



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVA

PLAN DE NEGOCIO PARA BRINDAR EL SERVICIO DE BRÓKER ENTRE
INVERSIONISTAS Y PROMOTORES DE EMPRESAS

AUTOR

Ronny Raúl Benalcázar Tamayo

AÑO

2018



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIO PARA BRINDAR EL SERVICIO DE BRÓKER ENTRE
INVERSIONISTAS Y PROMOTORES DE EMPRESAS

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
por optar el título de Ingeniero Comercial mención Finanzas

PROFESOR GUÍA:
Fernanda de la Torre

AUTOR:
Ronny Raúl Benalcázar Tamayo

Año
2018

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el (los) estudiante(s), orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo de los temas escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación

Fernanda De La Torre
CONTADORA AUDITORA
171012500-4

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

Declaro(amos) haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

Eva Rosario Benítez Díaz

MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION

172169364-4

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

Ronny Raúl Benalcázar Tamayo
172203388-1

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres y hermanas por ser mi soporte constante e incondicional de toda la vida. Por ser quienes me enseñaron que, con esfuerzo, trabajo y constancia, todo se consigue, aquellas personas que han sido la razón de mi mera existencia.

Agradezco a mi tutora y maestros, quienes me han brindado sus conocimientos y experiencias permitiendo desarrollarme profesionalmente.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres y mis hermanos, quienes siempre han sido mi empuje para impulsarme a obtener cada uno de mis logros. Y para lograr culminar y formarme un perfil profesional. Para ellos con mucho aprecio y amor.

RESUMEN

Beta Capital & Investments es una empresa ecuatoriana enfocada a brindar el servicio de levantamiento de capital. El servicio consiste en la obtención y canalización de recursos para la generación de proyectos en las organizaciones. El capital provendrá de socios capitalistas que recibirán participación de la organización a cambio de sus fondos. El presente trabajo de titulación muestra un modelo de negocio estructurado en base a un estudio de pre factibilidad para determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Por esta razón, el mercado objetivo son pequeñas y medianas empresas ubicadas en la ciudad de Quito que poseen pocas alternativas de financiamiento. El mercado insatisfecho aproximadamente es de 6'838.802 empresas, esto representa USD 396'160.000 en créditos no otorgados.

Se estableció un plan estratégico para la penetración y aceptación del servicio, y además se determinó e implementara las 4ps del marketing mix.

Por otra parte, se selección un plan de operaciones para brindar el servicio de levantamiento de capital, teniendo en cuenta la estructura organizacional de BCI.

Por último, se realizó una inversión de USD 24,000.00 proveniente de 4 socios. El periodo de recuperación es de 4.33 años y se contara con una TIR de 37.22%. Esto determina su viabilidad y rentabilidad del proyecto.

ABSTRACT

Beta Capital & Investments is an Ecuadorian company focused on providing the capital raising service. The service consists of obtaining and channeling resources for the generation of projects in organizations. The capital will come from a capitalist partner who will receive participation from the organization in exchange for their funds. The present titling work shows a structured business model based on a pre-feasibility study to determine the viability and profitability of the project.

For this reason, the target market is small and medium-sized companies located in the city of Quito that have few financing alternatives. The unsatisfied market is approximately 6,838,802 companies, this represents USD 396,160,000 in loans not granted.

A strategic plan was established for the penetration and acceptance of the service, and in addition, the 4ps of the marketing mix was determined and implemented.

On the other hand, an operations plan is selected to provide the capital raising service, taking into account the organizational structure of BCI.

Finally, an investment of USD 24,000.00 was made from 4 partners. The recovery period is 4.33 years and there will be an IRR of 37.22%. This determines its feasibility and profitability of the project.

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN	1
1.1	Justificación del trabajo	1
1.1.1	Objetivo General del trabajo	2
1.1.2	Objetivos específicos	2
2	ANÁLISIS ENTORNOS	2
2.1	Análisis del entorno	2
2.1.1	Análisis PEST	3
2.2	Análisis de las cinco fuerzas de Porter	8
2.3	Matriz EFE	11
2.4	Conclusiones de análisis del entorno	11
3	ANÁLISIS DEL CLIENTE	14
3.1	Análisis cualitativo	14
3.1.1	Entrevista a potencial proveedor	14
3.1.2	Entrevista a experto	15
3.1.3	Grupo Focal	16
3.3	Análisis cuantitativo	17
3.3.1	Resultados de las encuestas	17
3.4	Conclusiones del análisis cualitativo y cuantitativo	20
3.4.1	Conclusiones del análisis de cliente	20
3.4.2	Conclusiones del análisis de inversor	21
4	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	22
4.1	Descripción del negocio	22
5	PLAN DE MARKETING	25
5.1	Estrategia de marketing	25
5.1.1	Mercado Objetivo	25
5.1.2	Propuesta de valor	27
5.2	Mezcla de Marketing	27
5.2.1	Servicio	27
5.2.2	Precio	30
5.2.3	Plaza	33
5.2.4	Promoción	34

5.2.5	Acciones de la mezcla de marketing.....	35
6	PROPUESTA ORGANIZACIONAL	37
6.1	Misión, visión y objetivos de la organización	37
6.1.1	Misión.....	37
6.1.2	Visión	37
6.1.3	Objetivo general	37
6.2	Plan de operaciones.....	38
6.2.1	Ciclo de operaciones	38
6.2.2	Flujograma de proceso.....	39
6.2.3	Cadena de valor	40
6.2.4	Requerimiento de equipos y herramientas.....	41
6.3	Estructura organizacional	42
6.3.1	Organigrama estructural	43
6.3.2	Presupuesto sueldos y salarios	43
6.3.3	Descripción de funciones y puesto de trabajos.....	44
6.3.4	Marco legal	44
7	ANÁLISIS FINANCIERO	45
7.1	Proyección financiera	45
7.1.1	Fuente de ingreso	45
7.1.2	Balance General	48
7.1.3	Flujo de Efectivo	49
7.1.4	Estado de Flujo de Caja del Proyecto	50
7.2	Inversión inicial	50
7.2.1	Capital de trabajo	51
7.3	Estado y evaluación financiera del proyecto.....	51
7.3.1	VAN, TIR, IR, Periodo de recuperación	51
7.3.2	CAPM y WACC	52
7.4	Índices Financieros	52
7.5	Conclusiones del Análisis Financiero	53
8	CONCLUSIONES GENERALES	55
	REFERENCIAS.....	57
	ANEXOS.....	61

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del trabajo

El presente estudio se enfoca en la implementación del servicio de levantamiento de capital. El servicio canaliza los recursos financieros hacia las actividades productivas a través de la negociación de la participación de la organización. Generando una fuente directa de financiamiento para las empresas y una alternativa de rentabilidad para los inversionistas. El levantamiento de capital consiste en la obtención de financiamiento para generar proyectos en las organizaciones, los recursos se obtendrán a través de un socio capitalista, este recibirá participación de la organización a cambio de su capital. Existen organizaciones que desean realizar un proyecto de mejora, pero no cuentan con el recurso económico. Sin embargo, no existe un financiamiento bancario competitivo ni el acceso a fondos. Por otra parte, existen cientos de inversionistas buscando oportunidades de inversión con costos de transacciones bajos y estrategias de salida. Al no contar con acceso a financiamiento competitivo e inversión dinámica, se ha visto en la necesidad de emprender este proyecto para brindar el servicio de levantamiento de capital destinado a un mercado insatisfecho (Prado, 2015). La organización se encargará de analizar el proyecto del cliente y generar una oportunidad de negocio a los inversionistas, ellos decidirán el monto a invertir, tomando en cuenta los riesgos existentes. La implementación de este servicio generara oportunidades de trabajo en la sociedad e impulsar la economía.

Tabla No 1: Tipo de empresas por su tamaño

Tamaño de empresas	Ventas anuales	Número de colaboradores
Pequeña empresa	USD 100,000 a USD 1'000,000	10 a 49
Mediana empresa "A"	USD 1'000,001 a USD 2'000,000	50 a 99
Mediana empresa "B"	USD 2'000,001 a USD 5'000,000	100 a 199

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos

1.1.1 Objetivo General del trabajo

Evaluar la factibilidad de la implementación de un plan de negocio para brindar el servicio de bróker entre inversionistas y promotores de empresas.

1.1.2 Objetivos específicos

- Determinar la influencia de factores macroeconómicos y microeconómicos entorno al giro del negocio.
- Precisar el segmento de mercado hacia los que irán dirigidos y sus necesidades.
- Describir la oportunidad de negocio y la diferenciación del servicio.
- Delimitar las características del servicio a ofrecer.
- Analizar y determinar las mejores estrategias de marketing para dar a conocer el servicio y la marca.
- Decretar la estructura organizacional y designar las funciones de cada miembro de la organización
- Elaborar un plan financiero para determinar la viabilidad y rentabilidad del plan de negocio con sus respectivos indicadores financieros.

2 ANÁLISIS ENTORNOS

2.1 Análisis del entorno

Clasificación de la industria de acuerdo con el CIIU 4

K6619.02 Actividades de servicios de asesoramiento en inversiones y corredores hipotecarios (Instituto Nacional de Estadística y Censos). El Mercado Financiero está compuesto por el Mercado de Deuda y Mercado de Capitales (Pereira Álvarez, 2010). El Mercado de Deuda es la principal fuente de financiamiento de las organizaciones en Ecuador (Pereira Álvarez, 2010). El Mercado de Capitales no es una alternativa de financiamiento, por la escasa cultura bursátil e información insuficiente, esto impide a los no conocedores del tema, involucrarse rápidamente en este mercado (Prado, 2015). Por esta razón solo se tomará en consideración el Mercado de Deuda.

2.1.1 Análisis PEST

Entorno político:

En la última década el gobierno ha buscado regular el Mercado de Deuda, ya que, existe un antecedente como lo fue la Crisis Financiera de 1999. El Código Orgánico Monetario y Financiero tiene como objetivo controlar y normalizar el mercado anteriormente mencionado. Existe dos puntos esenciales en la implementación del Código Orgánico Monetario y Financiero. El primer punto, artículo 122, la liquidez de la economía, esta facultad permite al Gobierno de turno otorgar bonos no líquidos a la banca privada, a cambio de dinero para inyectar a la economía. Último punto, artículo 210, la Junta puede determinar las operaciones de crédito de las entidades del Sistema Financiero Nacional, pero los accionistas y administradores de la banca son quienes responderían por los actos (Paredes P. L., 2014), esto se traduce en reducir la libertad de los banqueros para evaluar los riesgos al momento de otorgar créditos. El levantamiento de capital se realiza en un Mercado Privado, donde la negociación se realizará únicamente con el comprador y vendedor, sin realizar ninguna oferta pública, por esta razón no existe ninguna entidad de control del Mercado Privado (Bolsa de Valores de Quito, 2017).

La principal función de los intermediarios financiero es obtener fondos del público y colocar esos fondos en el mercado a través de préstamos. Por esta razón, dichas instituciones están obligadas a mantener una sección de los depósitos en activos líquido o reserva. Esto con el objetivo de cubrir retiros masivos de sus depositantes y garantizar los fondos del público. La legislación ecuatoriana determina que un porcentaje de esos recursos captados se depositen en el Banco Central del Ecuador, a esto se lo denomina encaje bancario. El porcentaje de encaje bancario, paso de 2% a 5% en el 2016 (Junta Política de Regulación Monetaria y Financiera, 2016). El encaje forma una parte importante en la otorgación de créditos. Por ejemplo, cuando el encaje sube, los intermediarios financieros poseen menos recursos para créditos por que destinan mayor porcentaje en reservas, esto se traduce en reducir el dinero en circulación. En conclusión, actualmente el Mercado de Deuda posee

menos recursos destinados a créditos, generando insatisfacción en el mercado. El levantamiento de capital busca cubrir este mercado insatisfecho.

El costo laboral es significativamente elevado comparado con los países vecinos. Anualmente, el salario básico unificado es fijado por el gobierno para defender los derechos de todos los trabajadores, actualmente es de USD 386. También existen beneficios sociales para los trabajadores como son: los décimos, vacaciones y IESS, generando dificultad económica al momento de la contratación de talento humano (Ministerio del Trabajo, n.d.). El sector de Intermediación Financiera se ubica en el quinto puesto de la economía que más empleo genera anualmente, con un promedio de variación absoluta de empleo anual de 8,419.07. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo , 2016). El Mercado de Deuda cuenta con un número significativo de colaboradores, esto se traduce en un elevado costo operativo. El servicio de levantamiento de capital se brindará a través de una plataforma de interacción financiera, con el objetivo de reducir costos operativos y ser más competitivos en el mercado. La plataforma de interacción financiera será de fácil acceso, donde se podrá realizar todas las transiciones.

Entorno económico:

La inversión del Ecuador está compuesta de fondos públicos y privados. La aportación privada es de USD 25,000 millones en el cierre del 2015 (Banco Central del Ecuador, 2017). La inversión privada representa el 54% de la inversión total del país, se ha observado una reducción del 18% en la inversión pública en el cierre del 2016, se debe a la caída del precio del crudo. (Banco Central del Ecuador, 2017). Según el informe del Banco Central del Ecuador sobre la inversión 1965-2013, las sociedades no financieras (empresas públicas y privadas) representa el 54.4% de la inversión privada y los hogares representan el 19.73% (Banco Central del Ecuador, 2015). El principal destino de la inversión es el tradicional depósito a plazo en la banca. En febrero de 2017, el depósito a plazo fue de USD 8,320 millones (Asociación de Bancos Privados del Ecuador, 2017). El depósito a plazo es una fuente importante de los fondos del público de los intermediarios financieros. Las entidades deberán

retornar beneficios por estos capitales invertidos, la tasa de interés promedio para depósito a plazo es de 4.91% (Banco Central del Ecuador, 2017). La rentabilidad es baja, pero esto no impide que un porcentaje considerable se destine a depósitos a plazo. El levantamiento de capital brinda mayor rentabilidad al invertir directamente en una empresa y rápido crecimiento del valor neto de la inversión.

El crédito siempre es la principal fuente de financiamiento para las empresas y el producto estrella de los Intermediarios Financieros. Según la Asociación de Bancos del Ecuador, de los créditos otorgados, el 67% es decir USD 13,900 millones se destinaron a los sectores: comercial, vivienda y micro empresa, mientras que el porcentaje restante se destinó a consumo y educación (Asociación de Bancos Privados del Ecuador, 2017). Se puede observar que un porcentaje significativo está destinado a la industria. “Las instituciones financieras preferirán entregar los recursos monetarios a aquella empresa que posea un colateral (garantía) lo suficientemente grande para garantizar el préstamo, aumentando así la desigualdad en su entrega, lo que priva al Ecuador de alcanzar tasas sostenibles de crecimiento”, señala Iván Pereira en su investigación. De todas las solicitudes de crédito, solo se otorgó al 20% el préstamo, lo que revela una alta inequidad de los Intermediarios Financieros al momento de distribuir los recursos. (Pereira Álvarez, 2010). Un gran porcentaje de los créditos se destina a la industria, pero no se logra cubrir toda la demanda existente y la tasa de interés es elevado comparado a otros países. El servicio de levantamiento de capital es una alternativa de financiamiento para cubrir la demanda insatisfecha.

Otro aspecto importante es el costo del dinero que está determinado por la tasa de interés. Ecuador y Panamá son economías totalmente dolarizadas y por esta razón son comparativas. Las tasas de interés comercial se otorgan a personas, naturales obligadas a llevar contabilidad, o a empresas, Ecuador posee una tasa de 11.83% anual (Banco Central del Ecuador, 2017) y Panamá 6.72% anual. (Superintendencia de Bancos de Panamá, 2017). Se puede observar que Ecuador posee un mayor costo del dinero, esto encarece el financiamiento.

Entorno social:

El ahorro es esencial para la inversión. Si el ecuatoriano no posee el hábito de ahorrar, no tendrá la capacidad de realizar inversiones en ningún campo. (Domínguez, 2015). Según la Encuesta de Ingresos y Gastos 2012, el 58.8% de los ecuatorianos tienen la capacidad de ahorrar y el restante posee gastos mayores que sus ingresos (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012). En Ecuador, el ingreso total promedio mensual es de USD 892.90 frente a USD 809.60 de gasto total promedio mensual, el ahorro total promedio mensual es de USD 83.3. El ahorro generado se destina a un fondo de reserva o inversión. El fondo de reserva se traduce en depósitos colocados en los intermediarios financieros. En febrero de 2017, el depósito de ahorro fue de USD 8,408 millones, existiendo un crecimiento del 13.2% entre enero y febrero de 2017 (Asociación de Bancos Privados del Ecuador, 2017). Los ahorros de los ecuatorianos juegan un papel crucial en la banca, ya que, su aporte como depósito de ahorro representa el 30.48% del total de depósitos (Asociación de Bancos Privados del Ecuador, 2017).

Ecuador posee una gran cantidad de emprendimiento, se considera el segundo país más emprendedor del mundo, ya que aproximadamente 1 de cada 3 adultos ecuatorianos ha realizado diligencias para crear un negocio, (Global Entrepreneurship Monitor, 2016). Las PYMES se convierten en un factor social determinante, ya que, son el motor de la economía, no existe economía en el mundo que no cuente con PYMES. En el 2010 existían más de 839,882 pymes en Ecuador (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2016). Guayaquil posee el 23%, Pichincha el 22% y el restante se encuentra distribuido en las demás provincias. Ellos también son responsables de generar el 75% de los trabajos para la población económicamente activa (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2016). Según Christian Cisneros, director ejecutivo de la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha (Capeipi). Las PYMES prefieren adquirir deuda de una institución financiera, ya que, esta es una opción clásica, pero no todos cumplen los requerimientos exigidos por el sistema financiero

(Pereira Álvarez, 2010). Existe otra alternativa poco convencional que es Mercado de Capitales, no todas las empresas desean incursionar en este mercado, ya que, desean evitar mayor control, rendición de cuentas y compartir el conocimiento del giro del negocio (Prado, 2015). También existe otra fuente de financiamiento y como una de las practicas más usadas para obtener capital el chulco, el cual no será tomado en cuenta para el desarrollo del presente estudio.

Por lo anteriormente mencionados, las PYMES prefieren acceder a créditos otorgados por instituciones financieras, pero no todas cumplen los requerimientos de crédito.

Entorno tecnológico:

Anteriormente, la innovación financiera en Ecuador se encontraba entre los pioneros en Latinoamérica, ya que, contaba con alta calidad en software financiero, pero por motivos económicos y políticos ha desaparecido esa ventaja competitiva y la innovación decreció significativamente. Se puede observar en la actualidad, que el sistema financiero busca implementar las tecnologías de la información, para brindar mejores servicios en una era digital y móvil, esto conlleva, a acceder a un mayor número de clientes y reducir significativamente los costos operacionales (Andrea Pinto, 2017).

Esto brinda oportunidades de negocio por la existencia de brechas dentro de la tecnología y los servicios financieros.

Ecuador ha realizado un plan para promover el desarrollo en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los ciudadanos. TIC es un vector del desarrollo social permitiendo eliminar las brechas tecnológicas y tener acceso a información de todo tipo. (World Economic Forum, 2015). En el 2006, el 6% de ecuatorianos tenían acceso a TIC, logrando en el 2013, que el 66% de ecuatorianos aproximadamente tienen acceso. Con esta labor se logrará reducir significativamente el analfabetismo digital y promover el acceso a información. (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, 2017). El crecimiento despiadado al acceso a internet genera un punto a favor en la

innovación del servicio financiero, ya que, este busca aprovechar al máximo la tecnología móvil.

2.2 Análisis de las cinco fuerzas de Porter

El análisis se realizó a la industria de actividades de servicios financieros. (Instituto Nacional de Estadística y Censos).

Poder de negociación de los Proveedores – medio

Los proveedores son dueños de activos, ejecutivos de empresas, dueños retirados de empresa, y negocios familiares, pero esencialmente son inversionistas. Es limitada la oferta de alternativas para pequeños y medianos inversionistas por esta razón ellos principalmente se orientan al clásico depósito bancario, donde la rentabilidad en promedio es de 4.91% (Banco Central del Ecuador, 2017). Por otra parte, el mercado de capitales está compuesto por emisor, inversor, bolsa de valores, casa de valores, controladores y fiduciarias (Bolsa de Valores de Quito, 2017). El gran número de participantes en el mercado de capitales genera costos transaccionales elevados. También no existe una cultura bursátil, por una parte, se encuentran los promotores que buscan diversificar la fuente de financiamiento a un menor costo que es otorgado por los bancos, por otra parte, están los inversionistas, que buscan un mayor plazo de tiempo y mayor tasa de rendimiento que las ofertadas por el sistema financiero, esto genera desacuerdo mutuo al momento de invertir y buscar. Por otra parte, tenemos la información insuficiente, poco amigable y desactualizada que impide la toma de decisión e involucrarse en las operaciones bursátiles (Prado, 2015). Se puede concluir que el poder de negociación de los proveedores es medio debido que existen varios factores que dificultan realizar la inversión, pero ellos poseen el capital y la toma de decisión.

Poder de negociación de los Clientes – baja

Los clientes son empresas que buscan financiamiento para generar proyectos en sus organizaciones. Cabe recalcar que existe escases de financiamiento para empresas, ya que, el 13% de las personas ecuatorianas emprendedoras

en PYMES cierran su negocio por dificultades de financiamiento. (Flacso Ecuador-Mipro, 2013). En el Mercado existen tres vías para financiarse: primero, la emisión de papel comercial (Mercado de Capital); segundo, adquisición de deuda (Mercado de Deuda); y último, socio inversionista (Mercado Privado). En las dos primeras opciones existe varios requerimientos a cumplir para ser acreedores de capital y costos de transacción elevados que encarecen el proceso de financiamiento, por aquello se genera dificultad en la obtención de recursos para la empresa (El Emprendedor, 2013). También se debe considerar que de todas las solicitudes generadas solo se entrega el crédito al 20% (Pereira Álvarez, 2010), logrando una inequidad alarmante. La última vía es el levantamiento de capital a través de un socio capitalista es una alternativa sencilla y viable por la eliminación de participantes y con menos requisitos.

Amenaza de nuevos competidores entrantes - baja

Para una nueva empresa entrar en este sector deberá atravesar barreras existentes en el mercado, como lo son: La inversión inicial es alta, por ejemplo: Cooperativas de ahorro y crédito USD 75,000 de capital social inicial (Reglamento a Ley Organiza Economía Popular y Solidaria, 2012), Bancos USD 7,886,820 de patrimonio y Sociedades Financieras USD 3,943,410. Como se puede observar existe una elevada inversión inicial para iniciar como intermediario financiero. La base de datos se vuelve una barrera de entrada, la información de los inversionistas y promotores es confidencial y es un recurso importante para las organizaciones que la poseen y por esta razón no será de fácil acceso. Otro impedimento de entrada es la curva de aprendizaje que es adquirida con el transcurso del giro del negocio y se perfecciona con los errores cometidos en el día a día. Las empresas establecidas en este mercado poseen identificación de marca y prestigio otorgados por los clientes (Porter, 2002). Las barreras anteriormente mencionadas son de gran consideración para los nuevos competidores, entonces se considera baja la amenaza de nuevos competidores entrantes.

Amenaza de productos sustitutos – baja

Los clientes cuentan con pocas fuentes de financiamiento en el mercado. La opción clásica de financiamiento es a través de crédito bancario, pero no es competitivo y sus costos son elevados, no todos tienen acceso a ellos por no cumplir los requerimientos exigidos por el sistema financiero (Pereira Álvarez, 2010). La otra alternativa es el financiamiento a través del Mercado de Capitales, no todas las empresas cuentan con el tamaño necesario para realizar una emisión de papel comercial favorable y que represente los costos generados, ya que, estos son elevados por la gran cantidad de participantes que interviene en el proceso de emisión (Prado, 2015). También existe otra fuente de financiamiento y como una de las prácticas más usadas para obtener capital el chulco, el cual no será tomado en cuenta para el desarrollo del presente estudio. Por estas escasas fuentes de financiamiento para las empresas se considera baja la amenaza de productos sustitutos.

Rivalidad entre los competidores – media

El Mercado de Deuda posee un número amplio, como son: 22 Bancos Privados, 4 Mutualistas, 9 Sociedades Financieras y 887 cooperativas de Ahorro y Crédito (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2015). Estas organizaciones otorgan crédito en el mercado, pero no logran cubrir toda la demanda existente en el mercado (Pereira Álvarez, 2010). También se puede observar otras organizaciones que brindan el servicio de levantamiento de capital como son: Proventus, Aaa-negocios y Buentrip. Todas estas organizaciones anteriormente mencionadas tienen más de 5 años de trayectoria en el mercado. Por otra parte, existen organizaciones (EY, Afines, Valoratec, Mercapital y CFN) que brindan asesoría financiera y no existe un impedimento en estas organizaciones para convertirse en competencia directa. Se puede observar un gran número de competidores que ofrecen un servicio sustituto, pero son pocas las organizaciones que ofrecen un servicio semejante. De igual manera no se logra cubrir en su totalidad la demanda existente, por esta razón la rivalidad entre competidores es media.

2.3 Matriz EFE

La matriz EFE abarca los factores críticos para la industria, estos factores se obtuvieron del respectivo análisis PEST y PORTER.

Tabla No 2: Matriz EFE

MATRIZ EFE			
FACTORES EXTERNOS CLAVES			
OPORTUNIDADES	Ponderación	Calificación	Valor Ponderado
Alta regulación al Mercado Financiero	3,0%	1	0,03
Incremento del Encaje Bancario	3,0%	1	0,03
Altos depósitos a plazo	10,0%	4	0,4
Elevada inversión inicial	3,0%	1	0,03
Elevado costo laboral	4,0%	2	0,08
Alta depósitos de ahorro	5,5%	4	0,22
Gran cantidad de pymes en el mercado ecuatoriano	5,0%	2	0,1
Baja innovación financiera	16,0%	4	0,64
Bajo acceso a créditos bancarios	10,0%	4	0,4
Eliminación de analfabetismo digital	2,0%	2	0,04
AMENAZAS			
Posicionamiento de competencia	10,0%	3	0,3
Escases de cultura bursátil	15,0%	4	0,6
Oferta limitada de inversiones	6,0%	4	0,24
Elevadas tasas de interés	7,5%	2	0,15
Total	100,0%		3,26

El total promedio ponderado de 3.26 refleja que la organización está aprovechando con eficiencia las oportunidades existentes y reduciendo la posibilidad de efectos negativos de las amenazas externas.

2.4 Conclusiones de análisis del entorno

Análisis Externo

- La legislación ecuatoriana ha tenido como objetivo regular y controlar el Mercado de Deuda, esto lo consiguió a través de la implementación del Código Orgánico Monetario y Financiero, esto genera gran controversia en

la banca, ya que, el gobierno de turno posee los medios y facultades para decidir en la administración de créditos de los bancos.

- El encaje bancario juega un papel importante en la asignación de créditos, ya que, al aumentar el porcentaje de encaje bancario se reduce el volumen de créditos. Por consiguiente, un mayor porcentaje de encaje bancario se traduce en una demanda insatisfecha.
- El incremento constante anual del salario básico unificado genera altos costos laborales. La banca al poseer un número importante de colaboradores se ve afectado directamente con el encarecimiento salarial.
- En Ecuador, la inversión privada forma un papel determinante en la economía, ya que, representa el 54% de la inversión total del país. Los inversionistas destinan un porcentaje elevado al depósito a plazo a cambio de una baja rentabilidad.
- La elevada inequidad crediticia y elevadas tasas de interés son las principales dificultades de financiamiento para las organizaciones.
- Las pequeñas y medianas empresas son un pilar fundamental en la economía, debido a que contribuyen al desarrollo económico del país y además ayuda en la generación de empleo.
- En los últimos años no ha existido innovación en el sector financiero. Ecuador contaba con softwares financieros de primera, pero por motivos políticos y económicos se ha perdido esta ventaja competitiva. Existe una oportunidad de negocio para fusionar la tecnología y los servicios financieros, generando una reducción de costos y mayor alcance del servicio.

Análisis Interno

- El poder de negociación de los proveedores es medio esto debido a múltiples factores: altos costos de transacciones, escasas de cultura bursátil, oferta limitada de inversiones e información insuficiente generan dificultad al momento de invertir.
- En esta industria, el poder de negociación de los clientes es bajo, ya que, existen pocas fuentes de financiamiento para emprender nuevos proyectos,

sin olvidar que estas son ineficientes y los costos son elevados; además se deben cumplir estrictos requerimientos para ser acreedores a deuda.

- La amenaza de nuevos competidores entrantes es baja, ya que, existen barreras de entradas como son: alta inversión inicial, base de datos, la curva de aprendizaje e identificación de las empresas posicionadas en el mercado. Los factores antes mencionados son de gran consideración para la entrada de nuevos competidores.
- En este mercado la amenaza de servicios sustitutos es baja. Es limitado las fuentes de financiamiento, generando pocas alternativas para los clientes. El Mercado de Deuda es la principal alternativa, para acceder a este mercado se debe cumplir requerimientos y los costos son elevados.
- Proventus, Aaa-negocios y Buentrip son empresas dedicadas al servicio de levantamiento de capital. La rivalidad entre los competidores es media, dado que el Mercado de Deuda y Mercado de Capitales se enfocan principalmente en empresas grandes y medianas, mientras que para las PYMES se les dificulta el acceso a los créditos otorgados por estos.

3 ANÁLISIS DEL CLIENTE

3.1 Análisis cualitativo

Es un estudio basado en la cualidad, gusto y preferencia del mercado y servicio. El análisis cualitativo determina el comportamiento del consumidor. Los métodos de recolección de información utilizados fueron dos entrevistas a expertos y un grupo focal.

3.1.1 Entrevista a potencial proveedor

Nombre: Carlos Oñate. Profesión: Ingeniero Comercial. La entrevista presencial realizada en Santo Domingo. El entrevistado cuenta con 13 años de experiencia realizando inversiones en empresas ubicadas en Ecuador, Perú y Panamá. El entrevistado es una persona que se ha dedicado a las inversiones en proyectos en distintas industrias en Ecuador, Perú y Panamá. Posee experiencia como inversor en emprendimiento y empresas estables.

Después de efectuada la entrevista se obtuvieron las siguientes conclusiones y opiniones por parte del experto:

¿Qué busca al momento de invertir? El TIR y VAN son puntos de partida, pero principalmente se enfocan en los siguientes puntos.

- Una oportunidad de mercado dinámica: ¿Que tan grande es tu mercado o su industria? No solo enfocarse en el mercado presente, sino también en el mercado futuro.
- Capacidad de equipo: Se presta mayor atención donde el equipo posee habilidades y experiencia.
- No solo verbo: Los inversionistas prestan mucha atención a las organizaciones que han dado inicio a su proyecto y cuenten con alianzas estratégicas que añada valor al proyecto.
- El factor diferenciador: Que variable te hace diferente al mercado y por qué invertir en esa empresa.
- Estrategia de salida del mercado: Al existir un escenario devastador, se debe contar con una estrategia de salida para disminuir al máximo el impacto y la pérdida económica.

¿Qué tanto invierte?

- Invierte del 40% al 50% del monto total requerido. Con el objetivo de reducir el riesgo a través de la diversificación.

¿Qué rentabilidad es la óptima?

- Para determinar la rentabilidad óptima se debe analizar muchos factores: tipo de industria, tiempo de vida de la empresa, participación a obtener y crecimiento de la empresa, pero se debe tomar en cuenta que la utilidad es directamente proporcional al riesgo. Debe ser mayor que la otorgada por el sistema financiero.

3.1.2 Entrevista a experto

Nombre: Mariela Méndez Prado, Profesión: Profesora titular de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, ESPOL, Estudios realizados: Maestría en Mercados Financieros, Universidad Pompeu Fabra-IDEA. La entrevista se realizó vía telefónica.

Después de efectuada la entrevista se obtuvieron las siguientes conclusiones y opiniones por parte del experto:

- El Mercado de Deuda desempeña un papel crucial en el mercado, por esta razón no permite desarrollar al mercado de capitales, siendo este generador de más beneficios a bajos costos.
- Todos los productos ofertados en el mercado de valores en esencia tienen un modelo de renta fija, pocos son los productos de renta variable. Las posiciones de acciones generadas por empresas privadas en Ecuador son limitadas y lo realizan más por imagen de marca.
- Los inversionistas no desean productos donde existe la posibilidad de generar una pérdida, por esto la oferta de rentabilidad variable es escasa.
- La confianza debe ser el pilar y motor de este servicio. Este es un factor crítico en la toma de decisión.
- El servicio debe poseer un fuerte respaldo legal del mercado financiero, ya que, sin este se convertirían en algo ilícito.
- La información de los oferentes (empresas) y demandantes (inversionistas) es confidencial y de gran valor para cada organización, por esta razón, se debe formar una estrategia para generar el propio banco de información.

3.1.3 Grupo Focal

Para enriquecer la información cualitativa, se efectuó un grupo focal con 5 personas con características semejantes.

El grupo objetivo estuvo compuesto por:

- Hombres y mujeres, empresarios de PYMES
- Edades comprendidas entre los 25 a 50 años
- Pertenecientes al sector manufacturero, comercio y servicio
- Ubicados en centro – norte de Quito.

En el desarrollo del grupo focal se produjeron interesantes intercambios de opiniones entre los participantes, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- Hubo consenso entre los participantes en la ineficiencia del mercado de deuda. Se realizó hincapiés en los tiempos de espera y el bajo monto del crédito, esto genera inconveniente en los momentos de mayor necesidad.
- El poder de negociación como deudor es baja, ya que, los parámetros de los créditos son impuestos por el mercado de deuda. Se deben aceptar los términos, si se desea el crédito.
- El 100% de los participantes han tenido complicaciones o dificultades para acceder un crédito en las primeras etapas de vida de sus organizaciones.
- El 80% de los participantes compartió sobre la falta de alternativas de financiamiento en el mercado. Siempre se debe contar con colateral para ser acreedor a crédito en el mercado de deuda.
- No se cuenta con un mercado de acceso a dinero inteligente, donde los inversionistas apoyen a organizaciones por su potencial.
- Se necesita entre USD 40.000 a USD 60.000 de capital para generar nuevos proyectos en sus organizaciones.
- Todos los participantes estuvieron de acuerdo en contar con un socio capitalista para cubrir la falta de capital. No solo se considerará el capital monetario, sino también el valor agregado y el compromiso de los inversionistas.

- Todos los participantes consideran importante tener en claro todos los términos y condiciones a que se someten los participantes (empresa e inversionista)
- El 80% de los participantes consideraron oportuno el 2.5% del capital levantado a pagar por el servicio brindado.
- Los participantes enfatizaron en el respaldo legal y los tiempos de respuesta.

3.3 Análisis cuantitativo

Un estudio cuantitativo nos permite a través de la información recopilada determinar características cuantitativas y estadísticas del consumidor. El método de recolección de información fue la encuesta. El tamaño de la muestra fue determinado por la universidad y se realizó 50 encuestas a empresario PYMES y 20 encuestas a inversionistas.

3.3.1 Resultados de las encuestas

3.3.1.1 Clientes

Con el objetivo de recaudar información se realizó encuestas a 50 propietarios de pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Quito, principalmente del sector norte. Las empresas encuestadas formaban parte de las siguientes características:

- Actividad económica: Comercio al por menor, bienes inmuebles, servicios prestados y alimentación.
- Crecimiento sostenible en los últimos 5 años
- Poseer un plan de inversión
- Permanecer mínimo 7 años en el mercado

Se anexa la encuesta del cliente en el Anexo 1.

- El 98% de los encuestados afirmaron que desean generar un proyecto de mejora en su empresa.
- El 78% de los encuestados han tenido alguna complicación o dificultad en el financiamiento del proyecto generado anteriormente.
- Se determinó que el 37% de los encuestados estarían dispuestos a contar con un socio capitalista para la obtención de financiamiento. Las

organizaciones que no concordaron con esta idea, en su mayoría son familiares.

- El 68% de los encuestados estarían dispuestos a contratar el servicio de un profesional para la ayuda en la búsqueda de financiamiento enfocado en su proyecto a través de un socio capitalista.
- EL 48% de la muestra estarían dispuestos a pagar 1.5% al 2% del capital obtenido por el servicio ofrecido.
- El 64% de los encuestados requieren entre USD 20.001 a 50.000 para financiar su proyecto.
- Los canales de comunicación que prefirieron los encuestados son presencial, correo electrónico y plataforma web.
- Los servicios adicionales que desean recibir son reducción de gasto, estudio financiero y asesoría tributaria.
- Los encuestados recomendaron que el servicio debería contar con asesoría legal, origen de los capitales y plataforma web.

Para mayor comprensión se realizó tabla cruzada.

Tabla No 3: Tabla cruzada de sector, empresa familiar y socio capitalista

Sector	Empresa Familiar		Desean Socio Capitalista	
	Si	No	Si	No
Manufacturero	4	5	6	3
Comercial	17	10	17	10
Servicios	12	2	12	2
Total	33	17	35	15

Se puede observar que principalmente las empresas con estructura familiar son las que no desean contar con un tercero en su organización. Las organizaciones de sector comercial son más familiares que las de sector manufacturero y servicios.

Tabla No 4: Tabla cruzada de porcentaje a pagar y capital requerido

Sector	Porcentaje a Pagar			Capital Requerido Anualmente en miles		
	0.5% - 0.99%	1% - 1.5%	1.51% - 2%	\$ 10 - \$ 20	\$ 20 - \$ 50	Más de \$50
Manufacturero	1	2	6	2	3	4
Comercial	7	14	6	2	14	3
Servicios	0	2	12	6	15	1
Total	8	18	24	10	32	8

En la anterior tabla se puede observar con mayor claridad el porcentaje a pagar y el capital requerido anualmente. Las del sector manufacturero requieren más capital que las demás, en cambio las de servicio están dispuestas a pagar mayor porcentaje por el servicio obtenido.

3.3.1.2 Inversionistas

Con el objetivo de obtener información de los inversionistas se realizó 20 encuestas. Las personas encuestadas poseían las siguientes características:

- Rango de 35 a 55 años.
- Ubicados en la ciudad de Quito.
- Tercer nivel de estudio.
- Conocer y haber participado en inversiones.

Se anexa la encuesta del inversor en el Anexo 2.

- El 60% de los inversionistas encuestados se describen a sí mismo, como una persona con poca experiencia como inversionista.
- Se pudo determinar que la mayoría de los inversionistas encuestados han invertido en pólizas a plazo fijo, negocios estables y bienes raíces.
- El 65% de los encuestados tienen interés en invertir en empresas del sector manufacturero.
- El 55% de los encuestados realizan inversiones entre USD 10.000 – 20.000 anualmente.

- El 80% de los encuestados está dispuesto a aportar su capital en una empresa estable.
- Los factores que más considera importante son capacidad de equipo, potencial de alto rendimiento y situación financiera interna de la empresa.
- Se determinó que los 37,5% de los encuestados prefieren mantener su inversión entre 1 a 5 años.
- El 40% de los encuestados considera 15% de rendimiento óptimo para convertirse en socio capitalista.
- Los canales de comunicación que prefirieron los encuestados son presencial, correo electrónico y plataforma web.

3.4 Conclusiones del análisis cualitativo y cuantitativo

3.4.1 Conclusiones del análisis de cliente

- La mayoría de propietarios de las empresas desean generar proyectos de mejora en su organización.
- En el mercado existen dificultades para financiar proyectos en las organizaciones, ya que, el 78% de los encuestados tuvieron complicaciones o dificultades al financiar el proyecto generado anteriormente. Realizan hincapié en deficiencia del mercado de deuda, siendo este la principal vía para obtener capital.
- La mayoría de las organizaciones familiares son herméticas y no están dispuestos a un mayor control, reduciendo de cuentas y compartir el giro del negocio con terceros. En cambio, las organizaciones no familiares están dispuestas a integrar a un nuevo participante.
- Las organizaciones desean poseer un financiamiento más dinámico, inteligente, con mejores tiempos de respuesta y con mejor poder de negociación.
- Los promotores de las organizaciones están dispuestos a contar con un socio capitalista para cubrir la falta de capital. Las organizaciones no solo valoran el capital, sino también consideran el valor agregado y el compromiso de los inversionistas.

- Están dispuestos a pagar el 1.5% al 2.5% del capital levantado para su proyecto.
- Las empresas requieren entre USD 20.001 a 60.000 de financiamiento para implementar el proyecto de mejoras.
- El soporte legal debe ser un pilar fundamental del servicio, ya que, en este es el único respaldo. Esto genera seguridad a las organizaciones.
- Desean recibir servicio adicional como: reducción de gasto, estudio financiero y asesoría tributaria.

3.4.2 Conclusiones del análisis de inversor

- Los inversionistas poseen poca experiencia como inversionista.
- Al no poseer una gama alta de productos ofertados siempre deciden acceder por los más comunes como son: deposito bancarios, emprendimientos o negocios establecidos, pero sienten gran interés por el sector manufacturero.
- En promedio realizan inversiones entre USD 10.000 – 20.000 anualmente y prefieren mantener su inversión entre 1 – 5 años.
- El TIR y VAN son puntos de partidas para la toma de decisión, pero también consideran otros puntos como son: una oportunidad de mercado dinámica, capacidad de equipo, no solo verbo, factor diferenciador y estrategia de salida.
- Los inversionistas no adquieren productos donde puede existir la posibilidad de pérdida, por esta razón siempre terminan eligiendo productos de renta fija.
- La rentabilidad optima dependerá de los siguientes factores: tipo de industria, tiempo de vida de la empresa, participación a obtener y crecimiento de la empresa.

4 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

4.1 Descripción del negocio

Ecuador es considerado el segundo país que más emprende, ya que, 1 de cada 3 adultos ecuatorianos han realizados diligencias para iniciar un negocio (Global Entrepreneurship Monitor, 2016). Las PYMES se han convertido en el motor de la economía, no existe una economía en el mundo que no posea PYMES. Ecuador posee alrededor de 839,882 PYMES y son responsables de la generación del 75% de trabajos para la población económicamente activa. Destacando, que la provincia de Pichincha posee el 22% de todas las PYMES del país (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2016).

Actualmente, el Mercado de Deuda a perdido facultades en la administración de créditos. Debido a esto, existen limitadas fuentes de financiamiento para las organizaciones (Prado, 2015). El acceso a crédito siempre es un factor determinante para las empresas, siendo esta la principal fuente de financiamiento y la más tradicional. De todos los créditos otorgados del sistema bancario, el 67% se destinó a los sectores: comercial, vivienda y micro empresa, mientras que el porcentaje restante se destinó a consumo y educación (Asociación de Bancos Privados del Ecuador, 2017). Se puede observar que un porcentaje significativo de crédito está destinado para las industrias, pero el sistema financiero prefiere entregar los recursos a empresas que posea un colateral que garantice el préstamo, por esta razón no todas las PYMES son candidatas por los requisitos a cumplir (Pereira Álvarez, 2010). De todos los solicitantes de crédito, solo se otorgó al 20% el préstamo, lo que revela una alta inequidad de los intermediarios financieros al momento de distribuir los recursos (Pereira Álvarez, 2010). No solo el acceso a ellos es limitado, sino que también no se posee una tasa de crédito competitivo. La tasa de interés proporcionada por el sistema financiero ecuatoriano es alta comparando con otra economía dolarizada como lo es Panamá; en este país la tasa de interés anual es de 7.64% (Superintendencia de Bancos de Panamá, 2017) y en Ecuador es de 9,42% (Banco Central del Ecuador, 2017).

Teniendo una cultura de emprendimiento en el país, sin embargo, existe escasas de fuentes de financiamiento para PYMES como anteriormente se

mencionó. El 13% de los ecuatorianos emprendedores en PYMES cierran su negocio por dificultades de financiamiento (Flacso Ecuador-Mipro, 2013).

Al cierre del 2016, USD 25,000 millones es la inversión interna del país, la cual está compuesta de fondos privados; esta representa el 54% de su totalidad y el restante son de origen público (Banco Central del Ecuador, 2017).

Los tipos de inversión no son diversos en el mercado. En primer lugar, se tiene el clásico depósito bancario que es la principal opción para los pequeños y medianos inversionistas; siendo una alternativa sin requerimiento alguno, pero con una baja utilidad. Otra alternativa es el mercado de valores. Esta opción posee elevados costos de transacciones, esto se debe al gran número de participantes que intervienen en la operación. La información es un factor crucial; esta es poco amigable, insuficiente y desactualizada, generando impedimentos al acceder al mercado bursátil (Prado, 2015).

La innovación financiera en Ecuador se ubicaba entre los pioneros de Latinoamérica, contaba con software financieros de calidad, pero por motivos económicos y políticos se ha perdido esta ventaja competitiva. En la actualidad el sistema financiero busca implementar las tecnologías de desarrollo en el sector financiero para brindar un mejor servicio y reducir costos de transacción (Andrea Pinto, 2017).

Según el análisis sobre el cliente se descubrió que existen dificultades de financiamiento para las pequeñas y medias empresas. El sistema financiero es la principal fuente de financiamiento, pero esta no se otorga sin un colateral, que respalde el monto prestado y el tiempo de espera para obtener el mismo es ineficiente, cabe recalcar que no todas las PYMES cumplen con los requisitos ni tampoco cuentan con el tiempo necesario de espera.

EL 68% de los encuestados, afirmaron estar interesados en aceptar un socio capitalista medio para obtener nuevos fondos para financiar los proyectos de mejora de sus empresas. El 64% de los encuestados manifestó requerir entre USD 20.001 a 50.000 de financiamiento y están dispuesta a cancelar entre 1,5% a 2,5% del capital obtenido. Se destacó la importancia de un soporte legal, de tal forma que trasmita seguridad a las partes involucradas.

Según los resultados del estudio se puede observar la existencia de un mercado insatisfecho aproximadamente de 6'838.802 empresas, esto representa USD 396'160.000 en créditos no otorgados. BCI se enfocará en cubrir este mercado insatisfecho atrayendo inversiones para estas organizaciones

Según la información obtenida del análisis sobre el inversor, se descubrió que no cuenta con mucha experiencia en el campo de inversiones y por esta razón las principales opciones de inversión más comunes son pólizas a plazo fijo, negocios estables y bienes raíces, ya que, no existe el medio, ni la información para acceder a otras inversiones. El mercado bursátil se vuelve una alternativa poco atractiva por los elevados costos de transacción y es necesario contar con un monto significativo para que la inversión se vuelva rentable, cubriendo los gastos generados.

Por todo lo mencionado anteriormente, se puede determinar que existe una oportunidad de negocio, para la creación de una empresa de servicios de levantamiento de capital, ya que, cubrirá la necesidad encontrada por parte de las pequeñas y medianas empresas, que buscan una forma fácil, rápida y segura de financiar sus nuevos proyectos mediante el contacto con nuevos inversionistas que desean invertir en proyectos que les genere una rentabilidad.

5 PLAN DE MARKETING

5.1 Estrategia de marketing

La estrategia de enfoque es la mejor alternativa, al momento de introducir el servicio al mercado, debido a la limitación de productos sustitutos, de inversiones y financiamiento. Nos concentraremos en PYMES, que no cuenten con acceso a crédito bancario y tengan un proyecto en su organización. Contaremos con una plataforma de interacción financiera, principalmente donde los clientes e inversionistas tengan accesibilidad al servicio prestado. Se busca generar una comunidad de inversionistas y clientes. El servicio contará con todo el respaldo legal para brindar seguridad a los participantes (Porter, 2002).

5.1.1 Mercado Objetivo

Como anteriormente se mencionó, de todas las solicitudes de crédito, solo se otorgó al 20% el prestamos, lo que revela una alta inequidad de los intermediarios financieros (Pereira Álvarez, 2010).

El segmento de mercado se considerará a pequeña empresa, mediana empresa "A" y mediana empresa "B" de la ciudad de Quito, que no accedieron a crédito comercial, esto representa un total de 6'838.802 empresas aproximadamente insatisfechas. Se considera a las organizaciones del sector comercial, manufacturero y servicios.

Tabla No 5: Segmento de mercado

Tamaño de empresas con personal promedio 2015 Quito				
	Sectores Económicos Insatisfecho 2015			
	Industrias Manufactureras	Comercio	Servicios	Total
Pequeña empresa	404.923	1'461.254	1'231.512	3'097.690
Mediana empresa "A"	207.526	769.374	489.816	1'466.717
Mediana empresa "B"	331.092	1'196.329	746.973	2'274.394
Total	943.542	3'426.958	2'468.302	6'838.802

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos

El volumen de crédito no otorgados para pequeña y mediana empresa es de USD 396'160.000 en el sector manufacturero y comercio.

Tabla No 6: Total de Crédito Comercial en Quito

Total de Crédito Comercial en Quito			
	Sector		
Tamaño	Industria Manufacturera	Comercio al por menor y al por mayor	80% del Mercado Insatisfecho
Pequeña	\$1,060,000.00	\$1,230,000.00	\$9,160,000.00
Mediana	\$42,940,000.00	\$53,810,000.00	\$387,000,000.00
		Total	\$396,160,000.00

Tomado de: Asociación de Bancos del Ecuador

Se puede observar la existencia de un mercado insatisfecho aproximadamente de 6'838.802 empresas, esto representa USD 396'160.000 en créditos no otorgados. BCI se enfocará en cubrir este mercado insatisfecho atrayendo inversiones para estas organizaciones.

5.1.2 Propuesta de valor

Tabla No 7: Modelo Canvas

Business Model Canvas				
Relaciones Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relaciones con los clientes	Mercado Meta - Clientes
*Alianzas con incubadora de negocios *Alianzas con fondos de inversiones	*Atención al cliente *Resolución de problemas *Soporte legal *Valoración de proyecto	*Financiamiento alternativo *Plataforma de interacción financiera *Bajos costos de transacción *Estrategia de salida para inversionistas *Matriz de Evaluación de Proyecto *Asesoría legal	*Fidelización hacia el servicio y marca *Generar una relación con los clientes a mediano y largo plazo *Generar una comunidad para que los clientes se relacionen entre ellos	*Promotores de empresas que están en búsqueda de otra fuente de financiamiento para implementar un proyecto de mejora en la organización, ubicados en la ciudad de Quito.
	Recursos Clave		Canales de Distribución	
	*Plataforma de interacción financiera *Red de inversionistas *Perfiles profesionales		*Visitas comerciales *Plataforma de interacción financiera	
Estructura de Costos		Flujos de Ingresos		
*Pago de membresía IMPAQTO *Pago de Hosting *Pago de suscripción Microsoft Office *Diseño página web *Plataforma de interacción financiera		*Pago porcentual del capital obtenido		

5.2 Mezcla de Marketing

5.2.1 Servicio

Beta Capital & Investments, brinda el servicio de levantamiento de capital a empresas, que cuenten con un plan de inversión y crecimiento sostenible en los últimos 5 años, a través de un socio inversionista. El inversionista recibe participación de la empresa y asume el riesgo de la operación. Las

transacciones se realizarán a través de la plataforma de interacción financiera con respaldo legal para brindar la seguridad a los dos participantes.

5.2.1.1 Atributos servicio

- **Características**

El servicio de levantamiento de capital es una alternativa de financiamiento e inversión, brindando una tasa favorable para los dos participantes (empresa e inversionista).

- **Especificación**

Las empresas que desean obtener financiamiento a través de levantamiento de capital.

Deberán cumplir los siguientes requerimientos:

1. Registrarse en BCI
2. Contar con un plan de inversión
3. Completar el Resumen Ejecutivo de Empresa. Se anexa en el Anexo 3.

Los inversionistas que deseen invertir.

Poseen las siguientes características:

1. Son personas naturales, ejecutivos y empresas.
2. Se preocupan por el éxito de la empresa en la que invierten.
3. Buscan una pequeña participación accionaria.
4. 80% son emprendedores.
5. Invierten en promedio de USD 5000 a USD 25000.
6. Asumen altos riesgo de manera inteligente.
7. Están en constante búsqueda de oportunidades.

- **Ventajas del levantamiento de capital**

Para las empresas

1. Acceso a dinero inteligente: Las empresas adquieren un nuevo equipo de profesionales, que pueden adoptar en mejores prácticas, administración profesionalizada y valor agregado. Esto se debe a que nos inversionistas no solo les interesa los bienes monetarios, ellos también están comprometidos con la empresa.

2. Se abre al mercado y toma más valor. Si la organización adquiere apoyos de terceros, es porque realmente tiene potencial y esto es apreciado por los inversionistas.
3. Menor costo del capital y mayor oferta del capital.
4. Reducción de los costos de transacciones.
5. Mejor tiempo de respuesta.

Para los inversionistas

1. Mayor rentabilidad en invertir directamente en una empresa.
 2. Tener conocimiento donde se encuentra tu dinero.
 3. Tener un rápido crecimiento de tu valor neto de tu inversión.
 4. Incentivos del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones.
 5. Reducción de los costos de transacciones.
- Soporte y asistencia

El servicio se brinda en tres fases:

a. Análisis de la propuesta

1. Toda empresa registrada en BCI debe contar con un plan de inversión y llenar el resumen ejecutivo de empresa. El Resumen Ejecutivo de Empresa se anexa en el Anexo 3.
2. BCI realizara una auditoria interna de la empresa, estados financieros, contabilidad, situación legal, activos y pasivos. Los inversionistas necesitan conocer la situación general de la empresa.
3. Una vez elaborado el brochure se entregará a todos los inversionistas que han manifestado interés en la empresa, en la cual podrán encontrar toda la información determinante en la toma de decisión.

b. Proceso de inversión

1. BCI cuenta con una red de asesores que brindaran soporte a los inversionistas.
2. Los inversionistas, que se encuentran interesados en alguna propuesta de inversión, requerirán una reunión con nuestro equipo de soporte para brindar más información.

3. El proceso de colocación de capital se realizará a través de BCI
 4. Si un inversor decide colocar su capital en determinada empresa, se procederá en dos periodos, primero, en que los inversionistas hagan una oferta a empresa, y segundo, en que se acepten los términos anteriormente mencionados en el brochure. En los dos periodos se contará con el soporte de BCI.
 5. Si no se logra alcanzar el objetivo de inversión (mínimo 90% de capital solicitado) dentro del plazo determinado, los fondos son transferidos a los inversionistas, sin generar costo alguno.
- c. Seguimiento de la inversión
1. El promotor deberá brindar información sobre la marcha del proyecto, con el objetivo que los inversionistas puedan mantenerse adecuadamente informados.

5.2.1.2 Branding

Logo: El logo es imago tipo porque está compuesto de topografía y un símbolo



Figura No 1: Logo de la organización.

Nombre: Beta Capital & Investments

Slogan: ¡More than a partner!

Imagen corporativa: El nombre de la marca indicará el servicio brindado.

BCI transmite un estilo de comunicación simple y directo para satisfacer en su totalidad las necesidades de nuestros clientes.

5.2.2 Precio

5.2.2.1 Estrategia de precio

El precio del servicio será el 2% del capital levantado, este valor será cancelado por la empresa. Se utilizó la estrategia de fijación de precios de valor

para el cliente, se realizó un estudio cualitativo y cuantitativo del mercado para determinar la percepción de valor hecha por el cliente. En la encuesta y grupo focal se utilizaron bandas para la determinación del precio (Armstrong, 2013).

5.2.2.2 Costo de ventas

Los costos de ventas están determinados por el salario de los cofundadores y los gastos fijos incurridos mensualmente. El tiempo del servicio es de 27 H 45 M y tienen un costo laboral de USD 161.55, este valor se explicará con mayor claridad en los flujogramas de procesos.

Tabla No 8: Salarios mensual

Colaboradores	
Detalle	Salario
CEO	\$800.00
Jefe de Administración y Finanzas	\$700.00
Jefe de Riesgo	\$1,100.00
Jefe de Inversiones	\$700.00

Por la razón de encontrarse en la primera etapa de la organización se contará con 4 colaboradores.

Tabla No 9: Gastos Fijos Mensuales

Gastos Fijos Mensuales			
Detalles	Cantida d	Costo Unitario	Costo Total
PLAN Full IMPAQTO	1	\$550.00	\$550.00
Office 365 Empresa Premium	1	\$12.50	\$12.50
Office 365 Empresa Essentials	3	\$5.00	\$15.00
Total			\$577.50

La organización se ubicará en las instalaciones del edificio Impaqto, donde el plan mensual de alquiler incluye los servicios básicos como: electricidad, agua, internet y teléfono. Por esa razón no se incurren en estos gastos. Se incluye sala de conferencias en el PLAN FULL IMPAQTO.

El paquete Office 365 incluyen los programas de Microsoft Office y correos corporativos.

Tabla No 10: Suministro de Oficina

Suministro de Oficina			
Detalles	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Papel de Fotocopia 500h	24	\$4.75	\$114.00
Esfero Azul	24	\$0.49	\$11.76
Lápiz	24	\$0.35	\$8.40
Borrador	12	\$0.45	\$5.40
Apretapaple 12u	16	\$1.48	\$23.68
Caja de Grapas de 5000u	4	\$1.29	\$5.16
Clips 50 gramos	4	\$0.65	\$2.60
Sobres 10u	10	\$1.19	\$11.90
Papelería corporativa	1000	\$0.37	\$370.00
Botella de tinta	8	\$10.70	\$85.60
Engrapadora	4	\$5.99	\$23.96
Perforadora	2	\$8.99	\$17.98
Saca grapas	4	\$1.27	\$5.08
Sello Seco	4	\$10.00	\$40.00
Total			\$725.52

Anualmente se adquirirán USD 725.52 en suministros de oficinas, esto nos permitirá las operaciones de la organización.

Tabla No 11: Gastos Constitución

Gastos Constitución			
Detalles	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Constitución de empresa	1	\$1000.00	\$1000.00
Total			\$1000.00

El gasto de constitución de empresa cubre la inscripción de la empresa y gastos generado por abogado.

5.2.2.3 Estrategia de entrada

La estrategia de entrada optima es fijación de precios de descremado del mercado. Esto conlleva a brindarle al consumidor un beneficio real, diferente y una alternativa viable, por esta razón se estableció esta estrategia (Fernández, 2006). Se debe considerar que nuestra organización no tiene la capacidad de atender a todo el mercado, por esa razón se debe enfocar en un grupo pequeño del mercado donde aprecie el valor agregado del servicio (Armstrong,

2013). Se estableció el precio del servicio en 2.25% del capital levantado en el primer año.

5.2.2.4 Estrategia de ajuste

Se utilizará la estrategia de fijación psicológica de precios. Se determinará el precio más alto posible para transmitir calidad al mercado, ya que, el consumidor no podrá juzgar la calidad del servicio porque carece de información. Por esa razón se mantendrá el precio del servicio en 2.25% del capital levantado a partir del segundo año (Armstrong, 2013).

5.2.3 Plaza

5.2.3.1 Estrategia de distribución

El servicio llega directamente al consumidor final, se estableció este canal de distribución para establecer una relación con el cliente y brindarle asesoramiento. (Lambin, Galluci, & Sicurello, 2009).

5.2.3.2 Punto de venta

La organización contará con una oficina en el Edificio Impaqto, Av. República de El Salvador 406 y Calle Moscú, Quito 170505, para atender todas las inquietudes de las empresas e inversionistas. Se eligió esta ubicación, ya que, se encuentra en una de las zonas con mayor congruencia de gente y brinda un sinnúmero de beneficios. Las oficinas son amobladas, con sillas ergonómicas y mesas, incluye Internet, servicios de agua, luz, permisos municipales, gastos administrativos, además de limpieza semanal. Permite a tus colaboradores utilizar el espacio de coworking aparte de tu oficina privada, con acceso 24/7. Todo el coworking consta de un sistema de seguridad.

BCI contará con una plataforma de interacción financiera en la cual se postularán los proyectos de las empresas que deseen levantar capital. En esta plataforma, los inversionistas podrán realizar ofertas, contactar directamente a los oferentes, administrar sus inversiones y acceder en forma automática a toda la información de la empresa. Gracias a la plataforma se podrá reducir considerablemente los gastos operativos de BCI.

5.2.3.3 Estructura canal de distribución



Figura No 2: Estructura canal de distribución y tipo de canal

5.2.3.4 Tipo de canal

El canal de distribución será de canal 1, ya que, no se contará con intermediarios algunos, BCI ofrecerá su servicio directo al consumidor.

5.2.4 Promoción

5.2.4.1 Estrategia promocional

5.2.4.2 Publicidad

De acuerdo con las investigaciones de mercado, la publicidad se generará a través de Revista Líderes. Se eligió este medio de comunicación debido a la gran aceptación de los negocios, empresas y emprendimientos del Ecuador y está enfocado principalmente a nuestros futuros clientes. Debido al gran costo que representa los anuncios en este medio, se realizaran dos veces al año. Se analizará a profundidad el anuncio para aumentar al máximo el impacto publicitario y tener el mayor retorno posible. Se destinará USD 1,680 anuales para cubrir este rubro.

5.2.4.3 Promoción de ventas

Para aumentar el incentivo y hacer conocer el servicio, se participará en ferias de negocios y de empresas. Se asistirá a una feria por año. Se contará con un presupuesto anual de USD 1,200 para cubrir este rubro.

5.2.4.4 Marketing directo

- Se entregará tarjetas de presentación para ampliar la red de contactos.
- Se contará con papelería corporativa con el objetivo de transmitir seguridad y prestigio.
- Constante evaluación de la satisfacción de cliente para determinar la experiencia del cliente con nuestro servicio.

- Visibilidad en buscadores para la optimización de la plataforma de interacción financiera.
- Se contratará con el plan Malva Empresarial para el manejo de página web, branding, diseño, asesoría, redes sociales, publicidad y multimedia. Para el marketing directo se designará USD 1,023.88 anualmente.

5.2.4.5 Relaciones publicas

Se realizará alianzas estratégicas con Impaqto y Fiducia, esto nos permitirá tener acceso a cientos de promotores e inversionistas.

Para generar una base de datos de un colectivo de inversionistas, y brindar información del servicio, se procederá dando charlas y seminarios con pase libre.

Se destinará USD 300 para la implementación de relaciones públicas.

5.2.4.6 Fuerza de ventas

El equipo de ventas se va encargar de la asistencia al cliente e inversionista.

5.2.5 Acciones de la mezcla de marketing

Se incurren en USD 4,203.88 en costo para la implementación de estrategia de marketing en el primer año.

Tabla No 12: Presupuesto de promoción año 1

Presupuesto de Promoción año 1			
Detalle	Cantida	Costo Unitario	Costo Total
Tarjeta de presentación y papelería corporativa	4000	\$0.04	\$140.00
Visibilidad en buscadores	12	\$6.99	\$83.88
Seminarios	12	\$25.00	\$300.00
Plan Malva Empresarial	1	\$800.00	\$800.00
Ferías	1	\$1,200.00	\$1,200.00
Revista lideres 1/4 página determinada	2	\$840.00	\$1,680.00
Total			\$4,203.88

Malva es una empresa de marketing que se encargara de todos los procesos de marketing y publicidad.

Tabla No 13: Promoción Anuales

Costos Promoción Anuales					
	1	2	3	4	5
Gasto Publicidad	\$4,203.88	\$4,355.85	\$4,403.33	\$4,451.32	\$4,499.84

Los gastos publicidad anual se mantienen constante los 5 primeros años, la variación se debe a la inflación.

6 PROPUESTA ORGANIZACIONAL

6.1 Misión, visión y objetivos de la organización

6.1.1 Misión

Beta Capital & Investments somos una empresa de asesoramiento financiero que busca dinamizar el mercado de capitales brindando financiamiento alternativo a nuestros clientes, adecuado a sus necesidades que contribuyan al desarrollo tecnológico, económico y sustentable del país, principalmente enfocado en la ciudad de Quito. Facilitar el desarrollo de nuestros colaboradores y generar valor para nuestros accionistas.

6.1.2 Visión

Tabla No 14: Componentes de la Visión

Componentes	Descripción
¿Cómo será la empresa en unos años?	Posicionamiento de la marca a nivel nacional hasta el año 2023
¿Cómo será reconocida por los clientes?	Plataforma privada de interacción financiera
¿Qué ofrece a los clientes, proveedores y sociedad?	Alternativa de financiamiento e inversión
¿Hasta dónde quiere llegar la empresa?	Posicionar la marca y ser una alternativa del mercado de capitales
¿Cuáles son los valores y principios que rigen las operaciones de la empresa?	Preocupados por la economía y medio ambiente, implementando honestidad y transparencia en la organización

Posicionar la marca a nivel nacional hasta el año 2023, brindando una plataforma privada de interacción financiera, con alternativa de financiamiento e inversión, logrando ser una opción en el mercado de capitales. Preocupándose siempre por la economía y el medio ambiente, implementando honestidad y transparencia en la organización.

6.1.3 Objetivo general

Generar una plataforma de interacción financiera, que permita levantar capital, a empresas con potencial de crecimiento a través de una red de inversionistas.

6.1.3.1 Objetivos específicos y estratégicos de la empresa

Mediano plazo

- Formar un banco de información de 1,000 inversionistas dentro de 3 meses mediante conferencias.
- Trimestralmente, aumentar 5% la participación de mediante marketing y publicidad dentro de 6 meses en la ciudad de Quito.
- Lanzar la plataforma de interacción financiera beta dentro de 3 meses.
- Generar USD 14,252.11 de utilidad neta dentro de 2 año.
- Lanzar la plataforma de interacción financiera oficial dentro de 1 años.

Largo plazo

- Aumentar las ventas en un 15% anual en el quinto año.
- Anadir un servicio al portafolio de servicios de la organización a través de la plataforma de interacción financiera dentro de 6 años.
- Incrementar la cobertura del servicio a nivel nacional, dentro de 6 años.
- Mantener el portafolio de clientes en un 25%
- Reducir los tiempos de respuesta a los clientes en el acceso al servicio.

6.2 Plan de operaciones

El servicio cuenta con tres procesos: análisis de propuestas, proceso de inversión, y seguimiento de la inversión. Para el cumplimiento del servicio se requieren apoyo mutuo entre los procesos.

6.2.1 Ciclo de operaciones

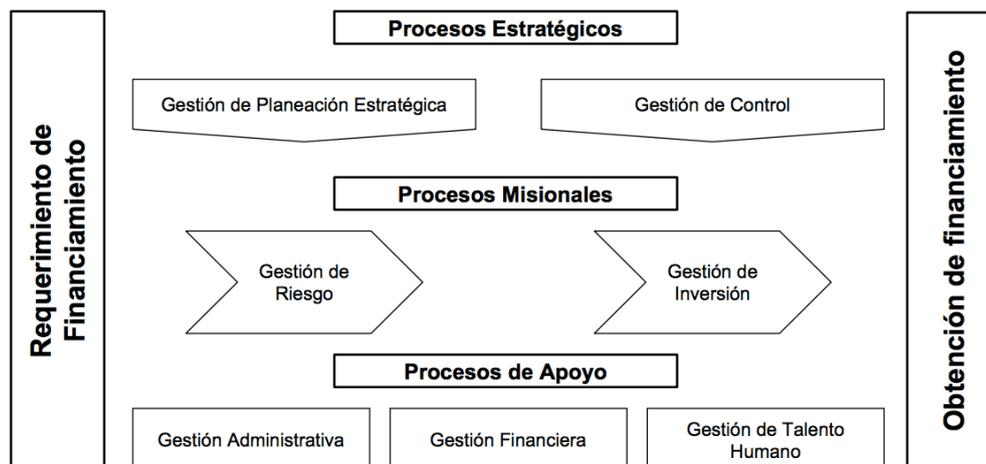


Figura No 3: Mapa de procesos

6.2.2 Flujograma de proceso

- Análisis de propuesta

El flujograma del análisis de propuesta se encuentra en el anexo 4.

Tabla No 15: Actividades de análisis de propuesta

Análisis de propuesta				
Actividades	Responsable	Infraestructura	Tiempo	Costo
Recibir documentación	Jefe de Administración	Recepción y computadora	15 M	\$1.10
Auditoria interna	Jefe de Riesgo	Oficina y computadora	16 H	\$110.08
Generar propuesta	Jefe de Inversiones	Oficina y computadora	4 H	\$17.52
Brochure	Jefe de Administración	Impresora	2 H	\$8.76
Total			22 H 15 M	\$137.46

- Proceso de inversión

El flujograma del proceso de inversión se encuentra en el anexo 5.

Tabla No 16: Actividades de proceso de inversión

Proceso de inversión				
Actividades	Responsable	Infraestructura	Tiempo	Costo
Contactar Inversor	Jefe de Inversiones	Oficina y computadora	2 H	\$8.76
Notificar al cliente	Jefe de Inversiones	Oficina y computadora	30 M	\$2.19
Notificar al inversor	Jefe de Inversiones	Oficina y computadora	30 M	\$2.19
Reunión con participantes	Jefe de Inversiones	Sala de conferencia	1 H	\$4.38
Total			4 H	\$17.52

- Seguimiento de la inversión

El flujograma de seguimiento de la inversión se encuentra en el anexo 6.

Tabla No 17: Actividades de seguimiento de la inversión

Seguimiento de la inversión				
Actividades	Responsable	Infraestructura	Tiempo	Costo
Analizar y notificar	Jefe de Inversiones	Oficina y computadora	45 M	\$3.29
Analizar y notificar informe	Jefe de Inversiones	Oficina y computadora	45 M	\$3.29
Total			1 H 30 M	\$6.57

6.2.3 Cadena de valor

Tabla No 18: Equipo de Computación

ACTIVIDADES DE APOYO	Infraestructura de la empresa: asesoría legal, planificación, contabilidad y finanzas					M a r g e n	
	Gestión de recursos humanos: reclutamiento y selección de personal, capacitación, motivación y compensación.						
	Desarrollo de tecnología: diseño y gestión de la plataforma de interacción financiera, diseños de servicio e investigación de						
	Compras y abastecimiento: adquisición de suministros de oficina, espacios publicitarios						
	Logística de entrada: recepción de plan de inversión, recepción de resumen ejecutivo de empresa y almacenamiento de información.	Procesos: análisis de perfil empresarial, análisis de riesgo, generar propuesta de inversión, análisis de potenciales inversionistas	Logística de salida: generación de documentos, firma de documentos, transferencia de fondos.	Marketing y ventas: proceso de ventas y relaciones publicas	Postventa: seguimiento de la inversión.		
ACTIVIDADES PRIMARIAS							

6.2.4 Requerimiento de equipos y herramientas

Tabla No 19: Equipo de Computación

Equipo de Computación			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
MacBook Air 13" 128gb	4	\$1,656.25	\$6,625.00
Apple Multipuerto de USB-C HDMI	3	\$107.79	\$323.37
Total			\$6,948.37
Incremento Equipo de Computación año 2			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
MacBook Air 13" 128gb	3	\$1,674.30	\$5,022.91
Total			\$5,022.91

Las computadoras se consideran la inversión más fuerte que afrontara BCI. En el primer año se comprarán 4 MacBook Air. Posteriormente con la integración de tres nuevos colaboradores más en el segundo año, se comprarán 3 MacBook Air más.

Tabla No 20: Equipo de Oficina

Equipo de Oficina			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Proyector Epson Vs240 HDMI 3200 Lúmenes	1	\$9.99	\$9.99
Impresora Epson L375	1	\$388.99	\$388.99
Total			\$398.98

Se adquirirá un proyector portátil e impresora para el uso en la organización.

Tabla No 21: Activo Intangible

Activo Intangible			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Beta Plataforma de Interacción Financiera	1	\$500.00	\$500.00
Total			\$500.00

La plataforma beta es de prueba, donde se irán corrigiendo errores y se realizara mejoras. A comienzo del segundo año se realizará el lanzamiento oficial de la plataforma de interacción financiera.

Tabla No 22: Incremento de Activo Intangible año 2

Incrementos de Activo Intangible año 2			
Detalle	Cantidad	0	0
Plataforma de interacción financiera	1	\$1,656.25	\$1,656.25
Total			\$1,656.25

La reinversión para el perfeccionamiento de la plataforma en el año 2 es de USD 1,656.25.

6.3 Estructura organizacional

La organización utilizara el tipo de estructura funcional, es simple y menos costosa. Es un diseño que agrupa las personas en base a las tareas y las actividades por función de la organización. Este tipo de estructura organizacional promueve la especialización de las tareas y la rápida toma de decisión (David, 2008)

También se comprobó a la competencia directa, ellos poseen una estructura funcional, permitiendo la centralización de funciones y enfocándose en los proyectos de manera individual. Se estudió Proventus, AAA-Negocios y Buentrip.

6.3.1 Organigrama estructural

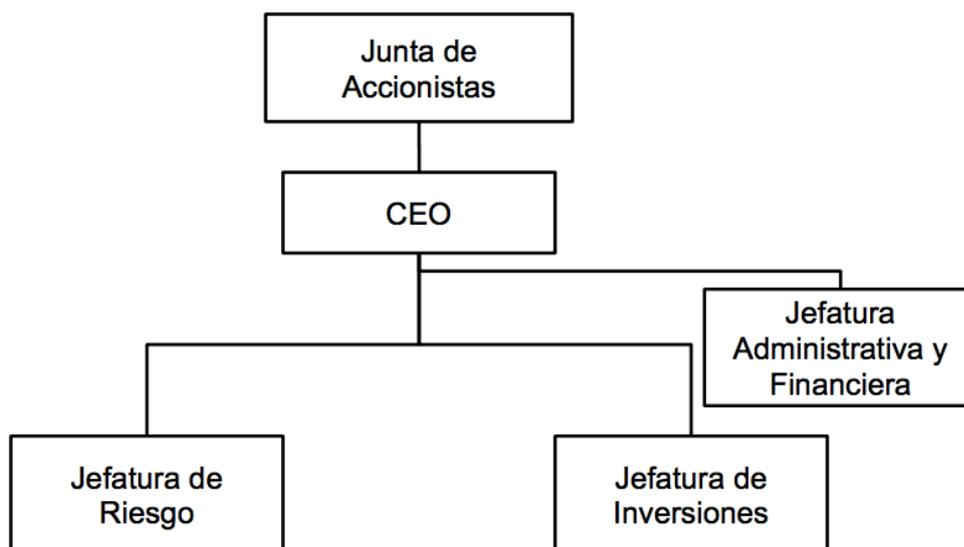


Figura No 4: Estructura organizacional

6.3.2 Presupuesto sueldos y salarios

Tabla No 23: Presupuesto de sueldos y salarios

Colaboradores	
Detalle	Salario
CEO	\$800.00
Jefe de Administración y Finanzas	\$700.00
Jefe de Riesgo	\$1,100.00
Jefe de Inversiones	\$700.00
Total	\$3,300.00
Asistente de Administración y Finanzas	\$550.00
Asistente de Riesgo	\$550.00
Asistente de Inversiones	\$550.00
Total	\$1,650.00

La organización en el primer año contara con apenas 4 colaboradores, que se encargaran de establecer los procesos y las bases de la organización. Cabe recalcar que la organización en sus primeras no tendrá mucha demanda, por esa razón lo colaboradores también participaran en seminarios de pase libre.

A partir del segundo año se contará con 3 asistentes para cada jefe, con el objetivo de abarcar más mercado.

6.3.3 Descripción de funciones y puesto de trabajos

Tabla No 24: Descripción de funciones y puesto de trabajos

Cargo	Profesión	Funciones
Encargado del área de finanzas	Graduado de Ingeniería Comercial Mención Finanzas, con 5 año de experiencia en análisis de riesgo	Se encarga de la administración y control de los recursos financieros que utiliza la empresa
Encargado del área de mercadeo y ventas	Graduado de Ingeniero en Marketing o Finanzas, con 5 años de experiencia en ventas de productos financieros.	Establecer relaciones con diferentes niveles organizativos, proporcionar un desarrollo de nuevos servicios y desarrollo negociaciones aprovechando las oportunidades
Encargado del área de talento humano	Graduado de Abogado, con 5 años experiencia en derecho comercial y productos financieros.	Reclutamiento, formación y desarrollo profesional. También se encargará del aspecto legal de la organización.

6.3.4 Marco legal

La organización se construirá como una compañía de responsabilidad limitada. Los socios responden únicamente por el monto de su participación y la transferencia de participación debe ser aprobada por todos los socios. Los requisitos están en el Anexo 7.

7 ANÁLISIS FINANCIERO

7.1 Proyección financiera

7.1.1 Fuente de ingreso

Tabla No 25: Supuestos

Total de Crédito por Segmentos Comercial para Pequeña y Mediana Empresa 2017		
Industria Manufacturera	\$44,000,000.00	2.30%
Comercio al por menor y al por mayor	\$55,040,000.00	2.88%
Total de Crédito Nacional	\$1,910,640,000.00	
Supuestos		
Crédito no otorgado	80%	
Mercado insatisfecho	\$ 396,160,000.00	
Mercado total (satisfecho e insatisfecho)	\$ 495,200,000.00	
Precio de venta (porcentaje de capital levantado)	2.25%	

Para determinar el mercado total se evaluó el volumen de crédito comercial para pequeñas y mediana empresa. Para noviembre del 2017, se ha entregado en crédito USD 44'000,000 para el sector manufacturero y USD 55'040,000 para el sector comercial.

Como anteriormente se ha explicado que el 80% de las solicitudes de créditos son rechazadas por no cumplir los parámetros de los bancos. Por esa razón se puede entender que el valor entregado en noviembre del 2017 solo representa el 20% del mercado. Por esa razón existe un mercado insatisfecho de USD 396'160,000. BCI busca satisfacer esta demanda. Siguiendo las estrategias de precio de entrada y de ajuste se estableció el precio en 2.25% del capital levantado.

Tabla No 26: Ventas Mensuales de los principales meses

Ventas Mensual					
	Enero	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre
Participación del Mercado	0.02%	0.03%	0.06%	0.06%	0.08%
Número de clientes de USD 40,000.00	2	4	7	8	10
Monto levantado	\$80,000.00	\$160,000.00	\$280,000.00	\$320,000.00	\$400,000.00
Pronostico de ventas	\$1,800.00	\$3,600.00	\$6,300.00	\$7,200.00	\$9,000.00

Por impedimentos de la presentación solo presentaremos 5 meses del año. En base al estudio cualitativo y cuantitativo se determinó que en promedio una organización (cliente) necesita USD 40,000 de inversión. El primer año se pronostica levantar capital alrededor de dos a diez clientes mensual progresivamente.

Tabla No 27: Ventas Anuales

Ventas Anuales					
	1	2	3	4	5
Crecimiento anual		51%	31%	10%	10%
Número de clientes de USD 40,000.00	80	121	159	175	193
Participación del Mercado	0.65%	0.93%	1.22%	1.34%	1.48%
Monto levantado	\$3,200,000.00	\$4,840,000.00	\$6,360,000.00	\$7,000,000.00	\$7,720,000.00
Pronostico de ventas	\$72,000.00	\$108,900.00	\$143,100.00	\$157,500.00	\$173,700.00

Se realizó un pronóstico de ventas para los 5 primeros años, se puede observar que la participación del mercado en el primer año es de 0.65% y 1.48% en el año quinto, esta variación se debe al crecimiento de las ventas. Se consideró el ciclo de vida de la organización para determinar el crecimiento anual, se selección el tipo de empresa de servicio. En el segundo año se tendrá un crecimiento del 51% de las ventas, esto se debe a que la organización está

en la etapa de crecimiento, en esta etapa se aumentan considerablemente las ventas de la empresa. En los años posteriores la organización se adentrará en la etapa de madurez, por esa razón el crecimiento de las ventas va decreciendo paulatinamente. El margen de ganancia de las ventas es aproximadamente del 43% del costo de venta.

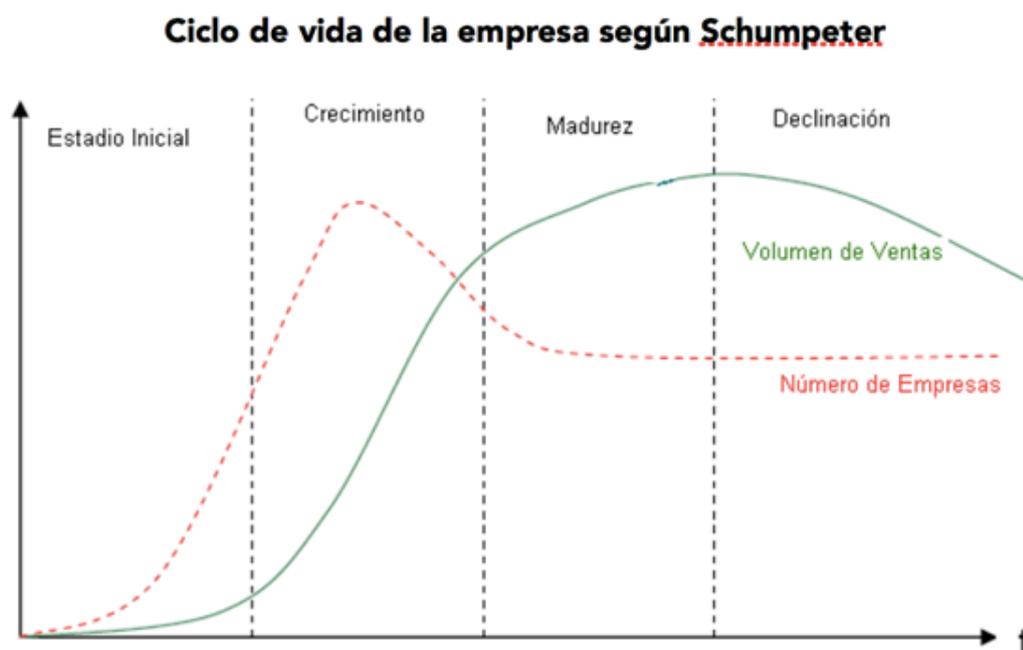


Figura No 5: Ciclo de Vida de la Empresa

Tabla No 28: Estado de resultados anual

Estado de Resultados						
Año	1	Porcentaje	2	3	4	5
Ventas	\$ 72,000.00	100.00%	\$108,900.00	\$143,100.00	\$ 157,500.00	\$ 173,700.00
Costos	\$ 50,519.40	70.17%	\$ 77,628.85	\$ 82,190.21	\$ 84,788.42	\$ 86,873.37
Utilidad Bruta	\$ 21,480.60	29.83%	\$ 31,271.15	\$ 60,909.79	\$ 72,711.58	\$ 86,826.63
Gastos Fijos	\$ 8,655.52	12.02%	\$ 14,592.87	\$ 14,751.93	\$ 14,912.73	\$ 15,075.27
Gasto Beneficios Social	\$ 6,108.00	8.48%	\$ 6,425.64	\$ 6,743.28	\$ 7,060.92	\$ 7,378.56
Gasto Aporte Patronal	\$ 8,553.60	11.88%	\$ 8,927.53	\$ 9,301.46	\$ 9,675.38	\$ 10,049.31
Gasto Publicidad	\$ 4,203.88	5.84%	\$ 4,355.85	\$ 4,403.33	\$ 4,451.32	\$ 4,499.84
Depreciación	\$ 2,576.69	3.58%	\$ 4,803.08	\$ 4,803.08	\$ 4,712.97	\$ 4,712.97
Utilidad antes de interés e impuesto	\$ (8,617.09)	-11.97%	\$ (7,833.80)	\$ 20,906.73	\$ 31,898.26	\$ 45,110.68
Utilidad antes de impuestos	\$ (8,617.09)	-11.97%	\$ (7,833.80)	\$ 20,906.73	\$ 31,898.26	\$ 45,110.68
Participación trabajadores	\$ -	0.00%	\$ -	\$ 3,136.01	\$ 4,784.74	\$ 6,766.60
Reserva Legal 10%	\$ -	0.00%	\$ -	\$ 1,777.07	\$ 2,711.35	\$ 3,834.41
Impuestos 22%	\$ -	0.00%	\$ -	\$ 3,518.60	\$ 5,368.48	\$ 7,592.13
Utilidad Neta	\$ (8,617.09)	-11.97%	\$ (7,833.80)	\$ 14,252.11	\$ 21,745.04	\$ 30,751.95

- Al ser un servicio, los costos son sueldos de todos los colaboradores en la organización, siendo este el principal rubro a cubrir.

- Los gastos fijos son los gastos de arriendo en IMPAQTO, este valor incluye servicios básicos, en el capítulo 5 se puede observar de manera más detallada. Los gastos fijos representan al rededor del 12.02% de las ventas, seguidas del gasto aporte patronal que representan 11.88% de las ventas.
- El segundo año se integran 3 colaboradores más, por esa razón es la variación considerable de los costos y gastos en el segundo año.
- Los dos primeros año se obtuvo perdida, pero a partir del tercer año se puede observar utilidad.
- La variación anual de los costos y gastos se debe a la inflación anual (1.09%) y variación del sueldo básico anual (2.46%).

7.1.2 Balance General

Tabla No 29: Balance General

Balance General						
	0	1	2	3	4	5
Activo	\$ 24,000.00	\$ 18,131.71	\$ 7,812.47	\$ 24,668.30	\$ 49,951.33	\$ 85,364.33
Activo Corriente	\$ 15,612.64	\$ 5,641.88	\$ 125.72	\$ 21,784.62	\$ 44,602.56	\$ 84,728.53
Efectivo	\$ 15,612.64	\$ 5,641.88	\$ 125.72	\$ 21,784.62	\$ 44,602.56	\$ 84,728.53
Cuentas por Cobrar						
Activo No Corriente	\$ 8,387.36	\$ 12,489.83	\$ 7,686.75	\$ 2,883.68	\$ 5,348.77	\$ 635.80
Equipo de Computación	\$ 6,948.37	\$ 11,971.28	\$ 11,971.28	\$ 11,971.28	\$ 19,149.35	\$ 19,149.35
Equipo de Oficina	\$ 938.99	\$ 938.99	\$ 938.99	\$ 938.99	\$ 938.99	\$ 938.99
Activo Intangible	\$ 500.00	\$ 2,156.25	\$ 2,156.25	\$ 2,156.25	\$ 2,156.25	\$ 2,156.25
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 2,576.69	\$ 7,379.76	\$ 12,182.84	\$ 16,895.81	\$ 21,608.79
Pasivo	\$ -	\$ 2,748.80	\$ 263.37	\$ 1,090.01	\$ 1,916.65	\$ 2,743.28
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 2,748.80	\$ 263.37	\$ 1,090.01	\$ 1,916.65	\$ 2,743.28
Cuentas por Pagar Empleados Ac	\$ -	\$ 2,036.00	\$ (823.36)	\$ 3.28	\$ 829.92	\$ 1,656.56
Cuentas por Pagar IESS		\$ 712.80	\$ 1,086.73	\$ 1,086.73	\$ 1,086.73	\$ 1,086.73
Patrimonio	\$ 24,000.00	\$ 15,382.91	\$ 7,549.11	\$ 23,578.29	\$ 48,034.69	\$ 82,621.04
Capital Social	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00
Utilidad o Perdida Acumulable		\$ (8,617.09)	\$ (16,450.89)	\$ (2,198.78)	\$ 19,546.26	\$ 50,298.21
Reserva Legal 10% Acumulable		\$ -	\$ -	\$ 1,777.07	\$ 4,488.42	\$ 8,322.83
Comprobación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

- Al ser una organización de servicio, solo se cuenta con efectivo en el activo corriente. No se posee cuentas por cobrar, ya que, todo el servicio brindado se cobra en el instante de culminar el servicio prestado permitiéndonos tener una buena liquidez.
- Los activos no corrientes son equipos de computación, equipos de oficina y activos intangibles. Estos nos permiten las operaciones de la

organización. En el capítulo 6 se puede observar con mayor claridad cada rubro.

- Para la integración de los 3 colaboradores más, se deben adquirir nuevos equipos de computación, por esta razón es el incremento en el activo no corriente.
- La organización contara con cuentas por pagar relacionadas a los beneficios de nuestros colaboradores, estas cuentas se ubicarán en el pasivo corriente.

7.1.3 Flujo de Efectivo

Tabla No 30: Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
Actividades de operación	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta	\$ -	\$ -8,617.09	\$ -7,833.80	\$ 14,252.11	\$ 21,745.04	\$ 30,751.95
Depreciación	\$ -	\$ 2,576.69	\$ 4,803.08	\$ 4,803.08	\$ 4,712.97	\$ 4,712.97
Incremento cuentas por pagar	\$ -	\$ 2,748.80	\$ -2,485.43	\$ 826.64	\$ 826.64	\$ 826.64
Incremento cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Incremento Inventarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Incremento otros Activos Corrientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Reserva Legal 10%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,777.07	\$ 2,711.35	\$ 3,834.41
Total actividades de operación	\$ -	\$ -3,291.60	\$ -5,516.16	\$ 21,658.90	\$ 29,996.01	\$ 40,125.97
Actividades de Inversión						
Adquisición de activos	\$ 8,387.36	\$ 6,679.16	\$ -	\$ -	\$ 7,178.07	\$ -
Otros activos						
Total activos de inversión	\$ 8,387.36	\$ 6,679.16	\$ -	\$ -	\$ 7,178.07	\$ -
Activos Financiamiento	\$ 24,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital Inicial	\$ 24,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Efectivo Inicial	\$ -	\$ 15,612.64	\$ 5,641.88	\$ 125.72	\$ 21,784.62	\$ 44,602.56
Variación flujo efectivo	\$ 15,612.64	\$ -9,970.76	\$ -5,516.16	\$ 21,658.90	\$ 22,817.94	\$ 40,125.97
Flujo final	\$ 15,612.64	\$ 5,641.88	\$ 125.72	\$ 21,784.62	\$ 44,602.56	\$ 84,728.53

- La inversión en el año 0 y año 1 es donde se destinan alrededor de USD 10,000. Esto se debe a la adquisición de equipo de computación. En el año 4 se vuelven adquirir equipos de computación, esto se debe que se renuevan los equipos adquiridos en el año 0.
- El excedente de efectivo logra cubrir las pérdidas operativas del año 1 y año 2.
- En el año 2 el efectivo llega a los niveles más críticos y bajos. Solo se cuenta con USD 125.72 de efectivo en la organización. Estos niveles bajos se deben a las perdidas incurridas en el año 1 y año 2.
- No se necesita realizar ninguna reinversión, ya que, jamás tenemos efectivo negativo.

- A partir del tercer año se puede observar excedentes de efectivo, esto se debe a las utilidades operativas de la organización.

7.1.4 Estado de Flujo de Caja del Proyecto

Tabla No 31: Estado de flujo de caja del proyecto

Estado de Flujo de Caja						
	0	1	2	3	4	5
I. Flujo de Efectivo Operativo						
Utilidad Antes de Impuesto e Interese	\$ -	\$ (8,617.09)	\$ (7,833.80)	\$ 20,906.73	\$ 31,898.26	\$ 45,110.68
(-)Impuesto y Participacion	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,431.68	\$ 12,864.57	\$ 18,193.14
= NOPAT (UONDI)	\$ -	\$ (8,617.09)	\$ (7,833.80)	\$ 12,475.04	\$ 19,033.69	\$ 26,917.54
(+)Gasto Depreciación y amortización	\$ -	\$ 2,576.69	\$ 4,803.08	\$ 4,803.08	\$ 4,712.97	\$ 4,712.97
FEO NETO	\$ -	\$ (6,040.40)	\$ (3,030.73)	\$ 17,278.12	\$ 23,746.67	\$ 31,630.52
II. Variación Capital de Trabajo						
Inv. Inicial Capital de trabajo	\$ -					
Variación de Capital de Trabajo	\$ -	\$ 2,748.80	\$ (2,485.43)	\$ 826.64	\$ 826.64	\$ 826.64
CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ -	\$ 2,748.80	\$ (2,485.43)	\$ 826.64	\$ 826.64	\$ 826.64
III. Gastos de Capital						
Inversión Inicial	\$ (8,387.36)					
Variación Gastos de Capital		\$ (6,679.16)	\$ -	\$ -	\$ (7,178.07)	\$ -
GASTOS DE CAPITAL NETO	\$ (8,387.36)	\$ (6,679.16)	\$ -	\$ -	\$ (7,178.07)	\$ -
FLUJO DE EFECTIVO LIBRE NETO	\$ (8,387.36)	\$ (9,970.76)	\$ (5,516.16)	\$ 18,104.76	\$ 17,395.24	\$ 32,457.15

La organización solo contara con flujo de caja del proyecto, ya que, no posee deuda a largo plazo. La estructura de capital es 100% aporte de accionistas.

7.2 Inversión inicial

La inversión total es USD 8,387.36, esto incluye los equipos de computación, equipos de oficina e intangibles.

El capital inicial es de fuentes propias, se contará con 4 accionistas con igual participación. La organización no tendrá deuda a largo plazo.

Tabla No 32: Inversión inicial

Inversiones PPE	\$7,887.36
Inversiones Intangibles	\$500.00
Total Inversión Inicial	\$8,387.36

El capital inicial es de USD 24,000. El capital de trabajo se calcula en base a la suma de la inversión inicial de USD 8,387.36 y el capital de trabajo inicial de USD 15,612.64.

Tabla No 33: Inversión Inicial

Aportación Capital Social Inicial		
Detalle	Monto	Participación
Ronny Benalcazar	\$6,000.00	25.00%
Andy Tabares	\$6,000.00	25.00%
Jorge López	\$6,000.00	25.00%
Carlos Guerrero	\$6,000.00	25.00%
Total	\$24,000.00	100.00%

La inversión 100% de capital propio por la dificultad de adquirir un crédito en el mercado de deuda.

7.2.1 Capital de trabajo

Tabla No 34: Capital de Trabajo

	0	1	2	3	4	5
Capex	\$ 8,387.36	\$ 6,679.16	\$ -	\$ -	\$ 7,178.07	\$ -
Capital de trabajo	\$ 15,612.64	\$ -2,748.80	\$ -263.37	\$ -1,090.01	\$ -1,916.65	\$ -2,743.28
Cambio capital de trabajo	\$ -	\$ -18,361.44	\$ 2,485.43	\$ -826.64	\$ -826.64	\$ -826.64

El capital de trabajo se calcula en base a la resta de activo corriente menos pasivo corriente menos efectivo, dando como resultado USD 15,612.64. Puede parecer un capital de trabajo excesivo, pero se debe contar con bastante efectivo para cubrir las pérdidas y los costos. Se puede observar que existe capital de trabajo negativo a partir del año 0, esto se debe por que la organización no posee activos corrientes excepto efectivo y si posee obligaciones con el IESS, pero la organización si puede cubrir sus obligaciones a corto plazo.

7.3 Estado y evaluación financiera del proyecto

7.3.1 VAN, TIR, IR, Periodo de recuperación

Tabla No 35: VAN, TIR, IR y Periodo de recuperación

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO		
VAN	\$9,386.31	
IR	2.12	
TIR	37.22%	
Periodo de recuperación	4.33	Años

Se puede observar que el proyecto es viable financieramente, ya que, posee un VAN positivo y un TIR de 37.22%. La inversión se recupera en 4.33 años.

7.3.2 CAPM y WACC

Tabla No 36: Supuestos y tasas de descuento

SUPUESTOS	
Tasa libre de riesgo	1.79%
Rendimiento del Mercado	12.72%
Beta	0.65
Beta Apalancada	0.43
Riesgo País	14.94%
Tasa de Impuestos	22.00%
Participación Trabajadores	15%
Escudo Fiscal	33.70%
Razón Deuda/Capital	-
Costo Deuda Actual	0.00%
TASAS DE DESCUENTO	
WACC	22.21%
CAPM	22.21%

Se tomaron supuestos relacionados con la industria para el cálculo del CAPM Y WACC. Se puede observar que el CAPM y WACC poseen la misma tasa de descuento, esto se debe a no poseer deuda en la organización.

7.4 Índices Financieros

Tabla No 37: Indicadores técnicos

Factor	Indicador Técnicos	1	2	3	4	5	Industria
Liquidez	Liquidez Corriente	9.38	4.28	2.30	1.71	1.58	0.98
Solvencia	Endeudamiento del Activo	0.06	0.11	0.17	0.22	0.26	1.05
	Endeudamiento Patrimonial	0.07	0.13	0.21	0.29	0.35	18.39
	Endeudamiento del Activo Fijo	2.25	1.71	1.38	1.26	1.26	0.78
	Apalancamiento	1.07	1.13	1.21	1.29	1.35	19.39
Gestión	Rotación de Activos Fijos	5.76	14.17	49.62	29.45	273.20	10.85
	Impacto Gastos Administración y Ventas	0.91	0.85	0.69	0.64	0.60	0.96
Rentabilidad	Rentabilidad Neta del Activo	-0.48	-1.00	0.58	0.44	0.36	0.01
	Margen Operacional	-0.12	-0.07	0.15	0.20	0.26	0.27
	Rentabilidad Neta de Ventas	-0.12	-0.07	0.10	0.14	0.18	0.00
	Rentabilidad Operacional del Patrimonio	-0.56	-1.04	0.89	0.66	0.55	3.78

Para determinar los indicadores de la industria se tomaron en cuenta los estados financieros de los principales competidores (Proventus, Aaa-Negocio y

Buentrip). También estas organizaciones brindan otros servicios, no existió la posibilidad de seleccionar únicamente el servicio de levantamiento de capital, ya que, si se tomaba un porcentaje de la organización igual se obtendrá el mismo indicador.

El factor de liquidez determina la capacidad para cubrir las obligaciones a corto plazo (Instituto Nacional De Contadores Públicos de Colombia, 2015). El indicador de liquidez corriente es positivo, ya que, en los primeros años la organización tiene capacidad de 9 veces para cubrir sus pasivos y se encuentra por encima de la industria.

El factor de solvencia determina la capacidad de cubrir las obligaciones a largo plazo (Instituto Nacional De Contadores Públicos de Colombia, 2015). Los indicadores de endeudamiento y apalancamiento se encuentran por debajo de la industria, esto se debe a que la organización no posee financiamiento. La organización es bien solvente.

El factor de gestión determina la productividad con la cual se administran los recursos (Instituto Nacional De Contadores Públicos de Colombia, 2015). En el primer año la rotación de activo fijo es la mitad de la industria, esto se debe a la falta de ventas netas en este periodo. En los posteriores años aumenta considerablemente. El impacto gastos administración y ventas es semejante a la industria, esto se debe al gran número de colaboradores en la organización. El aumento de la eficiencia administrativa incrementa favorablemente este indicador.

El factor de rentabilidad refleja los logros conseguidos en la organización (Instituto Nacional De Contadores Públicos de Colombia, 2015). Los indicadores de rentabilidad reflejan pérdidas en los primeros años debido a los bajos ingresos de la organización, posteriormente se puede observar rentabilidad positiva y es semejante a la industria. Se observa que, al mejorar las ventas, se mejora la rentabilidad de la organización.

7.5 Conclusiones del Análisis Financiero

- Los dos primeros años existen pérdidas, esto se debe al bajo volumen de ventas, pero en los años siguientes se consiguen utilidades.

- Las ventas crecen progresivamente con el ciclo de vida de la organización.
- Los costos y gastos crecen por la implementación de nuevo personal, Inflación anual y variación anual del salario básico.
- El volumen de efectivo nunca se vuelve negativo, pero si llega a niveles críticos, esto se debe a las pérdidas ocasionadas.
- El proyecto es viable por la existencia de un VAN y TIR positivo.
- Los índices financieros muestran que la organización se encuentra semejante al mercado.

8 CONCLUSIONES GENERALES

- En el entorno externo se puede observar factores determinantes tales como las regulaciones al mercado de deuda, alta inversión privada, inequidad crediticia y baja innovación. En base al análisis del entorno externo se determina una oportunidad de negocio.
- En el mercado existe competencia indirecta que brinda un servicio sustituto, pero igual sigue existiendo mercado insatisfecho. Por esa razón el poder de negociación del cliente es bajo y solo se inclinan por el tradicional crédito bancario debido a los escasos de alternativas de financiamiento.
- En base al análisis cualitativo y cuantitativo se determinó que las empresas tienen escasos de financiamiento por lo desean incursionar en un financiamiento más dinámico e inteligente, donde los inversionistas aporten no solo su capital sino valor agregado a la organización.
- El respaldo legal y confianza son el pilar fundamental del servicio, para brindar seguridad y confianza de la transparencia y seriedad que tienen a ambas partes.
- Para la inclusión del servicio en el mercado se contará con asesoría de la empresa Malva la cual brindaría sus servicios de marketing para el mayor retorno de la inversión. Además, se determinó que la base de datos es una barrera de entrada por lo cual se brindara conferencias de pase libre para capacitación y conocimiento del servicio de tal forma que se genera una base de datos de posibles clientes.
- La organización contará con un único servicio de levantamiento de capital el cual se logrará mediante tres procesos: análisis, inversión y seguimiento. La trinidad maximizará la eficiencia y control del servicio. La organización se caracteriza por ser funcional.
- La organización para alcanzar los objetivos a mediano y largo plazo contará con 3 nuevos colaboradores que serán los asistentes de los jefes y la inversión necesaria para la adquisición de equipos y nueva plataforma web.

- El proyecto es rentable económicamente, presentando una VAN de USD 9,386.31 y TIR 37.22%. La inversión inicial de USD 24,000.00 se recupera en el transcurso de 4.33 años. Al ser una organización netamente de servicio sus responsabilidades administrativas son fuertes.

REFERENCIAS

- Andrea Pinto. (06 de Marzo de 2017). *Vamos a relanzar la innovación financiera en Ecuador*. Quito. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/andrea-pinto-relanzar-innovacion-financiera.html>
- Armstrong, P. K. (2013). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Asociación de Bancos Privados del Ecuador. (Marzo de 2017). Obtenido de Asociación de Bancos Privados del Ecuador.: <http://www.asobanca.org.ec/publicaciones/bolet%3%ADn-macroecon%3%B3mico/bolet%3%ADn-macroecon%3%B3mico-febrero-2017>
- Asociación de Bancos Privados del Ecuador. (03 de Noviembre de 2017). Obtenido de <https://datalab.asobanca.org.ec/datalab/resources/site/index.html?QlikTicket=WTc3X3w--An6sgDr>
- Banco Central del Ecuador. (21 de Mayo de 2015). Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/802-el-banco-central-del-ecuador-pone-a-disposici%3%B3n-de-la-ciudadan%3%ADa-la-informaci%3%B3n-completa-de-la-inversi%3%B3n-formaci%3%B3n-bruta-de-capital-fijo-para-el-per%3%ADodo-19>
- Banco Central del Ecuador. (Noviembre de 2017). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Banco Central del Ecuador. (01 de Agosto de 2017). *CUENTAS NACIONALES ANUALES 2014 DEFINITIVO, 2015 SEMI-DEFINITIVO Y 2016 PROVISIONAL SE ENCUENTRAN YA DISPONIBLES EN EL PORTAL WEB DEL BCE*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/images/bannersbce/grafico3-01082017.jpg>
- Banco Central del Ecuador. (14 de Marzo de 2017). *Inflacion Anual*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Banco Mundial. (12 de 03 de 2017). *Banco Mundia*. Obtenido de https://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&met_y=ny_gdp_mktp_cd&idim=country:ECU:BOL:CRI&hl=es&dl=es#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nselm=h&met_y=ny_gdp_mktp_cd&scale_y=lin&ind_y=false&rdim=region&idim=country:ECU:COL:PER&ifdim=region&hl=es&
- Bolsa de Valores de Quito. (11 de Noviembre de 2017). *Bolsa de Valores de Quito*. Obtenido de <http://www.bolsadequito.info/inicio/conozca-el-mercado/el-mercado-de-valores/>

- Cuida tu futuro. Manejar bien el dinero, e. b. (2016). *PASOS PARA CREAR UNA EMPRESA EN ECUADOR*. Obtenido de <http://www.cuidatufuturo.com/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador-2/>
- David, F. R. (2008). *Conceptos de la Administración Estratégica*. Pearson.
- Domínguez, F. (19 de Marzo de 2015). *¿Ahorro o inversión?, depende del plazo*. Obtenido de Forbes Mexico: <https://www.forbes.com.mx/ahorro-o-inversion-depende-del-plazo/#gs.AFIX9zY>
- El Comercio. (21 de Abril de 2015). Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/personal/que-rentabilidad-y-que-riesgo-inversion-noticia-1805475>
- El Emprendedor. (16 de Julio de 2013). Obtenido de <http://www.elemprendedor.ec/mercado-de-valores-de-ecuador/>
- El telégrafo. (03 de Marzo de 2014). Obtenido de El telégrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/asi-esta-el-credito-en-el-ecuador>
- Escuela de Dirección de Empresas. (Abril de 2007). Obtenido de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-perspectiva/128-abril-2007/680-todo-queda-en-familia>
- Fernández, R. (06 de Octubre de 2006). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/256165>
- Flacso Ecuador-Mipro. (Agosto de 2013). Obtenido de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/ESTUDIOS_INDUSTRIALES_MIPYMES.pdf
- Global Entrepreneurship Monitor. (2016). *GEM 2016 / 2017 Global Report*.
- Grigoli, F. (12 de 03 de 2017). *Fondo Monetario Internacional*. Obtenido de Fondo Monetario Internacional: <http://www.imf.org/es/news/articles/2016/07/21/18/20/na070816-ecuador-gets-364-million-imf-loan-to-tackle-earthquake-reconstruction>
- Instituto Nacional De Contadores Públicos de Colombia. (2015). Obtenido de <http://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2016). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). Obtenido de <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos*. Quito. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf
- Junta Política de Regulación Monetaria y Financiera. (24 de Noviembre de 2016). *Resolución No. 302-2016-F*. Obtenido de <https://www.juntamonetariafinanciera.gob.ec/PDF/Resolucion-302-2016-F.pdf?dl=0>
- Lambin, J. J., Galluci, C., & Sicurello, C. (2009). *Dirección de marketing Gestión estratégica y operativa del mercado*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Lideres. (s.f.). Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/sector-mipymes-pleno-crecimiento.html>
- Lideres. (15 de Mayo de 2015). Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-opciones-inversion-ahorro-finanzas.html>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2012). Obtenido de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/2012_Alternativas_Financiamiento_PYMES_mercado_Valores.pdf
- Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información. (14 de Marzo de 2017). Obtenido de Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-continua-creciendo-en-tecnologia/#>
- Ministerio del Trabajo. (s.f.). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/usd-375-sera-el-salario-basico-que-regira-en-el-2017/>
- Paredes, P. L. (Junio de 2014). Obtenido de http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/koyuntura/Documents/koyuntura_2014-47.pdf
- Paredes, P. L. (07 de Junio de 2014). *Código Monetario y Financiero*. Obtenido de http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/koyuntura/Documents/koyuntura_2014-47.pdf
- Pereira Álvarez, I. E. (2010). *La importancia del crédito para alcanzar un crecimiento económico sostenido en el Ecuador*. Quito.
- Porter, M. (2002). *Estrategia Competitiva*. Obtenido de Michael Porter: Compañía Editorial Continental

- Prado, S. M. (2015). *Mercado de Valores ecuatoriano, sus limitantes de desarrollo en el 2015*. Obtenido de <http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/fenopina/article/download/117/119>
- Pro Ecuador. (12 de 03 de 2017). *Pro Ecuador*. Obtenido de Pro Ecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/porqueinvertir1/>
- Reglamento a Ley Organiza Economía Popular y Solidaria. (27 de Febrero de 2012). *Organización de los Estados Americanos*. Obtenido de http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/REGLAMENTO_A_LEY_ORGANICA_ECONOMIA_POPULAR_Y_SOLIDARIA.pdf/cfbdee96-dafb-480d-8f66-b21f49347abc
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo . (2016). *Índice de Generación de Empleo*. Quito. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/IGE-Cuaderno-de-trabajo-SENPLADES.pdf>
- Superintendencia de Bancos de Panamá. (2017). Obtenido de Superintendencia de Bancos de Panamá: <https://www.superbancos.gob.pa/es/content/reportes-estad%C3%ADsticos-2017>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2015). *Ecuador tiene un total de 887 cooperativas de ahorro y crédito*.
- Telesur. (3 de Septiembre de 2014). Obtenido de <http://www.telesurtv.net/news/Ecuador-cuenta-con-nuevo-Codigo-Monetario-y-Financiero-20140903-0012.html>
- World Economic Forum. (2015). *The Global Information Technology Report 2015*. Ginebra.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta del Cliente

1/3/2018

Financiamiento alternativo

Financiamiento alternativo

La finalidad del cuestionario es de índole estrictamente académica, por lo que los resultados guardarán absoluta confidencialidad respecto de los encuestados. Le pedimos responder las preguntas con la mayor honestidad posible. Nuevamente gracias por su colaboración.

***Obligatorio**

1. Dirección de correo electrónico *

2. ¿Desearía generar un proyecto de mejora en su empresa? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

3. ¿Ha tenido alguna complicación o dificultad en el financiamiento de su proyecto generado anteriormente?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

4. ¿Estaría dispuesto a contar con un socio capitalista para la obtención de financiamiento o inversión en su empresa?

Socio capitalista aporta capital a cambio de obtener participaciones o acciones de la compañía.
Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

5. ¿Estaría dispuesto contratar el servicio de un profesional para la ayuda en la búsqueda de financiamiento enfocado en su proyecto a través de un socio capitalista?

Marca solo un óvalo.

- No
 Sí

6. Si su proyecto es viable, ¿qué porcentaje del capital obtenido estaría dispuesto a pagar por el servicio ofrecido?

Ejemplo: USD 50,000 es el capital levantado, pagaría sí: 1% USD 500, 1.5% USD 750 y 2% USD 1000.

Marca solo un óvalo.

- 0.5% a 0.99%
 1% a 1.5%
 1.51% a 2%
 Otro: _____

7. ¿Cuánto capital requiere para su proyecto?*Marca solo un óvalo.*

- USD 5.000 - 10.000
 USD 10.001 - 20.000
 USD 20.001 - 50.000
 USD 50.000 - más

8. ¿Cómo le gustaría recibir información del estatus del proceso de levantamiento de capital?*Selecciona todas las que correspondan.*

- Correo electrónico
 Llamada telefónica
 Plataforma web
 Otro: _____

9. ¿Qué servicios adicionales le gustaría recibir?*Selecciona todas las que correspondan.*

- Valoración de empresa
 Reducción de gastos
 Estudio financiero
 Asesoría tributaria

10. Recomendación

- Recibir una copia de mis respuestas

Con la tecnología de
 Google Forms

Anexo 2: Encuesta del inversor

1/4/2018

Financiamiento alternativo

Financiamiento alternativo

La finalidad del cuestionario es de índole estrictamente académica, por lo que los resultados guardarán absoluta confidencialidad respecto de los encuestados. Le pedimos responder las preguntas con la mayor honestidad posible. Nuevamente gracias por su colaboración.

1. Dirección de correo electrónico *

2. ¿Ha realizado alguna inversión?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

3. La mejor descripción de su experiencia como inversionista es:

Marca solo un óvalo.

- Limitada: Tengo muy poca experiencia en inversiones
 Moderada: Tengo alguna experiencia en inversiones, y me gustaría recibir asesoría adicional
 Extensa: Soy un inversionista activo y experto, y me siento cómodo tomando mis propias decisiones de inversión.

4. ¿Cuales de las siguientes opciones usted ha invertido capital?

Selecciona todos los que correspondan.

- Polizas a plazo fijo
 Acciones
 Negocio estables
 Bienes raíces
 Bonos
 Emprendimiento

5. ¿En qué industria le interesa más realizar inversiones?

Selecciona todos los que correspondan.

- Transporte
 Manufactura
 Agricultura
 Construcción
 Comercio

6. ¿Cuánto dinero destina a sus inversiones anualments?

Marca solo un óvalo.

- USD 5.000 - 10.000
- USD 10.001 - 20.000
- USD 20.001 - 50.000
- USD 50.001 en adelante

7. ¿Le gustaría ser socio capitalista de una empresa establecida que desee emprender un proyecto viable?

Socio capitalista aporta capital a cambio de obtener participaciones o acciones de la compañía.
Marca solo un óvalo.

- SI
- No

8. ¿Le gustaría que una empresa se ponga en contacto con usted para ofrecerle una gama de proyectos en los cuales usted podría ser socio capitalista?

Marca solo un óvalo.

- SI
- No

9. ¿Que factores considera importantes para convertirse en socio capitalista?

Selecciona todos los que correspondan.

- Demanda potencial
- Capacidad de equipo
- Potencial de alto rendimiento
- Situación financiera interna de la empresa
- Otros (política económica, normativa fiscal, etc)

10. ¿En que industria le gustaría invertir?

11. ¿Por cuanto tiempo mantiene su inversión?

Marca solo un óvalo.

- Mas de 5 años
- Entre 3 y 5 años
- Entre 1 y 3 años
- Menos de 1 año

12. ¿Que tasa de rendimiento anual considera óptima para convertirse en socio capitalista?

Marca solo un óvalo.

- 20%
- 15%
- 10%
- Otro: _____

13. ¿A través de que fuente le gustaría recibir información?

Selecciona todos los que correspondan.

- Correo electrónico
- Llamadas telefónicas
- Plataforma web
- Aplicación móvil
- Otro: _____

14. Recomendación

Con la tecnología de
 Google Forms

Anexo 3: Resumen Ejecutivo de Empresa



Resumen Ejecutivo de Empresa

Nota: La información proporcionada es confidencial y únicamente para uso de Beta Capital & Investments

Fecha:

Datos de la empresa o proyecto:

Nombre comercial:

Razón social:

Página web:

Industria:

Dirección:

Cantidad de empleados actuales:

Marcas registradas y patentes:

Descripción de la empresa: Descripción de la empresa o proyecto propuesto y a qué nicho de clientes va dirigido. Mencionar también por qué considera usted que será buen negocio:



1. Datos del promotor del proyecto:

Nombre:

Cargo:

Correo electrónico:

Teléfonos:

2. Mencionar el Capital solicitado y uso que se le dará:

¿Qué inversionistas ya han comprometido capital en su proyecto y cuánto?:

En el caso de una empresa de nueva creación, mencionar cuánto dinero aportaría el emprendedor y alguna otra aportación en especie:

En caso de que ya haya tenido acercamiento con algún Fondo de Capital Privado, mencionar el nombre del Fondo y la persona de con quien habló:

***3. (Si aplica) Años que lleva operando la empresa, breve historia y logros.
Productos y servicios ofrecidos actualmente y a quién van dirigidos:***



4. Mencionar Competidores

5. Ventajas competitivas de mi producto o servicio (por qué es mejor que el de la competencia):

6. Barreras de entrada (por qué para mis competidores es difícil entrar en mi mercado):

7. ¿Cuánto le tardaría a un competidor recrear su producto o servicio?:



(Si aplica) Para cada uno de los últimos 5 años:

En Dólares	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas					
EBITDA					

*Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization (Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización).

8. Estimar para cada año, en caso de contar con la inversión solicitada:

En Dólares	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas					
EBITDA					

9. Qué objetivos cuantificables deseo que mi empresa logre para los próximos 5 años:

Anexo 4:

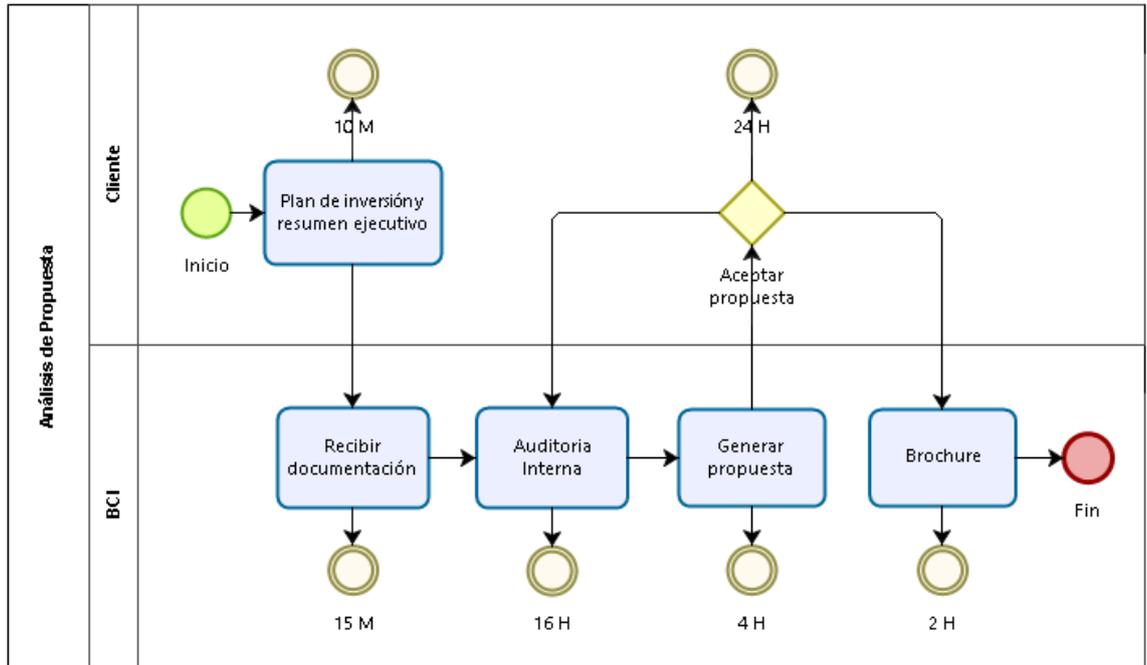


Figura No 6: Flujograma de análisis de propuesta

Anexo 5:

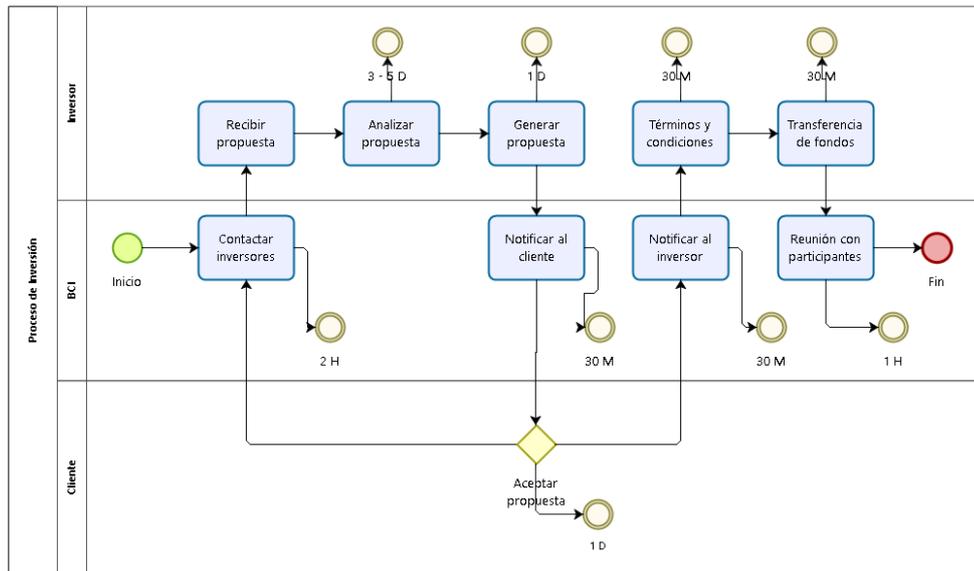


Figura No 7: Flujograma de proceso de inversión.

Anexo 6:

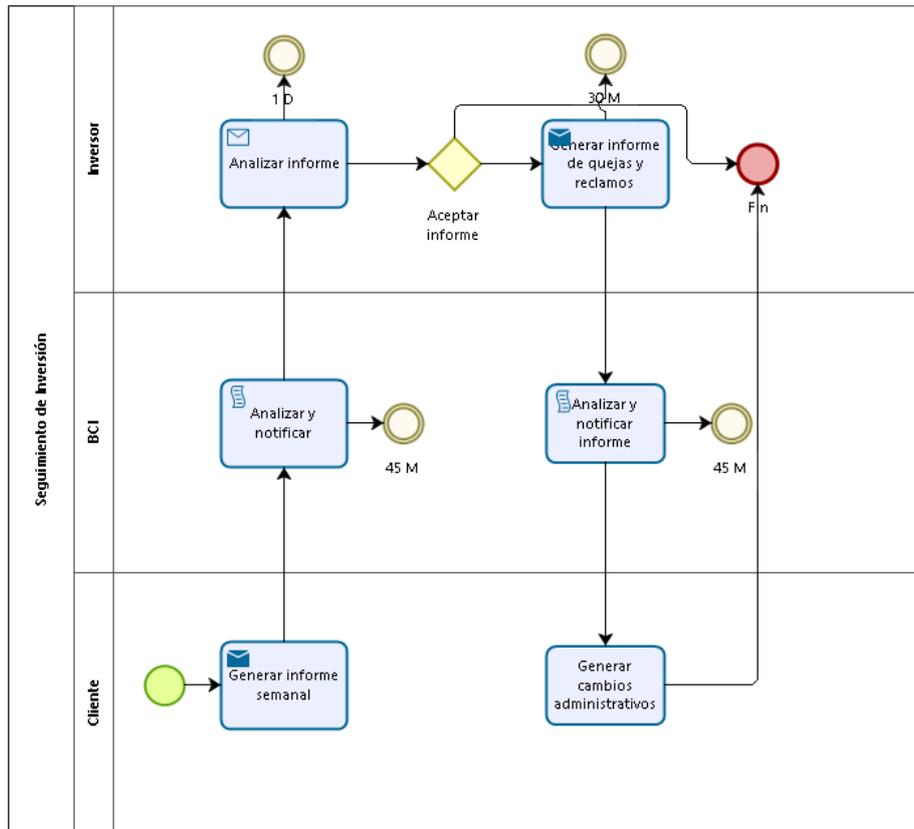


Figura No 8: Flujograma de seguimiento de la inversión.

Anexo 7: Requisitos para la constitucion de una compania limitada

- Determinar el nombre de la empresa en la Superintendencia de Companias
- Elaborar el contrato de constitucion de la organizacion
- Capital minimo USD 400, abrir una cuenta del capital de constitucion de la empresa.
- Visitar un notario con todos los documentos anteriormente mencionados y realizar una escritura publica
- Apobar la escritura publica por parte de la Superintendencia de Companias.
- Publicar en un peridode de mayor circulacion, la creacion de la nueva empresa con el nombre de la misma.

- Obtener el permiso municipal
- Inscribir la empresa en el registro mercantil
- Incribir los nombramientos de los representantes legales
- Conseguir RUC
- Visitar el banco para abrir la cuenta de la empresa para disponer el dinero depositado anteriormente (Cuida tu futuro. Manejar bien el dinero, 2016).

