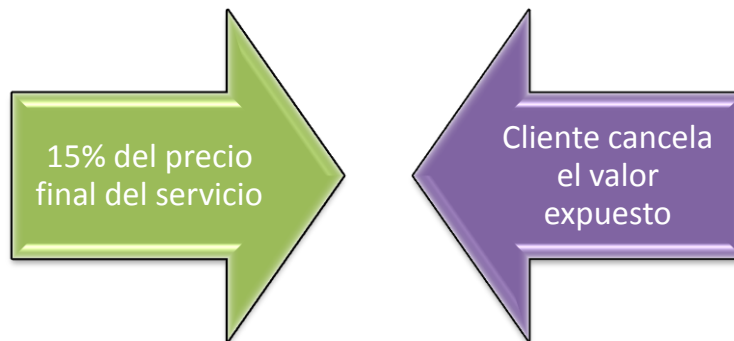
4.4. Estrategia de Precios

La estrategia de precio está enfocada en un porcentaje de cobro sobre el precio final por transacción, el cual no será percibido por el cliente.

Además se manejarán diferentes estrategias como:

- ✓ Targeting: Se realizará combinaciones de ofertas puntuales con bajo margen por un tiempo corto para comprarlo.
- ✓ Cross – Selling: Se busca que el cliente interesado por un servicio, sea presentado los complementos que mejor puedan encajar en el servicio seleccionado.

Gráfico 4.4



Elaborado por: Autores

4.5. Estrategia de Promoción

La Estrategia de promoción de introducción al mercado, consiste en bono de \$5 dólares por registrarte en Buytime, los cuales podrás usarlo en cualquiera de nuestros servicios con una compra mínima de \$15.

Gráfico 4.5



Regístrate en BuyTime.

- Regístrate a formar parte de BuyTime. Es muy fácil, tardarás menos de un minuto y antes de que te des cuenta estarás ganando dinero.

Revisa todos nuestros servicios

- De una manera fácil puede elegir el servicio que necesitas de una manera rápida y confiable.

Gana dinero

- En la primera compra tendrás a tu favor \$5 dólares en cualquiera de nuestros servicios.

Elaborado por: Autores.

4.6. Estrategia de Comunicación

La apertura de una web de e-commerce está siempre vinculada al diseño de una buena estrategia de comunicación que ayuda hacerle crecer. De nada sirve contar con el mejor catálogo de servicios del mercado si no implementamos acciones que ayuden a posicionar nuestra marca, así como a captar y fidelizar a los clientes potenciales.

Se aplicara las siguientes estrategias:

Gráfico 4.6



Elaborado por: Autores.

Cómo prevenir cualquier eventualidad negativa online

Gráfico 4.7

Siempre se debe esta monitoreando para ver el alcance que estamos teniendo y la reputación que estamos consiguiendo, y mejorar la experiencia vivida para redefinir tu estrategia por si vuelves a encontrarte con un caso parecido.



Elaborado por: Autores.

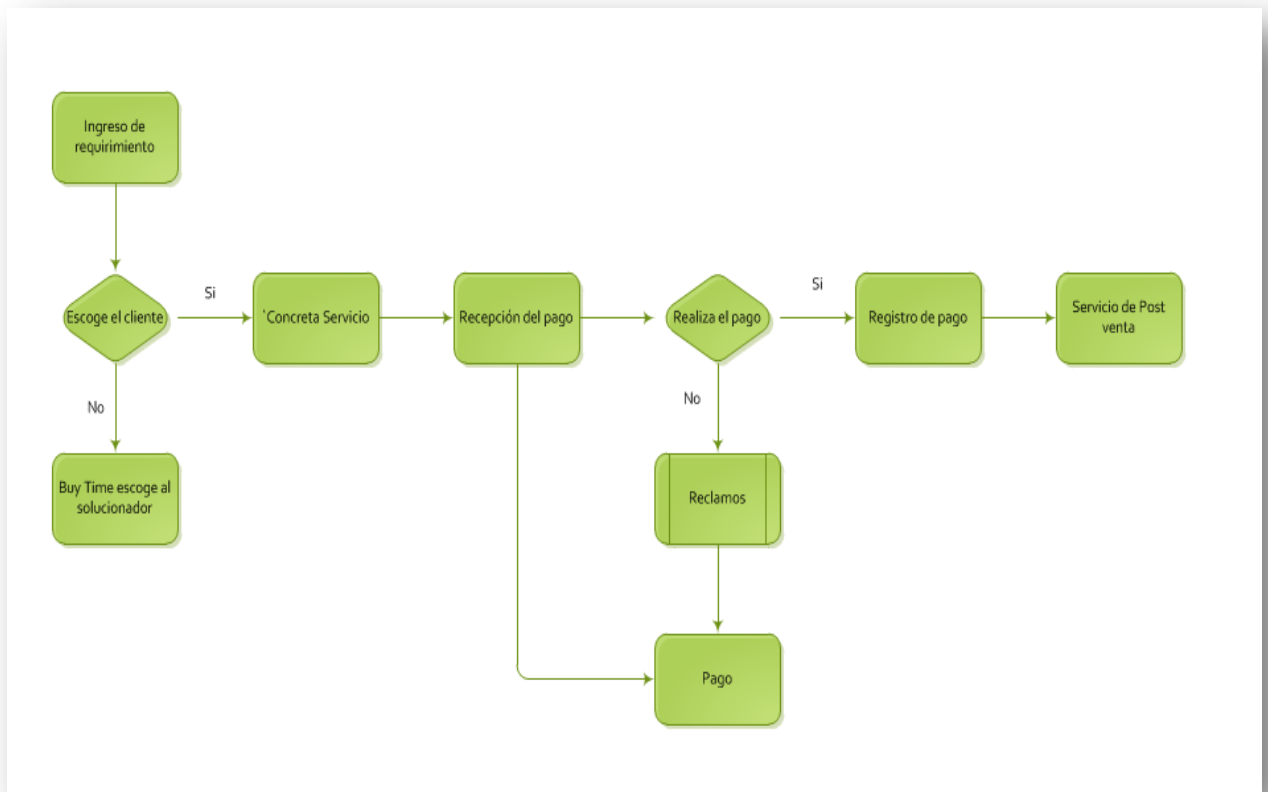
4.7. Estrategia de Servicio

Buytime Solutions S.A. es una herramienta que permite solucionar las tareas que por falta de tiempo no se puede solucionar, estaremos presente las 24 horas de días brindando las soluciones a los requerimientos.

Nuestra estrategia está enfocada en el desarrollo de un plan tecnológico, que soporte todas las funciones que queremos brindar a nuestros clientes.

Proceso del Servicio

Gráfico 4.8

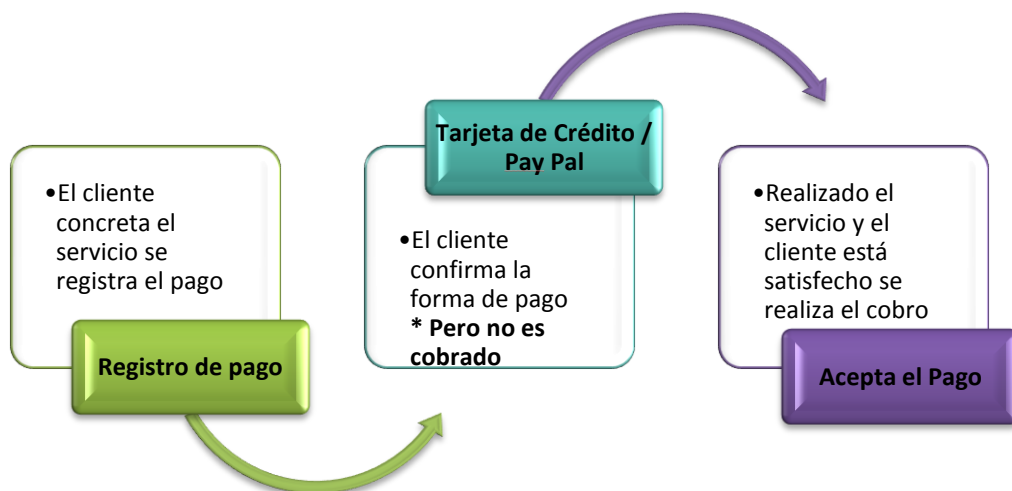


Elaborado por: Autores.

Forma de Pago

La forma de pago se realizará mediante Tarjeta de Crédito o por PAY PAL

Gráfico 4.9



Elaborado por: Autores.

4.8. Presupuesto

El presupuesto está basado en las estrategias mencionadas en los puntos anteriores.

Tabla 4.1

REQUERIMIENTO DE PUBLICIDAD					
<i>DETALLE</i>	<i>REQUERIMIENTO ANUAL</i>	<i>VALOR UNT</i>	<i>SUBTOTAL</i>	<i>IVA</i>	<i>TOTAL ANUAL+IVA</i>
<i>MAILING MARKETING</i>	6	\$ 1.000,00	\$ 6.000,00	\$ 720,00	\$ 6.720,00
<i>PAUTA EN REDES SOCIALES</i>	6	\$ 500,00	\$ 3.000,00	\$ 360,00	\$ 3.360,00
<i>SEM & SEO POSICIONAMIENTO</i>	365	\$ 80,00	\$ 29.200,00	\$ 3.504,00	\$ 32.704,00
<i>PROMOCIÓN DE PENETRACIÓN</i>	4403	\$ 5,00	\$ 22.015,00	\$ 2.641,80	\$ 24.656,80
			TOTAL		\$ 67.440,80

Elaborado por: Autores

- ✓ **Estrategia de mailing marketing:** Se realiza mensualmente un recordatorio a la base de datos con las promociones vigentes.
- ✓ **Estrategia de Pauta en redes sociales:** Se realiza mensualmente un recordatorio a la base de datos con las promociones vigentes.
- ✓ **Estrategia SEM & SEO posicionamiento:** Diariamente estaremos posicionados en los buscadores y en la horas con mayor uso, de esta manera seremos la primera opción.
- ✓ **Estrategia de penetración:** Se aplicará la promoción de \$5 dólares para el 5% de usuarios de nuestro objetivo, con el fin de que realicen la compra de unos de nuestros servicios.

4.9. Proyecciones de ventas

Se detalle en la siguiente tabla las proyecciones de ventas considerando los siguientes detalles:

Tabla 4.2

% de Comisión	15% de Total facturado por servicio
% de Crecimiento	4% de acuerdo al crecimiento del PIB
% de Inflación	4% Dato de Inflación

Elaborado por: Autores

Tabla 4.3

Mercado Potencial	143.696
Primer Año	25% Según dato de encuesta
Primer Año	35.924 usuarios

VENTAS PROYECTADAS

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$ 4.695.128	\$ 5.091.912	\$ 5.522.260	\$ 5.988.562	\$ 6.494.126
<i>Asuntos Personales</i>	\$ 828.991	\$ 899.114	\$ 975.139	\$ 1.057.517	\$ 1.146.819
<i>Arreglos del Hogar</i>	\$ 1.535.696	\$ 1.665.532	\$ 1.806.306	\$ 1.958.849	\$ 2.124.070
<i>Transporte</i>	\$ 610.239	\$ 661.705	\$ 717.574	\$ 778.162	\$ 844.029
<i>Entregas Personales</i>	\$ 335.582	\$ 363.990	\$ 394.809	\$ 428.230	\$ 464.491
<i>Ocasiones Especiales</i>	\$ 1.384.620	\$ 1.501.571	\$ 1.628.432	\$ 1.765.804	\$ 1.914.717
(-) COSTOS DE VENTAS	\$ 3.990.858	\$ 4.328.126	\$ 4.693.921	\$ 5.090.278	\$ 5.520.008
<i>Servicio Pagado Solucionador</i>	\$ 3.990.858	\$ 4.328.126	\$ 4.693.921	\$ 5.090.278	\$ 5.520.008
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS	\$ 704.269	\$ 763.787	\$ 828.339	\$ 898.284	\$ 974.119

Elaborado por: Autores

CAPÍTULO 5.

5. Operación.

5.1. Ficha técnica del servicio

Gráfico 5.1

FICHA TÉCNICA		
CAPACIDAD	Buy Time Solutions, tiene la capacidad de comprar el tiempo de la gente a cambio de realizar tareas que por falta de del mismo, se le es imposible realizar y ha pasado de página en página de la agenda.	
CUALIDADES	Ahorro de Tiempo	
	Facilidad de realizar las tareas	
	Tienes una gama amplia de solucionadores	
	Plena Garantía de satisfacción (no quedas contento no pagas)	
	Seguridad Total	
DISEÑO	<p style="text-align: center;">MODELO DE NEGOCIO E-COMMERCE</p>	
TECNOLOGÍA	INFRAESTRUCTURA PROPIA	
	Servidor	1 Server. 1 Rack. 2 Ups. Datacenter. 2 Enlaces (Principal Y Backup) Dedicado Al Internet. 1 Equipo De Firewall. 1 Switch De Core. Licenciamiento Base De Datos. Licenciamiento Sistema Operativo.
	Características Server	Procesador Intel Xeón 2xE5-2630/ 24GB RAM / 4TB HD
	Mantenimiento /Soporte	7x24 3años
	Licenciamiento	WINDOWS 2012/SQL SERVER Enlace De Internet 2mbps

Elaborado por: Autores.

5.2. Descripción del proceso.

El giro de negocio de Buytime Solutions, se apoya en una estructura organizacional por procesos, es decir, sus macroprocesos se han definido de la siguiente manera:

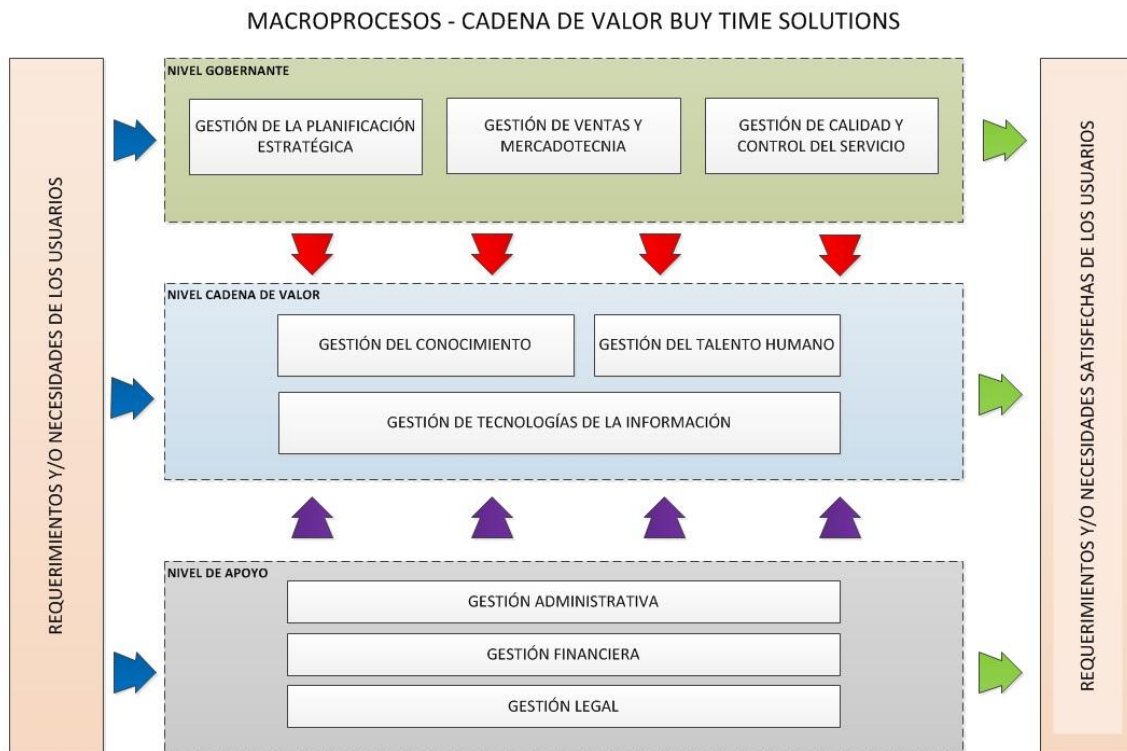
Procesos Gobernantes: Gestión de la Planificación Estratégica, Gestión de Ventas y Mercadotecnia, y, Gestión de Calidad y Control del Servicio

Procesos de Cadena de Valor (Productivos): Gestión del Conocimiento, Gestión del Talento Humano, Gestión de Tecnologías de la Información

Procesos de Apoyo: Gestión Administrativa - Financiera y Gestión Legal.

La descripción gráfica de la Cadena de Valor de Buytime Solutions se muestra en la siguiente Gráfica.

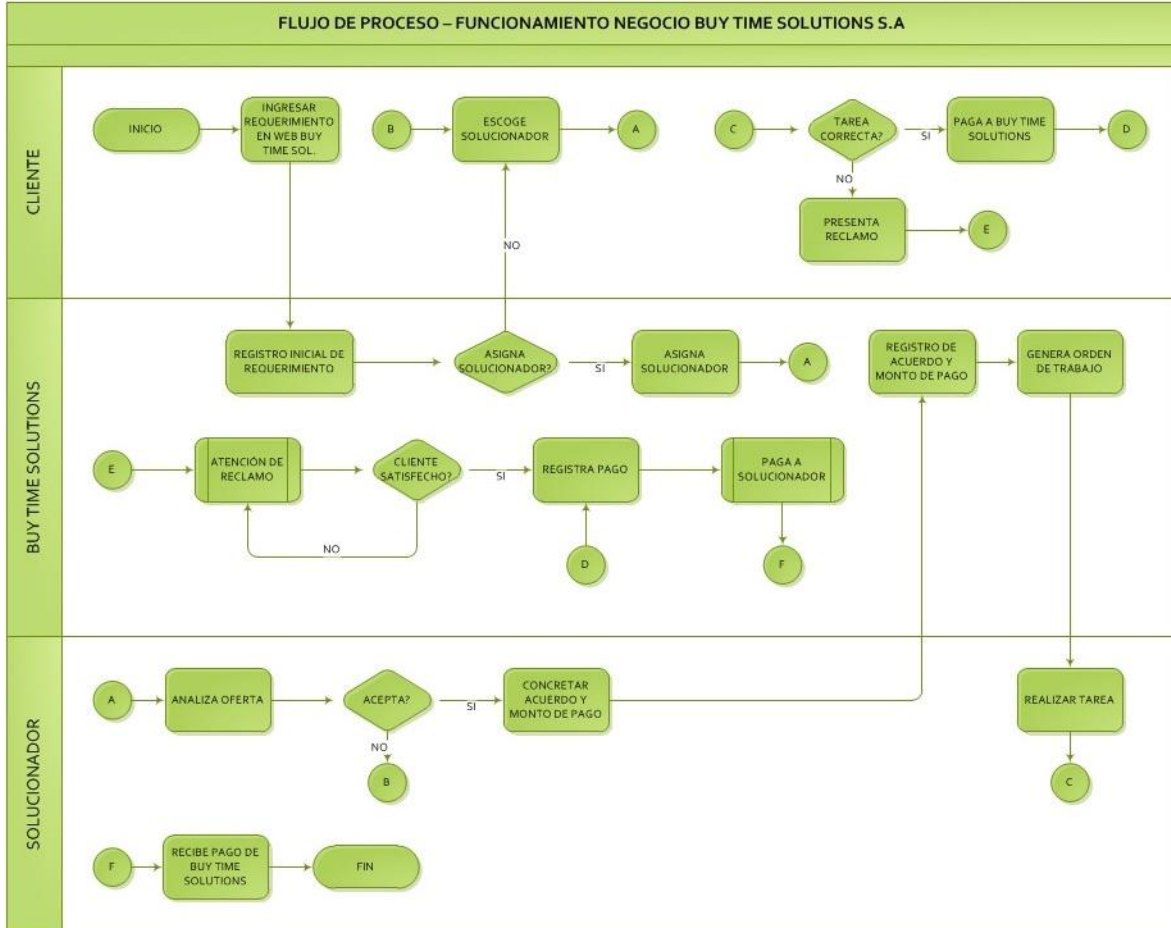
Gráfico 5.2



Elaborado por: Autores.

Gráfico 5.3

Flujo del proceso que explica el negocio de Buytime Solutions.



Elaborado por: Autores.

5.3. Necesidades y requerimientos.

Se detalla en la siguiente tabla las necesidades y requerimientos que los inversionistas requieren para que la empresa funcione.

Tabla 5.1

PLAN DE INVERSIÓN	
RUBROS DE INVERSIÓN	APLICACIÓN DE RECURSOS
ACTIVOS FIJOS	
ADECUACIONES INSTALACIONES	\$ 12.000
EQUIPO SEGURIDAD	\$ 2.374
MUEBLES DE OFICINA	\$ 33.681
APLICACIÓN INFORMATICA WEB	\$ 12.150
EQUIPOS DE INFORMÁTICA Y OFICINA	\$ 79.014
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 139.219
ACTIVOS NOMINALES	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.600
GASTO ELABORACIÓN DEL PROYECTO	\$ 10.000
TOTAL ACTIVOS NOMINALES	\$ 11.600
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 522.857
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 522.857
TOTAL INVERSIONES	\$ 673.676
CAPITAL PROPIO	\$ 200.000
CAPITAL PARA FINANCIAR	\$ 473.676
% CAPITAL PROPIO	30%
% CAPITAL A FINANCIAR	70%

Elaborado por: Autores

5.4. Plan de prestación del Servicio.

El plan de prestación de servicio de Buytime Solutions, considerando los principales servicios.

Tabla 5.2

SERVICIOS	No. Req.	REQ DIARIO	SOLUCIONADORES
Asuntos personales	37331	102	34
Trámites Tributarios	1934		2
Trámites IESS (Asesoría)	6839		6
Compras de entradas	2828		3
Trámites municipio	5498		5
Pagos de Servicios Básicos	8031		7
Asesoría Legal	1189		1
Pagos tarjeta de credito	11012		10
SERVICIOS	No. Req.	REQ DIARIO	SOLUCIONADORES
Arreglos del hogar	69700	191	95
Arreglos de plomería	1476		2
Arreglos Electricos	1476		2
Arreglos de Jardines	4756		7
Limpieza de casa Interna	9840		13
Limpieza de casa Externa	656		1
Arreglos de Carpintería	984		1
Arreglo de Albañilería	820		1
Pintura	656		1
Planchado	14924		20
Lavado de ropa	20992		29
Cocinar	13120		18
SERVICIOS	No. Req.	REQ DIARIO	SOLUCIONADORES
Transporte	33952	93	47
Mudanza	602		1
Matriculación Vehículo	2560		4
Lavado de Vehículo	13218		18
Movilización Interna	13069		18
Arreglo mecanico	2101		3
Auxilio mecanico	2402		3
SERVICIOS	No. Req.	REQ DIARIO	SOLUCIONADORES
Entregas personales	51628	141	24
Compra de Viveres	15612		7
Compra de comida preparada	19212		9
Compra de materiales de construcción	600		0
Compra de utiles escolares	1952		1
Otras compras	1502		1
Entrega de paquetes	12750		6
SERVICIOS	No. Req.	REQ DIARIO	SOLUCIONADORES
Ocasiones especiales	7468	20	7
Asesoría para fiesta de cumpleaños	2093		2
Asesoría para eventos empresariales	4180		4
Catering	1195		1
TOTAL	200079	548	206

Elaborado por: Autores.

5.5. Plan de contratación.

Gráfico 5.4



Elaborado por: Autores.

5.5.1. Condiciones particulares de los solucionadores.

Registro en la Web

- Información auténtica, completa y correcta.
- Se facilita un nombre de usuario y contraseña.

Condiciones de contratación duración, modificación y cancelación de las aceptaciones de anuncios por parte de los Solucionadores

- El solucionador recibirá la información de los servicios que puede y quiere realizar, adicionalmente podrá ver la demanda existente.

Datos Privados

- Como empresa se respeta los datos de los solucionadores, y se compromete a cumplir con la legislación de protección

Obligaciones como solucionador

- Será profesional fiable, responsable y que está preparado para realizar los servicios que se ha ofrecido a prestar.
- El trabajo será evaluado positivamente y negativamente.

- Buytime Solutions se reserva el derecho de eliminar su cuenta de usuario si se produce a partir del segundo voto negativo.
- Solucionador, se compromete a estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, tributarias y laborales y con la Seguridad Social, exonerando a Buytime Solutions.
- Queda estrictamente prohibido intercambiar el teléfono, e-mail o cualquier otro medio de comunicación ajeno al Sitio Web.

Confidencialidad

- El solucionador se compromete a mantener en carácter confidencial los precios acordados con el cliente de los servicios y a mantener cualesquier negociación u otros datos relacionados con ello o que de otro modo se relacione.

Limitación de la responsabilidad

- Buytime Solutions no será responsable frente a los solucionadores ni frente a ningún tercero por cualquier impago por el servicio prestado, lucro cesante, pérdidas de negocio, costes de servicios de sustitución o pérdidas o daños y perjuicios indirectos o derivados de cualquier tipo o naturaleza, sea cual fuere su causa.
- Buytime Solutions se ofrece como intermediario para el intercambio de comunicación por reclamaciones como un centro de reclamaciones sin asumir ningún tipo de responsabilidad al respecto.

Suspensión y resolución

- Buytime Solutions se reserva el derecho a suspender los servicios ofrecidos por el solucionador y/o todas las contraseñas y otros códigos de acceso si tuviéramos causa razonable para sospechar que se están incumpliendo la Política de Privacidad,

- Su derecho a usar el Sitio Web quedará resuelto inmediatamente mediante notificación por escrito enviada, si no se cumple con las disposiciones de la Política de Privacidad.
- En estos supuestos, tendremos derecho a acelerar el vencimiento de todas las cantidades debidas y a cobrar todos los costes y gastos legales incurridos, quedarán inmediatamente cancelados, así como todo acceso otorgado por Buytime Solutions al solucionador en relación con el Sitio Web.

Términos de pago

- Buytime Solutions se compromete a pagar el servicio por cuenta del Cliente al Solucionador una vez haya confirmado el Cliente la realización del mismo satisfactoriamente. Las facturas serán entregadas por el Solucionador al Cliente una vez haya realizado el servicio pactado.
- El Cliente realizará el pago a las cuentas de Buytime Solutions que enviará lo antes posible la cantidad pactada al Solucionador. Buytime Solutions no se responsabiliza, en ningún caso, frente al impago por parte del Cliente. El Solucionador tendrá derecho a ser reembolsado de los gastos en los que haya incurrido en la realización del servicio pactado con el Cliente.

El calendario de pago del Buytime Solutions es el siguiente:

- Tareas realizadas hasta el miércoles a las 12:00 a.m., se pagarán el viernes a las 17:00 p.m. (el plazo para la recepción del dinero en su cuenta bancaria dependerá de cada entidad bancaria).
- Tareas realizadas entre el miércoles a las 12:00 a.m. y el viernes a las 17:00 p.m. se pagarán el viernes de la semana siguiente a las 17:00 p.m (el plazo para la recepción del dinero en su cuenta bancaria dependerá de cada entidad bancaria)

Queda estrictamente prohibida la recepción de dinero en efectivo. Todos los movimientos de dinero entre Solucionador y Cliente deben pasar a través de Buytime Solutions.

Indemnización

- El Solucionador se obliga a indemnizar a Buytime Solutions por la relación de servicios que sean pactados en otro entorno distinto al Sitio Web lo que se considerará como un fraude contractual y obligará a recompensar por los daños y perjuicios causados a Buytime Solutions.
- El Solucionador se obliga a indemnizar a Buytime Solutions ante la falta de prestación del servicio pactado y aceptado con el Cliente en la cantidad que correspondería a Buytime Solutions por la intermediación entre Solucionador y Cliente.

Legislación aplicable y jurisdicción

La Ley de Comercio Electrónico promovida por CORPCE, agente regulador y de control sometiendo las partes en este acto a la jurisdicción exclusiva de los juzgados y tribunales, sin perjuicio de que existan varios demandados o de la presentación de terceras partes.

CAPÍTULO 6

6. Evaluación Financiera.

El presente capítulo muestra la factibilidad financiera del plan de negocio establecido en el presente trabajo. Aquí se incluyen los datos recolectados y generados en los capítulos anteriores; cabe recalcar que se tomaron algunos supuestos o premisas relacionadas con datos económicos y financieros para la generación del análisis y sus resultados.

6.1 Supuestos Financieros

- Los ingresos y egresos corresponden al giro de negocio ejecutado en la ciudad de Quito y los valles periféricos.
- Las proyecciones corresponden a un periodo de 5 años; en el último año se ha tomado en cuenta a lo relacionado con la perpetuidad.
- Se han generado tres escenarios para el análisis financiero: un pesimista, un realista y un optimista.
- Se ha generado un plan de inversión con los respectivos montos de capital propio y de aquel que requerirá financiamiento; para este último se ha utilizado las cifras y criterios que la Corporación Financiera Nacional ha establecido para préstamos al Segmento Empresarial a 3 años plazo con una tasa de interés anual del 9.00% (CFN – Corporación Financiera Nacional 2013).
- Los precios promedios fijados por servicio de las diferentes categorías, corresponden a aquellos proporcionados en las encuestas realizadas, recalcando que estos precios en las proyecciones tienen un incremento anual del 4.16%, cifra de la inflación del año 2012 (Banco Central del Ecuador).
- Las proyecciones de las ventas corresponden también a los datos obtenidos de las encuestas realizadas, recalcando que se ha tomado la

cifra del 4,14% de crecimiento del PIB en el 2012, como crecimiento anual en las respectivas proyecciones.

- Las proyecciones de los costos y gastos, se han realizado en función de la demanda de los servicios, a excepción de los relacionados con rubros fijos, en los que la inflación se ha tomado en cuenta para las respectivas proyecciones.
- En cuanto a la depreciación, de acuerdo a la normativa legal vigente, se utilizará el método de depreciación en línea recta.
- Las cifras expresadas en los estados financieros y en sus respectivos análisis corresponden a dólares de los Estados Unidos de América.

6.2. Gastos de Arranque

Como se manifestó en el capítulo 2 “Información de la Compañía”, para que la empresa Buytime Solutions, se constituya como una Sociedad Anónima, se requiere que se cumpla con los requisitos establecidos por la Superintendencia de Compañías, de esta forma los gastos se desglosan de la siguiente manera así:

Tabla 6.1

Detalle	Montos
Gastos notariales de la escritura de constitución y razones, publicación en el periódico, pago de patente en el Municipio, inscripción de escritura de constitución y nombramientos de la compañía en el Registro Mercantil.	\$ 400,00
Honorarios Profesionales	\$ 1200,00
Total Gastos Constitución Empresa:	\$ 1600,00

6.3 Ingresos.

Se detalla en el siguiente tabla los ingresos y proyectado a 5 años

Tabla 6.2

VENTAS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$ 4.695.128	\$ 5.091.912	\$ 5.522.260	\$ 5.988.562	\$ 6.494.126
<i>Asuntos Personales</i>	\$ 828.991	\$ 899.114	\$ 975.139	\$ 1.057.517	\$ 1.146.819
<i>Arreglos del Hogar</i>	\$ 1.535.696	\$ 1.665.532	\$ 1.806.306	\$ 1.958.849	\$ 2.124.070
<i>Transporte</i>	\$ 610.239	\$ 661.705	\$ 717.574	\$ 778.162	\$ 844.029
<i>Entregas Personales</i>	\$ 335.582	\$ 363.990	\$ 394.809	\$ 428.230	\$ 464.491
<i>Ocasiones Especiales</i>	\$ 1.384.620	\$ 1.501.571	\$ 1.628.432	\$ 1.765.804	\$ 1.914.717
(-) COSTOS DE VENTAS	\$ 3.990.858	\$ 4.328.126	\$ 4.693.921	\$ 5.090.278	\$ 5.520.008
<i>Servicio Pagado Solucionador</i>	\$ 3.990.858	\$ 4.328.126	\$ 4.693.921	\$ 5.090.278	\$ 5.520.008
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS	\$ 704.269	\$ 763.787	\$ 828.339	\$ 898.284	\$ 974.119

Elaborado por: Autores.

6.1.1. Cálculo de la Cantidad de Requerimientos

Para el cálculo de la cantidad de servicios se consideró los datos obtenidos de las encuestas realizadas, cuyos resultados se detallan en el capítulo 3 “Análisis de la Industria”, tomando en cuenta el grado de aceptación del servicio propuesto, la inflación y el crecimiento económico del país.

Asuntos personales

SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Asuntos personales	No. Req.	No. Req.	No. Req.	No. Req.	No. Req.
Trámites Tributarios	1934	2.014	2097	2183	2273
Trámites IESS (Asesoría)	6839	7.122	7416	7723	8042
Compras de entradas	2828	2.945	3066	3192	3324
Trámites municipio	5498	5.725	5962	6208	6465
Pagos de Servicios Básicos	8031	8.363	8709	9069	9444
Asesoría Legal	1189	1.238	1289	1342	1397
Pagos tarjeta de credito	11012	11.467	11941	12435	12949
TOTAL	37331	38874	40480	42152	43894

Arreglos de hogar

SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arreglos del hogar	No. Req.	No. Req.	No. Req.	No. Req.	No. Req.
Arreglos de plomería	1476	1537	1600	1666	1734
Arreglos Electricos	1476	1537	1600	1666	1734
Arreglos de Jardines	4756	4952	5157	5370	5592
Limpieza de casa Interna	9840	10247	10671	11112	11572
Limpieza de casa Externa	656	683	711	740	770
Arreglos de Carpintería	984	1024	1066	1110	1155
Arreglo de Albañilería	820	853	888	924	962
Pintura	656	683	711	740	770
Planchado	14924	15541	16184	16854	17551
Lavado de ropa	20992	21861	22766	23708	24689
Cocinar	13120	13663	14228	14817	15430
TOTAL	69700	72581	75582	78707	81959

Transporte

SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Transporte	No. Req.	No. Req.	No. Req.	No. Req.	No. Req.
Mudanza	602	626	651	677	705
Matriculación Vehículo	2560	2665	2775	2889	3008
Lavado de Vehículo	13218	13765	14334	14927	15544
Movilización Interna	13069	13610	14173	14759	15370
Arreglo mecanico	2101	2187	2277	2371	2469
Auxilio mecanico	2402	2501	2604	2711	2823
TOTAL	33952	35354	36814	38334	39919

Entregas personales

SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Entregas personales	No. Req.	No. Req.	No. Req.	No. Req.	No. Req.
Compra de Viveres	15612	16258	16931	17631	18360
Compra de comida preparada	19212	20007	20835	21697	22595
Compra de materiales de construcción / electricos	600	624	649	675	702
Compra de utiles escolares	1952	2032	2116	2203	2294
Otras compras	1502	1564	1628	1695	1765
Entrega de paquetes	12750	13277	13826	14398	14994
TOTAL	51628	53762	55985	58299	60710

Ocasiones especiales

SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ocasiones especiales	No. Req.	No. Req.	No. Req.	No. Req.	No. Req.
Asesoría para fiesta de cumpleaños	2093	2179	2269	2362	2459
Asesoría para eventos empresariales	4180	4353	4533	4720	4915
Catering	1195	1244	1295	1348	1403
TOTAL	7468	7776	8097	8430	8777

Elaborado por: Autores.

6.2. Inversión Inicial

El plan de negocios expuesto en este documento, requerirá de una inversión inicial de **\$ 673.676** que engloba a los montos requeridos para Activos Fijos, Activos Nominales y Capital de Trabajo.

Tabla 6.3

INVERSIÓN INICIAL	
<i>RUBROS DE INVERSIÓN</i>	<i>APLICACIÓN DE RECURSOS</i>
ACTIVOS FIJOS	
ADECUACIONES INSTALACIONES	\$ 12.000
EQUIPO SEGURIDAD	\$ 2.374
MUEBLES DE OFICINA	\$ 33.681
APLICACIÓN INFORMATICA WEB	\$ 12.150
EQUIPOS DE INFORMÁTICA Y OFICINA	\$ 79.014
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 139.219
ACTIVOS NOMINALES	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.600
GASTO ELABORACIÓN DEL PROYECTO	\$ 10.000
TOTAL ACTIVOS NOMINALES	\$ 11.600
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 522.857
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 522.857
TOTAL INVERSIONES	\$ 673.676
CAPITAL PROPIO	\$ 200.000
CAPITAL PARA FINANCIAR	\$ 473.676
% CAPITAL PROPIO	30%
% CAPITAL A FINANCIAR	70%

Elaborado por: Autores.

6.2.1. Capital de Trabajo

La inversión destinada a Gastos Administrativos, Gastos Operativos y Gastos de Ventas, constituye el conjunto de recursos necesarios para la normal ejecución de las actividades del negocio a fin de satisfacer las necesidades de los usuarios del servicio.

Tabla 6.4

CAPITAL DE TRABAJO		
DETALLE	TOTAL ANUAL	VALOR MES
Gastos Administrativos		
Gasto Arriendo	\$ 36.000	\$ 3.000
Gastos Operativos		
Servicios Básicos	\$ 16.200	\$ 1.350
Sueldos y Salarios	\$ 403.216	\$ 33.601
Gasto de Ventas		
Gasto de Publicidad	\$ 67.441	\$ 5.620
TOTAL	\$ 522.857	\$ 43.571

Elaborado por: Autores.

6.3. Financiamiento del Proyecto

Como se observa en el Plan de Inversión, el monto total a invertir se desglosa en: \$ 200.000,00 de capital propio de los socios (30%) y \$ 473.676 de capital que requiere de financiamiento (67.36%); para éste último se estima solicitar un crédito directo a la Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés del 9% a 3 años plazo para el pago total.

A continuación tabla de amortización con dividendos iguales durante 3 años:

Tabla 6.5

CAPITAL 473.676,05				
INTERES 9,00%				
PLAZO 3 AÑOS				
No.	Saldo Capital de la deuda	Pago de Interés	Pago de Capital	Cuota Total
0	\$ 473.676,05			
1	\$ 329.462,39	\$ 42.630,84	\$ 144.213,66	\$ 183.671,10
2	\$ 171.977,47	\$ 29.651,62	\$ 157.484,92	\$ 183.671,10
3	(\$ 0,00)	\$ 15.477,97	\$ 171.977,47	\$ 183.671,10

Elaborado por: Autor

6.4. Flujo de Caja.

El flujo de caja, el mismo que se constituye originalmente de las cifras del estado de pérdidas y ganancias, del flujo de caja operacional, del flujo de caja de inversión y del flujo de caja financiero o de deuda, de este proyecto, permite tener el claro el panorama de ingreso y salida del efectivo en los próximos 5 años de operación planificados, incluida la perpetuidad; valores que se detallan a continuación:

Tabla 6.6

CONCEPTO	DATOS	AÑOS					
		CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
		0	1	2	3	4	5
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN			\$ 96.883	\$ 172.895	\$ 229.599	\$ 317.007	\$ 344.819
15% Útil Trabajadores	15%		\$ 14.532	\$ 25.934	\$ 34.440	\$ 47.551	\$ 51.723
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS			\$ 82.351	\$ 146.961	\$ 195.159	\$ 269.456	\$ 293.096
22% Impuesto a la Renta	22%		\$ 18.117	\$ 32.331	\$ 42.935	\$ 59.280	\$ 64.481
=UTILIDAD NETA			\$ 64.234	\$ 114.629	\$ 152.224	\$ 210.176	\$ 228.615
<u>Flujo de Caja de Operaciones</u>							
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN			\$ 96.883	\$ 172.895	\$ 229.599	\$ 317.007	\$ 344.819
15% Útil Trabajadores			-\$ 14.532	-\$ 25.934	-\$ 34.440	-\$ 47.551	-\$ 51.723
22% Impuesto a la Renta			-\$ 18.117	-\$ 32.331	-\$ 42.935	-\$ 59.280	-\$ 64.481
(+)Depreciación			\$ 29.553	\$ 29.553	\$ 29.553	\$ 4.630	\$ 28.761
(+)Amortización			\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320
<u>Total Flujo de Caja Operacional</u>			\$ 96.106	\$ 146.502	\$ 184.097	\$ 217.126	\$ 259.696
<u>Flujo de Caja de Inversiones</u>							
Activos			-\$ 139.219		-\$ 79.014		
Cargos Diferidos			-\$ 11.600				
CTN INICIAL			-\$ 522.857				
Recuperación CTN							
<u>Total Flujo de Caja de Inversiones</u>			-\$ 673.676	\$ 0	\$ 0	-\$ 79.014	\$ 0
<u>Flujo de Caja del Proyecto</u>			-\$ 673.676	\$ 96.106	\$ 146.502	\$ 105.082	\$ 217.126
<u>Flujo de Caja con Perpetuidad</u>			-\$ 673.676	\$ 96.106	\$ 146.502	\$ 105.082	\$ 2.512.261

Elaborado por: Autores.

6.5. Cálculo del WACC

A partir de los datos del proyecto en cuanto a las previsiones de endeudamiento y al capital necesario para su ejecución, a más de la utilización de indicadores de riesgo financiero del país, se determinó que la tasa de descuento para este proyecto fue del 11.53%, el detalle se muestra a continuación:

Tabla 6.7

Kd	9,00%	Tasa Crédito CFN
Inversión Total = V	\$ 673.676	
Valor de la Deuda = D	\$ 473.676	
Valor del Patrimonio =E	\$ 200.000	
D/V (Deuda /Valor de la empresa)	0,70	
D/E (Deuda /Patrimonio)	2,37	
E/V	0,30	
Tasa de Impuesto	33,70%	
País	Ecuador	
Calculo CPM		
RF	1,75%	(Tesoro de los EEUU)
Beta	0,99	(Damodaran, Beta E COMMERCE)
PRIMA	4,10%	(Damodaran)
EMBI (Riesgo)	9,30%	(Promedio últimos 5 años Banco Central)

Ked	Rf	b	Prima	Riesgo País
	1,75%	0,99	4,10%	9,30%
ke Desap	15,11%			

Ke	Ked	(ked-kd)	D/E	(1-T)
	15,11%	6,11%	2,37	66%
Ke Ap	24,70%			

WACC	kd	D/V	(1-T)	Ke Ap	E/V
	9,00%	70%	66%	24,70%	30%
WACC	11,53%				

Elaborado por: Autores.

6.6. Rendimiento del Proyecto.

Con los datos generados en el flujo de caja y la tasa de descuento (WACC) determinada en el numeral anterior, se determina que el proyecto es viable, generándose un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 1.202.243 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 6.08%.

Tabla 6.8

CONCEPTO	DATOS	AÑOS					
		CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
		0	1	2	3	4	5
VAN	\$ 1.202.243	-\$ 673.676	\$ 86.172	\$ 117.779	\$ 75.747	\$ 140.334	\$ 1.455.887
WACC	11,53%						
TIR	6,08%						

Elaborado por: Autores.

6.7 Periodo de retorno de la inversión

En cuanto al Periodo de Retorno de la Inversión (PRI) del proyecto, se ha determinado que el monto total de inversión inicial se recupera entre en el segundo año de operación, específicamente corresponde al segundo periodo.

6.8 Escenarios.

El planteamiento de escenarios permite tener en cuenta el impacto que sufriría la operación del negocio en términos financieros y administrativos. Permite anticiparse a situaciones críticas y adoptar medidas de contingencia o estrategias que permitan afrontar tales circunstancias para que la rentabilidad del proyecto no se vea seriamente afectada. En el presente proyecto se han planteado tres

escenarios: el realista o normal, el pesimista y el optimista. La diferencia de estos tres escenarios radica principalmente en el porcentaje de mercado que se logra captar con los servicios ofrecidos por la empresa, lo que, principalmente afecta al VAN y al TIR del proyecto; los resultados en términos de rentabilidad de estos escenarios se detallan a continuación:

Tabla 6.8

ESCENARIOS			
RESULTADOS	PESIMISTA	REALISTA	OPTIMISTA
<i>Mercado</i>	12,50%	25,00%	38,11%
<i>WACC</i>	11,53%	11,53%	11,53%
<i>VAN</i>	\$ 321.835	\$ 1.202.243	\$ 3.950.377
<i>TIR</i>	-14%	6%	53%
<i>PRI (AÑOS)</i>	11,7	4,94	1,81

Elaborado por: Autores

6.8. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables¹⁴.

Para la determinación del Punto de Equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costos} - \text{Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos} - \text{Variables}}{\text{Ingresos} - \text{Operacionales}}}$$

Los costos fijos y los costos variables del presente proyecto, se detallan en el siguiente cuadro:

¹⁴ BACA Urbina Gabriel, *Evaluación de proyectos*, Mc Graw Hill, Interamericana editores S.A. Cuarta Edición. México 2001. Pág. 171.

Tabla 6.9

PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
COSTOS FIJOS	\$ 548.555	\$ 544.366	\$ 565.686	\$ 562.970	\$ 610.232
<i>Sueldos y beneficios</i>	\$ 403.216	\$ 419.990	\$ 437.461	\$ 455.660	\$ 474.615
<i>Amortización Activo. Diferido</i>	\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320
<i>Gasto Uniformes</i>	\$ 3.494	\$ 3.640	\$ 3.791	\$ 3.949	\$ 4.113
<i>Depreciaciones</i>	\$ 29.553	\$ 29.553	\$ 29.553	\$ 4.630	\$ 28.761
<i>Mantenimiento</i>	\$ 3.570	\$ 3.718	\$ 3.873	\$ 4.034	\$ 4.202
<i>Útiles de Aseo y limpieza</i>	\$ 259	\$ 270	\$ 281	\$ 293	\$ 305
<i>Gasto Publicidad</i>	\$ 67.441	\$ 44.564	\$ 46.418	\$ 48.349	\$ 50.360
<i>Útiles de Oficina</i>	\$ 2.702	\$ 2.815	\$ 2.932	\$ 3.054	\$ 3.181
<i>Gasto Arriendo</i>	\$ 36.000	\$ 37.498	\$ 39.058	\$ 40.682	\$ 42.375
COSTOS VARIABLES	\$ 4.007.058	\$ 4.344.999	\$ 4.711.497	\$ 5.108.585	\$ 5.539.076
<i>Servicios Básicos</i>	\$ 16.200	\$ 16.874	\$ 17.576	\$ 18.307	\$ 19.069
<i>Servicio Pagado Solucionador</i>	\$ 3.990.858	\$ 4.328.126	\$ 4.693.921	\$ 5.090.278	\$ 5.520.008
COSTO TOTAL	\$ 4.555.613	\$ 4.889.366	\$ 5.277.183	\$ 5.671.555	\$ 6.149.308
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 4.695.128	\$ 5.091.912	\$ 5.522.260	\$ 5.988.562	\$ 6.494.126
PE=	\$ 3.743.135	\$ 3.711.097	\$ 3.852.995	\$ 3.831.216	\$ 4.149.439

Elaborado por: Autores

CAPÍTULO 7

7.1 Impactos económicos sociales culturales

- Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positivamente o negativamente, las cuales son: Social Económico y Ambiental
- Se detalla el siguiente cuadro con los niveles de rangos de impacto positivos como negativos

Tabla 7.1

-3	Impacto alto Negativo
-2	Impacto medio Negativo
-1	Impacto bajo Negativo
0	No hay Impacto
1	Impacto bajo Positivo
2	Impacto medio Positivo
3	Impacto alto Positivo

Elaborado por: Autores

7.1.1 Impacto Social Cultural

Elaborado por: Autores

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Cambio de estilo de vida							x	3
Uso de tecnología						x		2
Fuentes de trabajo							x	3
TOTAL						2	3	8

Total Impacto Social = $8/3$ (2,67)

Nivel de Impacto Social = medio positivo

- En este impacto el proyecto prevé que incidirá a corto, mediano y largo plazo, el cambio de estilo de vida, al usar una nueva herramienta que le permite cumplir con las tareas que por falta de tiempo no las puede realizar,

mediante el uso de tecnología podrá solucionar sus problemas o tener un trabajo.

7.1.2 Impacto Económico

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Liquidez Empresarial						x		2
Generación de empleo							x	3
Reinversión de utilidades							x	3
TOTAL						2	3	8

Elaborado por: Autores

Total Impacto Económico = $8/3$ (2,67)

Nivel de Impacto Económico = medio positivo

- Buytime Solutions, beneficiará económicamente, por un lado a los propietarios y por otra parte a los clientes que visitarán nuestra página en busca de un servicio de calidad y eficiente, la microempresa podrá cubrir todas sus obligaciones, es por eso que se dice que tendrá una liquidez positiva.
- Este tipo de proyecto involucra la contratación de solucionadores calificados, la misma que tendrá la capacitación respectiva durante todo el proceso de arranque del proyecto.
- Las utilidades generadas por el proyecto estarán destinadas directamente en gran parte a la reinversión, en la ampliación de la empresa; sea esta en equipos informáticos u otra inversión que baya en beneficio del crecimiento de la empresa

En general la empresa constituye un impacto positivo medio. Esto implica que al ser un impacto positivo medio, Buytime Solutions ofrecerá sus servicios en un modelo de negocio de E-commerce la cual será beneficiosa tanto a

nivel individual como colectivo, permitiendo generar una alternativa de progreso para la ciudad de Quito.

CAPÍTULO

8.1 Plan de Contingencia

Como se ha determinado en anteriores capítulos, la cifra que refleja el mercado objetivo de la empresa, es clave y fundamental en los cálculos realizados en los flujos y estados financieros, por esta razón se plantearon los 3 escenarios: pesimista, realista y optimista.

En este capítulo se muestran algunas estrategias, que se aplicarían en caso de que las metas de captar el mercado objetivo en los plazos estimados no se cumplan:

- ✓ Alianzas estratégicas directas con empresas de Tarjetas de Crédito, a fin de capturar otros mercados e incrementar el porcentaje de clientes.
- ✓ Ampliar y difundir de manera exhaustiva una nueva gama de servicios especializados.
- ✓ Generar estrategias de promoción de servicios en función de los servicios más demandados, a fin de que el volumen de requerimientos se incremente y consecuentemente los ingresos a la compañía.
- ✓ Alianzas estratégicas con empresas que brinden diversos servicios, sean especializados o no, como por ejemplo, aquellas que poseen entregas a domicilio, o servicio de consultoría. El objetivo sería el de ampliar la gama de servicios ofrecida.
- ✓ Ya que los servicios de Buytime Solutions se fundamentan en la confianza del cliente, se robustecerían las acciones de fidelización entre empresa y solucionador las mismas que se basarían en la parte contractual, mientras que las de empresa y cliente, en la transparencia de los datos de los trabajos de los solucionadores y sus respectivas calificaciones por parte de otros usuarios que ya hayan recibido el servicio.
- ✓ Otra estrategia para que del negocio se obtenga la rentabilidad esperada, es la ampliación del negocio a otras ciudades donde el uso y consumo de

servicios a través del internet, ya sea fijo o móvil, sea masivo; las ciudades que cumplen con este perfil son Cuenca y Guayaquil.

CONCLUSIONES

- Uno de los análisis efectuados en el presente proyecto, relacionado con la evolución del sector de servicios en el país y su participación dentro del PIB nacional, ha permitido clasificar la actividad de Buytime Solutions dentro del segmento de “Otros Servicios” (e-commerce), el mismo que tiene una participación del 15% del PIB nacional. De acuerdo al análisis económico efectuado, el crecimiento del PIB para el presente año estará alrededor del 4%, así como también, la inflación estimada por parte del Gobierno rodeará aproximadamente el 5%. Estas dos variables son fundamentales en la ejecución del presente proyecto, así como también, aquellas relacionadas con la ocupación y la desocupación plena en la ciudad de Quito (incluido valles), que muestran un escenario factible para la actividad empresarial expuesta en este documento, recalando que el e-commerce representa un estilo de negocio versátil que muestra ciertas ventajas comparadas con un negocio tradicional.
- Se determinó que el mercado potencial hacia el cual Buytime Solutions enfocará su actividad empresarial es de 143.696 habitantes, pertenecientes a la ciudad de Quito (incluidos valles); entre las características importantes de éste se resalta que poseen acceso a servicios de internet ya sean móviles o fijos, que pertenecen a un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto y que son considerados como parte de la población ocupada plena. Para el primer año de operación se fijó la meta de alcanzar el 25% de ese mercado, cifra que está relacionada con el grado de aceptación del servicio ofrecido. En cuanto a la comercialización y promoción de los servicios ofrecidos, se han generaron estrategias que se basan fundamentalmente de la publicidad en el internet y en el establecimiento de bonos monetarios para nuevos clientes, que se traducen en descuentos en los servicios contratados.

- Se realizaron 2 fases de encuestas a fin de determinar los diferentes tipos de servicios de mayor demanda, el grado de aceptación del servicio ofrecido, las frecuencias de requerimientos del servicio y el perfil del potencial consumidor, entre otros; también se realizó un focus group a fin de establecer precios aproximados promedios por servicio; de lo que se concluyó que del total de los encuestados, el 25% absolutamente contrataría el servicio ofrecido por Buytime Solutions, cifra que se utilizó, al igual que los otros resultados de las encuestas, para el análisis de la factibilidad financiera del proyecto.
- Las principales variables de riesgo que se identificaron en el presente proyecto, se relacionan con el riesgo reputacional, el riesgo económico financiero y el riesgo tecnológico. En el caso del riesgo reputacional, para que el giro de negocio de Buytime Solutions tenga los resultados deseados, se requiere de que exista por parte del cliente un alto grado de confianza para con los solucionadores contratados, en otras palabras, si no existe confianza, no existe negocio. En cuanto al riesgo económico financiero, todo negocio posee cierto grado de incertidumbre con respecto a las decisiones del Gobierno de turno. En el caso del riesgo tecnológico, Buytime Solutions por ser una empresa cuyo giro de negocio se basa fundamentalmente en las tecnologías de la información y por ende en la conectividad a través del internet, es susceptible de ser atacada por piratas informáticos; sin embargo, la infraestructura informática que consta en el plan de inversión del proyecto cuenta con las seguridades del caso.
- En dos de los tres escenarios planteados el Proyecto muestra una TIR menor al WACC, sin embargo en los tres se determina un VAN positivo, con lo que se concluye que el Proyecto es rentable. El Periodo de Recuperación de la Inversión tuvo variación dependiendo del escenario, yendo desde 2 años en el escenario optimista a 12 años en el escenario pesimista. Las cifras obtenidas

reflejan un negocio con una posición financiera fuerte para el corto y mediano plazo, basada fundamentalmente en las estrategias de promoción, operación y financiamiento; con lo que se concluye que el proyecto es atractivo y rentable.

BIBLIOGRAFÍA

- COLEGIO DE ECONOMISTAS (2013): Publicación Quincenal Sobre Desarrollo, Comercio E Integración [en línea] <http://www.colegiodeeconomistas.org.ec/.../LEELO%20LLO%20039.doc>: Descargado 28/01/2013
- INEC, Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE (2011), [en línea] [_http://www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com): Descargado 28/01/2013
- INEC, Boletín Estadísticas INEC: [en línea] <http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/infoe3.pdf>: Descargado 26/12/2012
- CALIFICACIÓN NACIONAL DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS (2012) [en línea] [_http:// www.ecuadorencifras.com:8080 /SIN/descargas/ciiu.pdf](http://www.ecuadorencifras.com:8080/SIN/descargas/ciiu.pdf): Descargado 03/02/2013
- ESTUDIO MENSUAL DE OPINIÓN EMPRESARIAL (Diciembre 2012):[en línea] <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/EOE/eoe201212.pdf>: Descargado (03/02/2012)
- RONQUILLO ESTUDIO DISEÑO: Noticia El E-Commerce en el Ecuador sola para verdaderos emprendedores (2012): [en línea] <http://www.pabloronquillo.com/index.php/noticias/17-el-e-commerce-en-el-ecuador-solo-para-verdaderos-emprendedores.html>: Descarga (03/02/2013)
- ETECE, Tiempo para los que no tienen tiempo [en línea] : <http://etece.es>: Descarga (15/02/2013)
- TASKRABBI, Task & Errand Service By Awesome, Trustworthy People [en línea] : <https://www.taskrabbit.com/>: Descarga (15/02/2013)
- CFN. Entorno Macroeconómico: Sector Real [en línea] <[http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_docman&task=doc_download &qid=160&Itemid=](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_docman&task=doc_download&qid=160&Itemid=)> Descarga (15/03/2013)
- HELLRIEGEL Don, JACKSON Susan, SLOCUM John. Administración : Un Enfoque basado en competencias. 9^a. ed. México, Thomson, 2002. 96p.

- IPSA Researchers. Revista de de Investigación de Mercados : El Ahorro ¿Esta de moda? Los Tenedores y la Situación de su negocio en la actualidad, Enero-Febrero, 2009. Pag 9.
- Superintendencia de Compañías
- Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Damodaran Online: Home Page for Aswath Damodaran: [en línea] <http://people.stern.nyu.edu/adamodar/> Descarga (01/04/2013).

ANEXOS

Anexo 1.1

SERVICIOS	PRECIO MÍNIMO	PRECIO MÁXIMO	PRECIO PROMEDIO	OBSERVACIÓN	% Personas que eligen por frecuencia				
Asuntos personales					DIAS	SEMANA	MES	AÑO	EVENTUAL
Trámites Tributarios	\$ 30,00	\$ 100,00	\$ 65,00	Declaración anual de	0,00%	0,00%	0,00%	10,61%	4,55%
Trámites IESS (Asesoría)	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 10,00	pagos generales	0,00%	0,00%	4,55%	6,06%	4,55%
Compras de entradas	\$ 4,00	\$ 7,00	\$ 5,50	Dentro del Distrito de	0,00%	0,00%	0,00%	4,55%	12,12%
Trámites municipio	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 12,50	pagos generales	0,00%	0,00%	3,03%	10,61%	4,55%
Pagos de Servicios	\$ 4,00	\$ 7,00	\$ 5,50	Dentro del Distrito de	0,00%	0,00%	6,06%	6,06%	1,52%
Asesoría Legal	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 375,00	Asesoría Societaria	0,00%	0,00%	0,00%	9,09%	1,52%
Pagos tarjeta de credito	\$ 4,00	\$ 7,00	\$ 5,50	Dentro del Distrito de	0,00%	0,00%	9,09%	0,00%	1,52%
TOTAL					0,0	0,0	0,2	0,5	0,3
SERVICIOS	PRECIO MÍNIMO	PRECIO MÁXIMO	PRECIO PROMEDIO	OBSERVACIÓN	% Personas que eligen por frecuencia				
Arreglos del hogar					DIAS	SEMANA	MES	AÑO	EVENTUAL
Arreglos de plomería	\$ 30,00	\$ 50,00	\$ 40,00	Arreglo Básico	0,00%	0,00%	0,00%	1,96%	7,84%
Arreglos Electricos	\$ 20,00	\$ 60,00	\$ 40,00	Arreglo Básico	0,00%	0,00%	0,00%	1,96%	7,84%
Arreglos de Jardines	\$ 20,00	\$ 30,00	\$ 25,00	Arreglo Básico	0,00%	0,00%	3,92%	1,96%	3,92%
Limpieza de casa	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 22,50	80 m2 - 100 m2	0,00%	1,96%	0,00%	7,84%	3,92%
Limpieza de casa	\$ 400,00	\$ 480,00	\$ 440,00	80 m2 - 100 m2	0,00%	0,00%	0,00%	7,84%	0,00%
Arreglos de Carpintería	\$ 20,00	\$ 50,00	\$ 35,00	ROTURA O DETERIORO	0,00%	0,00%	0,00%	7,84%	1,96%
Arreglo de Albañilería	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 70,00	MODIFICACIÓN DE	0,00%	0,00%	0,00%	1,96%	3,92%
Pintura	\$ 280,00	\$ 320,00	\$ 300,00	80 m2 - 100 m2	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,92%
Planchado	\$ 8,00	\$ 14,00	\$ 11,00	25 prendas	0,00%	1,96%	5,88%	1,96%	1,96%
Lavado de ropa	\$ 7,00	\$ 12,50	\$ 9,75	25 prendas	0,00%	3,92%	3,92%	0,00%	0,00%
Cocinar	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 10,00	4 Platos	0,00%	1,96%	3,92%	0,00%	3,92%
TOTAL					0,0	0,1	0,2	0,3	0,4
SERVICIOS	PRECIO MÍNIMO	PRECIO MÁXIMO	PRECIO PROMEDIO	OBSERVACIÓN	% Personas que eligen por frecuencia				
Transporte					DIAS	SEMANA	MES	AÑO	EVENTUAL
Mudanza	\$ 80,00	\$ 150,00	\$ 115,00	Dentro del Distrito de	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,76%
Matriculación Vehículo	\$ 30,00	\$ 50,00	\$ 40,00	Dentro del Distrito de	0,00%	0,00%	0,00%	16,67%	11,90%
Lavado de Vehículo	\$ 8,00	\$ 14,00	\$ 11,00	Dentro del Distrito de	0,00%	2,38%	4,76%	9,52%	9,52%
Movilización Interna	\$ 3,00	\$ 15,00	\$ 9,00	Dentro del Distrito de	0,00%	2,38%	4,76%	11,90%	7,14%
Arreglo mecanico	\$ 50,00	\$ 100,00	\$ 75,00	Arreglo de Frenos	0,00%	0,00%	2,38%	4,76%	0,00%
Auxilio mecanico	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 7,50	Llanta Baja	0,00%	0,00%	2,38%	0,00%	4,76%
TOTAL					0,0	0,0	0,1	0,4	0,4
SERVICIOS	PRECIO MÍNIMO	PRECIO MÁXIMO	PRECIO PROMEDIO	OBSERVACIÓN	% Personas que eligen por frecuencia				
Entregas personales					DIAS	SEMANA	MES	AÑO	EVENTUAL
Compra de Viveres	\$ 5,00	\$ 8,00	\$ 6,50	Dentro del Distrito de	0,00%	2,50%	10,00%	0,00%	5,00%
Compra de comida	\$ 5,00	\$ 8,00	\$ 6,50	Dentro del Distrito de	0,00%	2,50%	15,00%	0,00%	5,00%
Compra de materiales	\$ 5,00	\$ 8,00	\$ 6,50	Dentro del Distrito de	0,00%	0,00%	0,00%	5,00%	2,50%
Compra de utiles	\$ 5,00	\$ 8,00	\$ 6,50	Dentro del Distrito de	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%	15,00%
Otras compras	\$ 5,00	\$ 8,00	\$ 6,50	Dentro del Distrito de	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%
Entrega de paquetes	\$ 5,00	\$ 8,00	\$ 6,50	Dentro del Distrito de	0,00%	2,50%	5,00%	7,50%	7,50%
TOTAL					0,0	0,1	0,3	0,2	0,5
SERVICIOS	PRECIO MÍNIMO	PRECIO MÁXIMO	PRECIO PROMEDIO	OBSERVACIÓN	% Personas que eligen por frecuencia				
Ocasiones especiales					DIAS	SEMANA	MES	AÑO	EVENTUAL
Asesoría para fiesta de	\$ 80,00	\$ 150,00	\$ 115,00	30 PERSONAS	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%	2,78%
Asesoría para eventos	\$ 80,00	\$ 150,00	\$ 115,00	30 PERSONAS	0,00%	0,00%	2,78%	38,89%	2,78%
Catering	\$ 360,00	\$ 750,00	\$ 555,00	30 PERSONAS	0,00%	0,00%	0,00%	16,67%	2,78%
TOTAL					0,0	0,0	0,0	0,9	0,1

Elaborado por: Autores

Anexo 1.2

Flujo de caja pesimista

CONCEPTO	DATOS	AÑOS					
		CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
		0	1	2	3	4	5
VENTAS SERVICIOS			2.344.881,50	2.542.055,01	2.756.179,84	2.987.963,21	3.239.514,22
Asuntos Personales			414.153,50	448.982,72	486.716,67	527.640,29	572.001,03
Arreglos del Hogar			767.848,00	832.274,86	902.529,86	978.312,22	1.060.811,45
Transporte			304.795,00	330.479,37	358.321,10	388.585,39	421.327,28
Entregas Personales			167.700,00	181.886,80	197.274,01	213.964,56	232.061,97
Ocasiones Especiales			690.385,00	748.431,26	811.338,20	879.460,75	953.312,49
(-) COSTOS DE VENTAS			1.758.661,13	1.906.541,25	2.067.134,88	2.240.972,41	2.429.635,67
Servicio Pagado Solucionador	75%		1.758.661,13	1.906.541,25	2.067.134,88	2.240.972,41	2.429.635,67
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS			586.220,38	635.513,75	689.044,96	746.990,80	809.878,56
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS			497.314,21	516.676,58	536.844,43	532.928,83	578.940,50
(-) GASTOS DE VENTAS			67.440,80	44.563,81	46.417,67	48.348,64	50.359,95
= UTILIDAD OPERACIONAL			21.465,36	74.273,35	105.782,86	165.713,33	180.578,11
(-) GASTOS FINANCIEROS			42.630,84	29.651,62	15.477,97	0,00	0,00
Intereses pagados			42.630,84	29.651,62	15.477,97	0,00	0,00
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN			-\$ 21.165	\$ 44.622	\$ 90.305	\$ 165.713	\$ 180.578
15% Útil Trabajadores	15%		-\$ 3.175	\$ 6.693	\$ 13.546	\$ 24.857	\$ 27.087
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS			-\$ 17.991	\$ 37.928	\$ 76.759	\$ 140.856	\$ 153.491
22% Impuesto a la Renta	22%		-\$ 3.958	\$ 8.344	\$ 16.887	\$ 30.988	\$ 33.768
=UTILIDAD NETA			-\$ 14.033	\$ 29.584	\$ 59.872	\$ 109.868	\$ 119.723
Flujo de Caja de Operaciones							
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN			-\$ 21.165	\$ 44.622	\$ 90.305	\$ 165.713	\$ 180.578
15% Útil Trabajadores			\$ 3.175	-\$ 6.693	-\$ 13.546	-\$ 24.857	-\$ 27.087
22% Impuesto a la Renta			\$ 3.958	-\$ 8.344	-\$ 16.887	-\$ 30.988	-\$ 33.768
(+)Depreciación			\$ 29.553	\$ 29.553	\$ 29.553	\$ 4.630	\$ 28.761
(+)Amortización			\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320
Total Flujo de Caja Operacional			\$ 17.840	\$ 61.457	\$ 91.745	\$ 116.818	\$ 150.804
Flujo de Caja de Inversiones							
Activos			-\$ 139.219		-\$ 79.014		
Cargos Diferidos			-\$ 11.600				
CTN INICIAL			-\$ 522.857				
Recuperación CTN							
Total Flujo de Caja de Inversiones			-\$ 673.676	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de Caja del Proyecto			-\$ 673.676	\$ 17.840	\$ 61.457	\$ 12.730	\$ 116.818
Flujo de Caja con Perpetuidad			-\$ 673.676	\$ 17.840	\$ 61.457	\$ 12.730	\$ 1.458.861
Flujo de Caja Deuda							
Capital			473.676	-144.214	-157.485	-171.977	0
Interés				-42.631	-29.652	-15.478	0
Efecto Tributario	33,70%			14.367	9.993	5.216	0
Total Flujo de la Deuda			473.676	-172.478	-177.144	-182.239	0
Flujo de los Accionistas			-200.000	-154.638	-115.687	-169.509	116.818
VAN	\$ 321.835		-\$ 673.676	\$ 15.996	\$ 49.408	\$ 9.177	\$ 75.502
WACC	11,53%						
TIR	-14,49%						

Elaborado por: Autores

Anexo 1.3

Flujo de caja optimista

CONCEPTO	DATOS	AÑOS					
		CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
		0	1	2	3	4	5
VENTAS SERVICIOS			7.161.620,50	7.767.442,96	8.424.580,46	9.136.519,86	9.908.983,88
Asuntos Personales			1.263.918,50	1.370.953,92	1.487.005,83	1.612.778,84	1.748.995,31
Arreglos del Hogar			2.341.000,00	2.538.933,85	2.753.817,13	2.986.325,75	3.238.624,35
Transporte			931.098,00	1.009.883,80	1.095.324,74	1.187.991,30	1.288.412,60
Entregas Personales			512.044,00	555.396,22	602.428,31	653.448,02	708.787,07
Ocasiones Especiales			2.113.560,00	2.292.275,16	2.486.004,46	2.695.975,95	2.924.164,54
(-) COSTOS DE VENTAS			6.087.377,43	6.602.326,51	7.160.893,39	7.766.041,88	8.422.636,29
Servicio Pagado Solucionador	85%		6.087.377,43	6.602.326,51	7.160.893,39	7.766.041,88	8.422.636,29
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS			1.074.243,08	1.165.116,44	1.263.687,07	1.370.477,98	1.486.347,58
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS			497.314,21	516.676,58	536.844,43	532.928,83	578.940,50
(-) GASTOS DE VENTAS			67.440,80	44.563,81	46.417,67	48.348,64	50.359,95
= UTILIDAD OPERACIONAL			509.488,06	603.876,04	680.424,97	789.200,51	857.047,13
(-) GASTOS FINANCIEROS			42.630,84	29.651,62	15.477,97	0,00	0,00
Intereses pagados			42.630,84	29.651,62	15.477,97	0,00	0,00
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN			\$ 466.857	\$ 574.224	\$ 664.947	\$ 789.201	\$ 857.047
15% Útil Trabajadores	15%		\$ 70.029	\$ 86.134	\$ 99.742	\$ 118.380	\$ 128.557
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS			\$ 396.829	\$ 488.091	\$ 565.205	\$ 670.820	\$ 728.490
22% Impuesto a la Renta	22%		\$ 87.302	\$ 107.380	\$ 124.345	\$ 147.580	\$ 160.268
=UTILIDAD NETA			\$ 309.526	\$ 380.711	\$ 440.860	\$ 523.240	\$ 568.222
Flujo de Caja de Operaciones							
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN			\$ 466.857	\$ 574.224	\$ 664.947	\$ 789.201	\$ 857.047
15% Útil Trabajadores			-\$ 70.029	-\$ 86.134	-\$ 99.742	-\$ 118.380	-\$ 128.557
22% Impuesto a la Renta			-\$ 87.302	-\$ 107.380	-\$ 124.345	-\$ 147.580	-\$ 160.268
(+)Depreciación			\$ 29.553	\$ 29.553	\$ 29.553	\$ 4.630	\$ 28.761
(+)Amortización			\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320	\$ 2.320
Total Flujo de Caja Operacional			\$ 341.399	\$ 412.583	\$ 472.732	\$ 530.190	\$ 599.303
Flujo de Caja de Inversiones							
Activos			-\$ 139.219		-\$ 79.014		
Cargos Diferidos			-\$ 11.600				
CTN INICIAL			-\$ 522.857				
Recuperación CTN							
Total Flujo de Caja de Inversiones			-\$ 673.676	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de Caja del Proyecto			-\$ 673.676	\$ 341.399	\$ 412.583	\$ 393.718	\$ 530.190
Flujo de Caja con Perpetuidad			-\$ 673.676	\$ 341.399	\$ 412.583	\$ 393.718	\$ 5.797.577
Flujo de Caja Deuda							
Capital			473.676	-144.214	-157.485	-171.977	0
Interes				-42.631	-29.652	-15.478	0
Efecto Tributario	33,70%			14.367	9.993	5.216	0
Total Flujo de la Deuda			473.676	-172.478	-177.144	-182.239	0
Flujo de los Accionistas			-200.000	168.921	235.439	211.479	530.190
VAN	\$ 3.950.377	-\$ 673.676	\$ 306.108	\$ 331.694	\$ 283.807	\$ 342.675	\$ 3.359.770
WACC	11,53%						
TIR	53,36%						

Elaborado por: Autores

Anexo 1.4

Balance General

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
DISPONIBLE			
<i>Caja</i>	\$ 522.856,80	<i>Cuentas por Pagar</i>	\$ 0,00
REALIZABLE	\$ 0,00		
		PASIVO LARGO PLAZO	
ACTIVO FIJO	<u>\$ 127.069,25</u>	<i>Préstamo por Pagar</i>	\$ 473.676,05
<i>EQUIPO DE SEGURIDAD</i>	\$ 2.374,40		
<i>MUEBLES DE OFICINA</i>	\$ 33.680,53	TOTAL PASIVO	\$ 473.676,05
<i>EQUIPOS INFORMÁTICOS Y DE OFICINA</i>	\$ 79.014,32		
<i>ADECUACIONES OFICINA</i>	\$ 12.000,00		
		PATRIMONIO	
		CAPITAL Y RESERVAS	
		<i>Capital de Trabajo</i>	\$ 522.856,80
ACTIVOS DIFERIDOS	<u>\$ 11.600,00</u>	<i>Patrimonio</i>	(\$ 335.006,80)
<i>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</i>	\$ 1.600,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 187.850,00
<i>GASTO ELABORACIÓN DEL PROYECTO</i>	\$ 10.000,00		
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 661.526,05</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$ 661.526,05</u>

Elaborado por: Autores