



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS:

**NETWORKING ZONE**

Autores:

Econ. Daniel Alejandro Cárdenas Sáenz

Ing. Ivette Dennisse Seminario Benalcázar

Director:

PhD. Edgar Izquierdo Orellana

Guayaquil – Ecuador

Año 2016

## AGRADECIMIENTO

A Dios

A mi esposa e hija

A mis padres

A mis hermanos

A mi director de tesis PhD. Edgar Izquierdo Orellana

A mi compañera de tesis Ing. Ivette Seminario por su apoyo incondicional y su valiosa opinión sin la cual no hubiese podido culminar este trabajo.

**Daniel Cárdenas S.**

A Dios porque su luz ha guiado mi camino para cristalizar esta meta, a mis padres José y Katty por su amor y apoyo incondicional, a mi mamita Norma por ser mi ejemplo de lucha ante la vida. A mi hermana y sobrinos Mathews y Emily por darme ánimos cuando lo necesitaba. A mi amigo y compañero de tesis Daniel, por su compromiso y dedicación durante este proyecto.

A mis profesores y en especial a los maestros de la vida por sus enseñanzas impartidas con dedicación en cada una de sus clases, en especial al PhD. Edgar Izquierdo por su comprensión y colaboración en la elaboración de este proyecto.

**Ivette Seminario B.**

## CONTENIDO

|   |     |
|---|-----|
| AGRADECIMIENTO.....   | ii  |
| LISTA DE GRÁFICOS.....  | vii |
| LISTA DE TABLAS.....  | ix  |
| RESUMEN EJECUTIVO .....   | 1   |
| CAPÍTULO 1.- ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA/SECTOR DEL NEGOCIO .....  | 2   |
| 1.1. LA INDUSTRIA.....  | 2   |
| 1.1.1. ALQUILER DE OFICINAS – SECTOR INMOBILIARIO.....          | 2   |
| 1.1.2. COWORKING A NIVEL MUNDIAL.....                           | 4   |
| 1.1.3. FACTORES DE ÉXITO DEL NEGOCIO.....                       | 5   |
| CAPÍTULO 2.- DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....                     | 7   |
| 2.1. HISTORIA DEL PROYECTO.....                                 | 7   |
| 2.2. LA EMPRESA.....  | 8   |
| 2.2.1. MISIÓN.....  | 8   |
| 2.2.2. VISIÓN.....  | 8   |
| 2.2.3. MARCA Y LOGO .....                                       | 9   |
| 2.2.4. PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS .....                  | 9   |
| 2.2.5. PROPUESTA DE VALOR .....                                 | 10  |
| 2.2.5.1. BENEFICIOS PARA NUESTROS CLIENTES .....                | 10  |
| CAPÍTULO 3.- ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO Y EXTERNO DEL MERCADO |     |
| 12  |     |
| 3.1. ANÁLISIS FODA .....  | 12  |
| 3.2. ANÁLISIS DEL MODELO COMPETITIVO DE PORTER.....             | 13  |
| CAPÍTULO 4.- ANÁLISIS DEL MERCADO.....                          | 16  |

## Networking Zone S.A.

|                                      |   |    |
|--------------------------------------|---|----|
| 4.1.                                 | PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....   | 16 |
| 4.1.1.                               | PROBLEMA DE DECISIÓN GERENCIAL.....   | 16 |
| 4.1.2.                               | PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....   | 16 |
| 4.1.3.                               | OBJETIVO GENERAL .....  | 16 |
| 4.1.4.                               | MATRIZ DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE<br>“NETWORKING ZONE” - ALQUILER DE OFICINAS AMOBLADAS ..... | 17 |
| 4.2.                                 | DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN<br>(ENCUESTAS).....  | 18 |
| 4.3.                                 | IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....   | 18 |
| 4.4.                                 | DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN.....   | 19 |
| 4.5.                                 | TAMAÑO DE LA MUESTRA .....  | 19 |
| 4.6.                                 | ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.....   | 20 |
| 4.6.1.                               | DETERMINAR EL PERFIL DE LOS POTENCIALES USUARIOS DE ESTE<br>SERVICIO .....                                      | 20 |
| 4.6.2.                               | DETERMINAR CUÁNTOS COMPETIDORES EXISTEN EN EL MERCADO<br>DE GUAYAQUIL.....                                      | 25 |
| 4.6.3.                               | CONOCER LOS SUSTITUTOS DE UNA OFICINA PROFESIONAL .....   | 32 |
| 4.7.                                 | CONCLUSIONES .....  | 33 |
| CAPÍTULO 5.- PLAN DE MARKETING ..... |   | 34 |
| 5.1.                                 | OBJETIVOS DE MARKETING.....   | 34 |
| 5.2.                                 | MERCADO OBJETIVO .....  | 34 |
| 5.3.                                 | POSICIONAMIENTO.....  | 35 |
| 5.4.                                 | PLAN DE MARKETING.....  | 35 |
| 5.4.1.                               | SERVICIOS .....   | 36 |
| 5.4.1.1.                             | Desayunos Networking.....   | 38 |
| 5.4.2.                               | PRECIO.....   | 38 |

## **Networking Zone S.A.**

|  |    |
|--|----|
| 5.4.3. PUBLICIDAD.....                                       | 38 |
| 5.4.4. PLAZA Y DISTRIBUCION.....                             | 43 |
| CAPÍTULO 6.- ANÁLISIS TÉCNICO .....                          | 44 |
| 6.1. PROCESOS DEL SERVICIO.....                              | 44 |
| 6.2. DESARROLLO DEL SERVICIO.....                            | 45 |
| 6.3. LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO.....                           | 46 |
| 6.3.1. MAPA GEOGRÁFICO DE LA LOCALIZACION DEL NEGOCIO.....   | 47 |
| 6.4. EQUIPOS Y MAQUINARIA .....                              | 47 |
| 6.5. DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL .....                            | 48 |
| 6.6. MECANISMOS DE CONTROL.....                              | 49 |
| 6.6.1. PLANOS.....   | 50 |
| CAPÍTULO 7.- ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....                    | 51 |
| 7.1. GRUPO EMPRESARIAL .....                                 | 51 |
| 7.1.1 ORGANIGRAMA.....                                       | 51 |
| 7.1.2 NIVELES JERARQUICOS .....                              | 52 |
| 7.1.3 CONTRATOS Y SALARIOS.....                              | 52 |
| 7.1.4 PERFIL Y MANUAL DE FUNCIONES DE LOS COLABORADORES..... | 53 |
| 7.1.5 BENEFICIOS A LOS COLABORADORES .....                   | 62 |
| CAPÍTULO 8.- ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL .....                   | 63 |
| 8.1. ANALISIS LEGAL .....                                    | 63 |
| CAPÍTULO 9.- ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO .....           | 64 |
| 9.1. FINANCIAMIENTO.....                                     | 64 |
| 9.2. ADMINISTRACION DEL PERSONAL .....                       | 65 |
| 9.3. CAPITAL SOCIAL .....                                    | 66 |
| 9.4. COSTOS ESTIMADOS Y RECURSOS NECESARIOS .....            | 66 |

## **Networking Zone S.A.**

|         |   |     |
|---------|---|-----|
| 9.5.    | DEPRECIACIÓN .....                      | 67  |
| 9.7.    | VENTAS.....                             | 68  |
| 9.8.    | BALANCE GENERAL.....                    | 68  |
| 9.9.    | FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO.....       | 70  |
| 9.10.   | ESTADO DE RESULTADO.....                | 71  |
| 9.11.   | PUNTO DE EQUILIBRIO .....               | 72  |
| 9.12.   | RATIOS FINANCIEROS .....                | 72  |
| 9.13.   | EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO.....   | 73  |
| 9.13.1. | ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....           | 75  |
| 9.14.   | ANÁLISIS DE RIESGOS E INTENCIBLES ..... | 77  |
| 9.14.1. | RIESGOS DE MERCADO .....                | 77  |
| 9.14.2. | RIESGOS TÉCNICOS.....                   | 78  |
| 9.14.3. | RIESGOS ECONÓMICOS .....                | 78  |
| 9.14.4. | RIESGOS FINANCIEROS .....               | 78  |
|         | ANEXOS.....                             | 79  |
|         | BIBLIOGRAFÍA .....                      | 112 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| GRÁFICO 1.- COMPOSICIÓN DE M2 DE LOS CENTROS DE NEGOCIOS DE GUAYAQUIL VS ÁREA VACANTE ..... | 3  |
| GRÁFICO 2.- COMPOSICIÓN % ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN DE OFICINAS m2 .....                        | 3  |
| GRÁFICO 3.- ESTABLECIMIENTO COWORKING EN EL MUNDO 2013 .....                                | 4  |
| GRÁFICO 4.-HISTORIA - COWORKING .....   | 6  |
| GRÁFICO 5.- LOGOTIPO .....  | 9  |
| GRÁFICO 6.- BENEFICIOS - REDUCCIÓN DE COSTOS .....  | 11 |
| GRÁFICO 7.- MODELO DE PORTER – NETWORKING ZONE.....   | 15 |
| GRÁFICO 8.- DETERMINACIÓN DE MUESTRAS PARA ENCUESTAS.....                                   | 20 |
| GRÁFICO 9.-ENCUESTAS – MICROEMPRESARIOS POR EDAD.....                                       | 21 |
| GRÁFICO 10.- ENCUESTAS – MICROEMPRESARIOS POR SECTOR DONDE BRINDAN SERVICIOS .....          | 21 |
| GRÁFICO 11.-ENCUESTAS – RECURSOS DESEADOS POR LOS CONSUMIDORES POTENCIALES .....            | 22 |
| GRÁFICO 12.-ENCUESTAS – INTENCIÓN DE COMPRA DE SERVICIOS NETWORKING ZONE .....              | 23 |
| GRÁFICO 13.-ENCUESTAS – PREFERENCIAS DE UBICACIÓN DEL LOCAL .....                           | 23 |
| GRÁFICO 14.- ENCUESTAS – PREFERENCIAS EN TIPO DE PAGO.....                                  | 24 |
| GRÁFICO 15.- ENCUESTAS – PREFERENCIAS EN PRECIOS DEL SERVICIO .....                         | 24 |
| GRÁFICO 16.- ENCUESTAS – PREFERENCIAS EN PAQUETES DE SERVICIOS .....                        | 25 |
| GRÁFICO 17.- ENCUESTAS – COMPETENCIA EXISTENTE EN EL MERCADO DE GUAYAQUIL .....             | 26 |
| GRÁFICO 18.- ENCUESTAS – UBICACIÓN ZONAL DE LA COMPETENCIA .....                            | 26 |
| GRÁFICO 19.- ENCUESTAS – BENEFICIOS QUE BRINDA LA COMPETENCIA.....                          | 27 |

**Networking Zone S.A.**

|   |    |
|---|----|
| GRÁFICO 20.- ENCUESTAS – NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS BRINDADOS POR LA COMPETENCIA .....        | 28 |
| GRÁFICO 21.- ENCUESTAS – DEMANDA DE ALQUILER DE OFICINAS.....   | 28 |
| GRÁFICO 22.- ENCUESTAS – MICROEMPRESARIOS POR SECTOR DONDE BRINDAN SERVICIOS .....                        | 29 |
| GRÁFICO 23.- ENCUESTAS –SUBUTILIZACIÓN DE OFICINAS ALQUILADAS .....                                       | 29 |
| GRÁFICO 24.- ENCUESTAS – RANGO DE GASTOS MENSUALES DE LOS MICROEMPRESARIOS POR CONCEPTO ALQUILER.....     | 30 |
| GRÁFICO 25.- ENCUESTAS – GASTOS ADICIONALES PARA LA OPERACIÓN DE LAS OFICINAS.....                        | 31 |
| GRÁFICO 26.- ENCUESTAS – RANGO DE GASTOS MENSUALES DE LOS MICROEMPRESARIOS EN GASTOS ADMINISTRATIVOS..... | 31 |
| GRÁFICO 27.- ENCUESTAS – OFICINAS DE ALQUILER POR HORAS .....   | 32 |
| GRÁFICO 28.- DISEÑO EXTERNO DE TRÍPTICO – NETWORKING ZONE.....  | 41 |
| GRÁFICO 29.- DISEÑO INTERIOR TRÍPTICO – NETWORKING ZONE .....   | 42 |
| GRÁFICO 30.- FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO .....  | 45 |
| GRÁFICO 31.- LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA – NETWORKING ZONE.....   | 47 |
| GRÁFICO 32.- ORGANIGRAMA NETWORKING ZONE .....  | 51 |



## LISTA DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| TABLA 1.- COSTOS DE OFERTA DE M2 POR SECTOR .....   | 4  |
| TABLA 2.- ESPACIOS COWORKING ALREDEDOR DEL MUNDO - CRECIMIENTO ....                             | 5  |
| TABLA 3.- DATOS ESTADÍSTICOS DEL ECUADOR .....  | 19 |
| TABLA 4.- PRECIOS DE LOS PAQUETES DE SERVICIOS “NETWORKING ZONE” ...                            | 38 |
| TABLA 5.- COTIZACIÓN PUBLICIDAD.....  | 39 |
| TABLA 6.- COTIZACIÓN SITIO WEB .....  | 40 |
| TABLA 7.- COTIZACIÓN TRÍPTICOS.....   | 40 |
| TABLA 8.- RESUMEN DE COSTOS “NETWORKING ZONE” .....   | 46 |
| TABLA 9.- ASIGNACIÓN DE COSTOS POR TIPO DE FRECUENCIA DEL ALQUILER<br>EN “NETWORKING ZONE”..... | 46 |
| TABLA 10.- FINANCIAMIENTO.....  | 64 |
| TABLA 11.- SUELDOS Y SALARIOS .....   | 65 |

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Networking Zone se define como una empresa que alquila espacios de trabajo totalmente amoblados y equipados, necesarios para los profesionales / emprendedores, ubicado en la ciudad de Guayaquil en un área de unos 800 metros cuadrados.

Esta propuesta atiende la ausencia de espacios físicos amoblados para profesionales independientes, emprendedores, Freelancer quienes buscan un lugar cómodo, accesible, con tecnología adecuada para cumplir sus necesidades de trabajo a un bajo costo, evitándoles tener que alquilar un lugar para su oficina, amoblarlo y además tener espacio subutilizado en dicho lugar.

Para soportar el modelo de negocio, “Networking Zone” aprovecha su situación de ser un negocio relativamente nuevo en su clase en la ciudad, contando con fortalezas específicas como la baja competencia, la ubicación estratégica, la oportunidad de réplica, el incremento del mercado micro-empresarial de la ciudad.

Para analizar las posibilidades del desarrollo del proyecto, se realizó la investigación de mercado a una muestra de personas, a quienes se les consultó principalmente el nivel de aceptación de este servicio.

Los flujos de efectivos y los estados financieros revelan utilidad desde el segundo año de funcionamiento, una TIR de 29.95% y un VAN de USD \$125.590, considerando una inversión inicial de USD \$160.000. Esto refleja altos niveles de viabilidad y rentabilidad, habiendo planteado un escenario conservador en el cual los niveles de ocupación de nuestras instalaciones irían desde un 31% en el año 2017 hasta el 80% en el año 2022

## **CAPÍTULO 1.- ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA/SECTOR DEL NEGOCIO**

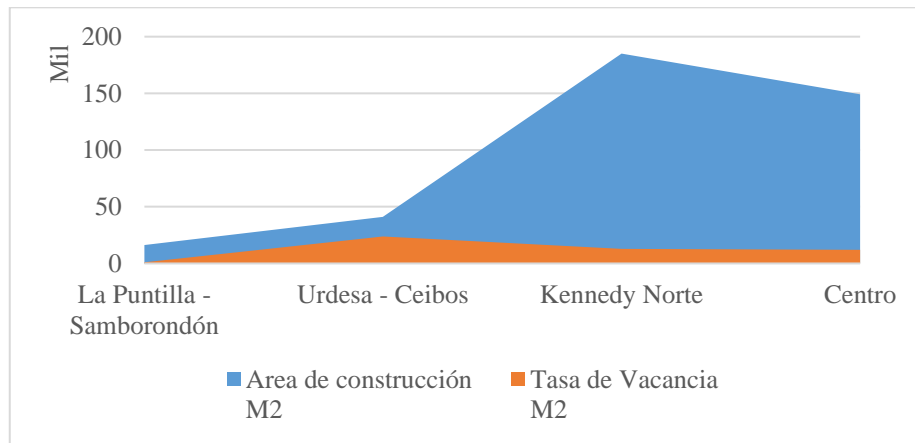
### **1.1.LA INDUSTRIA**

La industria en la que está inmersa “Networking Zone” se encuentra en desarrollo en el Ecuador. Actualmente, existen alrededor de cinco (5) organizaciones en el país que ofrecen servicios similares al que se va a desarrollar. Sin embargo, nos podemos asociar a estas industrias que tienen relación con nuestro servicio.

#### **1.1.1. ALQUILER DE OFICINAS – SECTOR INMOBILIARIO**

La industria del sector inmobiliario, específicamente en la construcción de oficinas para alquiler en la ciudad de Guayaquil, ha tenido un gran crecimiento en los últimos 5 años. En el 2010, se inauguró el Centro Empresarial Colón, el cual es considerado como el principal polo de desarrollo de negocios que ofrece oficinas en alquiler o venta (conocido como complejo inmobiliario). Para ese mismo año, ya existían 391 mil metros cuadrados ( $m^2$ ) de oficinas, representadas en 97 edificios ubicados en cuatro (4) zonas de Centros de Negocios de la ciudad, los mismos que son: La Puntilla – Samborondón, Urdesa – Los Ceibos, Kennedy Norte y Centro de Guayaquil. Según el estudio de mercado corporativo de oficinas en Guayaquil del 2010, se puede identificar que existen 50.83 mil metros cuadrados ( $m^2$ ) de oficinas que se encuentran vacantes en la ciudad, los cuales representan el 13% de la totalidad de metros cuadrados ( $m^2$ ) que existen en la ciudad. En el gráfico 1 “Composición de  $m^2$  de los Centros de Negocios de Guayaquil versus área vacante” se puede identificar que la zona de la ciudad de Guayaquil, que tiene oficina de alquiler disponibles es “Urdesa-Ceibos”

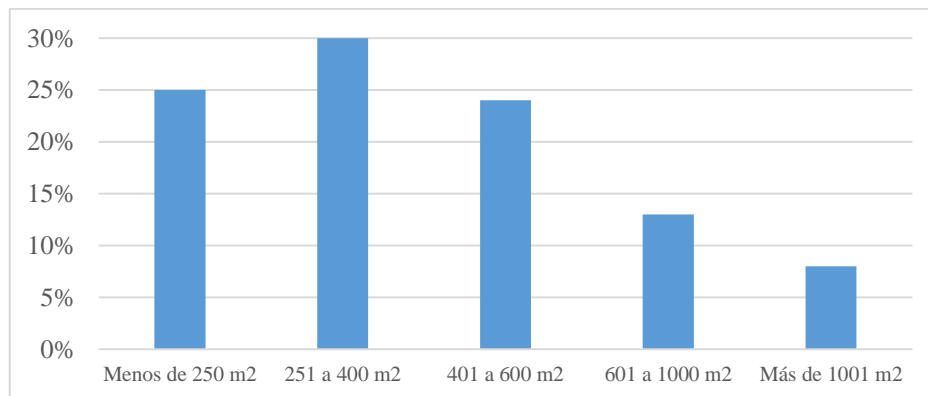
**Gráfico 1.- Composición de m<sup>2</sup> de los Centros de Negocios de Guayaquil VS área vacante**



Fuente: Estudio Mercado Corporativo de Oficinas en Guayaquil, Ernesto Gamboa & Asociados

En el gráfico 2 “Composición % áreas de construcción de oficinas  $m^2$ ”, se identifica que el 25% de los espacios de oficina tienen menos de 250  $m^2$ , y que estos espacios podrían estar relacionados a microempresarios que operan en la ciudad.

**Gráfico 2.- Composición % áreas de construcción de oficinas  $m^2$**



Fuente: Estudio Mercado Corporativo de Oficinas en Guayaquil, Ernesto Gamboa & Asociados

Según el estudio de Mercado Corporativo de oficinas en Guayaquil, realizado por la firma “Ernesto Gamboa & Asociados”, los costos por metro cuadrado ( $m^2$ ) de los espacios de oficina en la ciudad, oscilan por los USD \$ 12.57 mensuales, mientras que el costo más significativo por metro cuadrado ( $m^2$ ) en la zona de La Puntilla- Samborondón está

## Networking Zone S.A.

alrededor de los USD \$19, lo cual es superior a lo que se da en las demás zonas. La zona del centro de la ciudad tiene el menor costo por metro cuadrado que es de USD \$9.67 (Ver Tabla 1)

**Tabla 1.- Costos de Oferta de M2 por sector**

| Detalle                         | La Puntilla - Samborondón | Urdesa - Ceibos | Kennedy Norte | Centro | Total |
|---------------------------------|---------------------------|-----------------|---------------|--------|-------|
| Prom Renta / m2 Oficina         | 12,00                     | 7,46            | 9,09          | 7,65   | 9,05  |
| Prom Renta / m2 Estacionamiento | 6,00                      | 1,14            | 1,25          | 1,01   | 2,35  |
| Prom Condominio / m2            | 1,00                      | 1,41            | 1,25          | 1,01   | 1,17  |
| Total                           | 19,00                     | 10,01           | 11,59         | 9,67   | 12,57 |

Fuente: Estudio Mercado Corporativo de Oficinas en Guayaquil, Ernesto Gamboa & Asociados

En el 2010, la industria de arrendamiento de oficinas generó ingresos por USD \$ 45 millones en la ciudad de Guayaquil.

### 1.1.2. COWORKING A NIVEL MUNDIAL

La industria del coworking en el Ecuador, apenas ha comenzado a desarrollarse y pocos datos se muestran para proyectar el crecimiento de este sector, pero este tipo de negocio ya ha sido desarrollada en Europa y Estados Unidos desde los años 90.

**Gráfico 3.- Establecimiento Coworking en el mundo 2013**



Fuente: Desmag.com (2013)

En el estudio realizado por Deskmag, se detalla cuántos espacios “Coworking” se encuentran en el mundo y los porcentajes de crecimiento de este sector durante los años 2012 y 2013.

**Tabla 2.- Espacios Coworking alrededor del Mundo - Crecimiento**

| Ubicación      | 2012 | 2013 | % Crecimiento |
|----------------|------|------|---------------|
| Estados Unidos | 797  | 853  | 7%            |
| Europa         | 878  | 1160 | 32%           |
| América Latina | 126  | 141  | 11%           |
| África         | 23   | 24   | 4%            |
| Asia           | 176  | 245  | 39%           |
| Oceanía        | 72   | 67   | (6%)          |

Fuente: Autores de la Tesis

En América Latina, en el año 2013, se ha visto un incremento significativo del 11% en este tipo de negocio. Como se puede observar, es un sector que se encuentra en desarrollo en la región latinoamericana, y que empieza a implementarse en nuestro país.

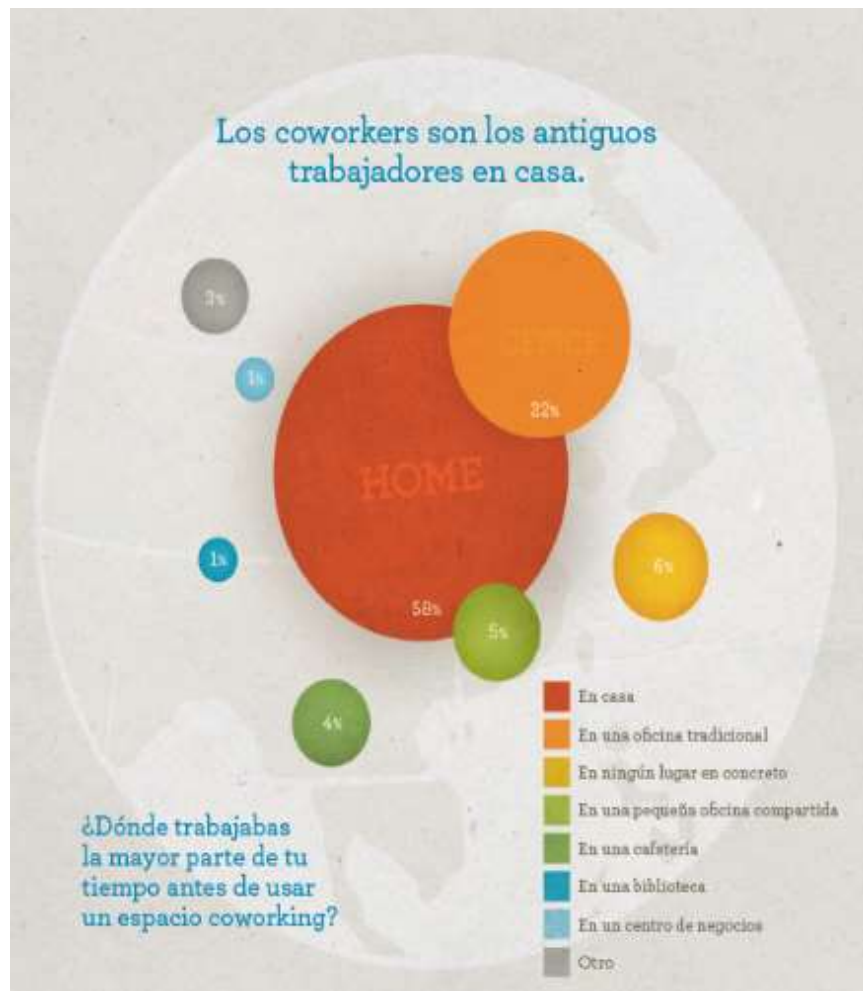
### **1.1.3. FACTORES DE ÉXITO DEL NEGOCIO**

Los resultados estadísticos de la encuesta anual a nivel mundial, según la revista alemana Deskmag, en el 2011, mostraron que los coworkers (usuarios de coworking), antes de utilizar un espacio de “coworking”, el 58% de ellos trabajaba desde sus domicilios, 4% en cafeterías, 1% en bibliotecas e incluso un 22% lo hacía desde las oficinas de sus organizaciones en la que ellos estaban en relación de dependencia. (Ver Gráfico 7). De acuerdo a estas estadísticas, los FreeLancer y/o profesionales independientes requirieron de espacios adecuados con la tecnología necesaria para su desarrollo empresarial y con ambientes estructurados para cumplir sus necesidades.

Un factor crítico para este tipo de negocio, es ofrecer este servicio a un precio asequible para estos profesionales, y que sea lo más flexible para que ellos puedan realizar sus actividades laborables con normalidad. Otro factor importante es la inversión que se requiere para llevar adelante este tipo de servicio.

Por lo tanto, los FreeLancer y profesionales independientes, lo que desean es un espacio adecuado, serio, con tecnología para desarrollo empresarial y que sea en un ambiente estructurado para cumplir y satisfacer las necesidades de sus clientes.

Gráfico 4.-Historia - Coworking



Fuente: Encuesta Anual Mundial sobre Coworking 2011 – Revista Alemana “Deskmag”

## **CAPÍTULO 2.- DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

### **2.1. HISTORIA DEL PROYECTO**

La problemática para los profesionales independientes y FreeLancer surge con la carencia de infraestructura física y recursos económicos para la puesta en marcha de una idea de negocio. Esto involucra el alquiler de oficina, equipamiento, internet, telefonía, guardianía, limpieza y demás gastos varios. Es por esto que, los microempresarios<sup>1</sup> o empresas nacientes, desarrollan sus negocios desde sus domicilios para evitarse esos gastos significativos y que no les permite ser competitivos. Sin embargo, esto puede crear un problema de aislamiento debido a la falta de conexión con otros microempresarios (Networking) y hasta con sus potenciales clientes. Es decir, que a la hora de vender sus productos o servicios los microempresarios pueden tener problemas de comunicación y colaboración con sus similares por no tener un espacio adecuado para interactuar.

La Superintendencia de Compañías del Ecuador indicó, en su reporte anual de empresas activas en el país, que para el 2013 existían 24.600 microempresas, mientras que en el 2014 se identificaron 29.214 microempresas. Es decir, actualmente los profesionales independientes o FreeLancer están en aumento (consultores y asesores de cualquier área). Un punto importante a considerar de estos microempresarios, es que a ellos les favorece tener el control de su tiempo, flexibilidad en sus horarios laborales y espacios adecuados, para que puedan desarrollar sus propios negocios. De esta manera es como buscan convertirse en sus propios jefes. Asimismo, buscan nuevos ingresos económicos a través de las oportunidades que brinda el mercado.

Es muy común ver personas trabajando en centros comerciales de la ciudad (patios de comida), en cafés (por ejemplo Juan Valdez, Sweet & Coffee y otros) con una laptop beneficiándose de la conexión Wifi y de la infraestructura que dichos lugares brindan. Por otra parte, también es común conocer microempresarios que trabajan desde sus domicilios.

---

<sup>1</sup> Microempresarios: para efectos del trabajo se perfila que los Profesionales Independientes y FreeLancer se encasillaran en este término.



## **2.2.LA EMPRESA**

El nombre de la organización será Networking Zone S.A., que será constituida como Sociedad Anónima, por la aspiración del crecimiento vertiginoso de la empresa y para poder captar rápidamente la inversión privada para la expansión futura. La misma que se encontrará regulada en base al artículo 143 de la Ley de Compañías y estará ubicada en la ciudad de Guayaquil.

Networking Zone es una empresa que brinda servicios, ofrece arriendo de espacios de trabajo totalmente operativos y estará enfocado para aquellos microempresarios que recién estén iniciando sus negocios y que necesitan un lugar físico para poder laborar de forma tranquila y segura, brindando una buena imagen corporativa con excelente ubicación geográfica dentro de la periferia de Guayaquil, el mismo estará ubicado en la Av. Plaza Dañin y avenida 23 NO. Además, los gastos mensuales para mantener una oficina son excesivos e insostenibles para un microempresario que empieza a desarrollarse en el mercado. Es así como nace Networking Zone, porque prestará ayuda a estos emprendedores para que puedan ser vistos por sus clientes como ejecutivos visionarios.

### **2.2.1. MISIÓN**

Somos una empresa comprometida en buscar facilitar la vida de los microempresarios y emprendedores a través del alquiler de espacios físicos totalmente amueblados, donde podrán realizar sus actividades diarias de trabajo a menor costo. Y estamos comprometidos en causar una diferencia positiva en la vida de nuestros clientes, brindando una oportunidad de crecimiento personal, contribución social y lograr su independencia financiera.

### **2.2.2. VISIÓN**

Liderar localmente la nueva forma de trabajo que se viene gestando a nivel global para el año 2018, y extender la sede a diferentes ciudades a nivel nacional. Convertirnos en el punto de encuentro de trabajadores independientes y microempresarios donde se desarrollen proyectos innovadores y responsables.

### 2.2.3. MARCA Y LOGO

El nombre Networking Zone hace referencia a la construcción de una zona de red de trabajo, en la que se enlaza el alquiler de oficinas amobladas y el beneficio de poder relacionarte con otros microempresarios. Además, el nombre se caracteriza por ser atractivo, simple y fácil de memorizar, por lo que se puede esperar una rápida aceptación por parte del mercado.

*Gráfico 5.- Logotipo*



Fuente: Autores de la Tesis

### 2.2.4. PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

- ✚ Valoramos la **integridad** como un principio que debe direccionar el comportamiento de todos los miembros de la empresa. Creemos que una de las formas en la que se manifiesta la integridad dentro de una organización, es en la coherencia en lo que decimos y hacemos, es decir, que lo que predicamos es lo que ponemos en práctica diariamente y que nuestro buen accionar es lo que hará sentir confianza y lealtad a nuestros clientes.
- ✚ Creemos en la **verdad** como un principio absoluto y valoramos la capacidad de juicio de todos nuestros colaboradores para distinguir lo verdadero de lo falso.
- ✚ Creemos en la **justicia** y en un ambiente de **equidad** dentro de la organización. Estos son factores esenciales para obtener y mantener un gran clima organizacional, sumado por el compañerismo entre todos los colaboradores, además de la **confianza** y la **lealtad** entre todos los miembros de la organización.

## Networking Zone S.A.

- ✚ Creemos en una **comunicación eficiente, sincera, prudente** y con **actitud de servicio**. Esto focalizado a la **orientación del cliente**, nos permitirá tener un eficaz intercambio de información, y nos ayudará a alcanzar los niveles de satisfacción del y sus nuevas necesidades consumidor.

### **2.2.5. PROPUESTA DE VALOR**

Networking Zone facilitará el desarrollo profesional de los microempresarios a través de su servicio, que es ofrecer oficinas acondicionadas, con acceso a tecnología y servicios complementarios; totalmente operativos. En esta propuesta de valor se establecen los siguientes beneficios:

#### **2.2.5.1. BENEFICIOS PARA NUESTROS CLIENTES**

**Disminución de los gastos de alquiler y servicios básicos.-** Se minimizan los costos y gastos administrativos para mantener una oficina operativa, es decir, no se deberá incurrir en pagos de alquiler por tener un espacio subutilizado de la oficina o tener que incurrir en paquetes de internet de valores excesivos. Además, se evitan gastos innecesarios generados por la adquisición de muebles de oficina. De esta forma el usuario de Networking Zone solo pagará el valor del paquete promocional a escoger.

Gráfico 6.- Beneficios - Reducción de Costos



Fuente: Autores de Tesis

**Imagen Empresarial.-** Si un microempresario no cuenta con un espacio físico establecido, puede dar lugar a que sus clientes no lo vean en buenos términos administrativos y responsables en sus operaciones. Es por eso que alguien que inicia en el mercado empresarial necesita tener un lugar donde atender a sus clientes. Así se brindará un estatus al microempresario, se dará a notar su seriedad y organización, y proyectará una imagen de liderazgo con gran visión de desarrollo.

**Posibilidad de establecer alianzas estratégicas.-** Esto significa que al estar en contacto con microempresarios de similares condiciones, les permitirá crear sinergia en un ambiente colaborativo. Al tener alianzas, se podrían crear correlaciones con estos nuevos socios en busca del “ganar, ganar” para ambas partes.

#### **Productos y Servicios.-**

Como resultado del análisis realizado, se identifica qué productos y/o servicios nuestros clientes solicitan, para satisfacer sus necesidades organizacionales básicas, y su desarrollo en el mercado.

## **CAPÍTULO 3.- ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO Y EXTERNO DEL MERCADO**

### **3.1. ANÁLISIS FODA**

Con un análisis exhaustivo de las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas (Ver Anexo 1. Análisis FODA), se consideró el entorno interno de Networking Zone. Aquí se pudo identificar dentro de las fortalezas, el espacio físico flexible para el trabajo diario de cada emprendedor o micro-empresario responsable que requiera el servicio de alquiler de oficinas. Así también, mantener la calidad del servicio ofreciendo tecnología de punta para cada uno de nuestros nichos de mercado. Teniendo en cuenta el servicio que se ofrecerá, la ubicación será también base fundamental para el desarrollo del negocio, con una ubicación céntrica, en la que las personas puedan trasladarse a cualquier parte de la ciudad en poco tiempo, es por eso que la ubicación escogida es Urdesa Central<sup>2</sup>, éste es un punto estratégico para la movilidad de cualquier persona. Todos los clientes tendrán un servicio personalizado, según lo requiera el cliente. Networking Zone podrá adaptar los requerimientos para una mejora y para la satisfacción de quienes lo soliciten.

Como cualquier negocio grande, es necesario tener una gran inversión inicial para afrontar y respaldar los primeros meses de funcionamiento. La rotación de clientes puede ser baja al inicio, afectando las cuotas fijas de ingresos para el negocio Networking Zone, ya que es una empresa nueva, y más aun sabiendo que tenemos competencia directa que brinda un servicio similar.

La baja competencia es un factor crucial, que se debe aprovechar ofreciendo un servicio de calidad que conlleve a la fidelización del cliente y así mantener una ventaja como pioneros en alquiler de oficinas amobladas y tecnológicamente efectivas, creando una nueva alternativa de espacios para negocios. De igual manera, se aprovechará el crecimiento de los microempresas en los últimos años, según el INEC<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> El Universo, Noticias, <http://www.eluniverso.com/2011/02/03/1/1534/urdesa-mas-comercial.html>

<sup>3</sup> INEC, Noticias, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-un-paso-mas-para-un-futuro-sin-censos/>

## **Networking Zone S.A.**

El entorno externo nos revela dentro de las oportunidades, la propuesta de crear una alternativa en servicios de alquiler de oficinas con sus factores diferenciadores y calidad de servicios, logrando así una mayor captación de nuestro grupo objetivo por referencias dadas de clientes satisfechos, es decir, usaremos el boca a boca como herramienta para captar más mercado. Además nos promocionaremos por medios convencionales (revistas, diarios, televisión y radio), y medio no tradicionales como las redes sociales (twitter, Instagram y Facebook).

Conscientes de las amenazas que enfrenta Networking Zone; que los clientes consideren que este es un servicio informal, que sea bajo en el poder de negociación con proveedores, que sea vea afectado por cambios de políticas gubernamentales, que no pueda contar con el servicio físico adecuado, y las altas barreras de entrada como la inversión inicial alta; se tomarán alternativas FA (REACTIVAS), indicando y manifestando siempre que el servicio es formal y exclusivo de alquiler de oficinas para microempresarios o FreeLancer. Asimismo, las políticas gubernamentales podrán ser controladas dependiendo los cambios que existan en la actualidad. Otra estrategia reactiva que se debe considerar es tener siempre a la mano proveedores de aparatos tecnológicos y proveedores de muebles de oficina para cualquier emergencia. Igualmente, contaremos con capital suficiente para estar preparados ante cualquier adversidad.

Por lo tanto, la estrategia nos convertirá en líderes dentro del sector del servicio de alquiler de oficinas, captando este importante nicho de mercado que son los FreeLancer y microempresarios, basándonos en nuestra ideología de innovación, creatividad, y desarrollo de profesional responsables. Nos preocuparemos en ofrecer un servicio de calidad, que nos ayude a posicionar la marca Networking Zone como líder en el mercado.

### **3.2. ANÁLISIS DEL MODELO COMPETITIVO DE PORTER**

Mediante el modelo de las 5 fuerzas de Porter, se pudo realizar un análisis del entorno del mercado de alquiler de oficinas amobladas existentes en la ciudad de Guayaquil.

## **Networking Zone S.A.**

Las barreras de entrada al mercado son altas, pues al iniciarse las operaciones deben realizarse una fuerte inversión monetaria para la adquisición de la infraestructura, equipamiento de oficinas y equipos de computación. Por lo cual, podemos indicar que el mercado no ha sido activado ni saturado de empresas, debido a la fuerte inversión inicial que debe realizarse.

La rivalidad de los competidores es media, aunque solo existe una empresa identificada que brinda un servicio similar al nuestro que posee un know-how y experiencia. Además, se encuentra localizada en toda la región latinoamericana, lo que le da una ventaja sobre nosotros y el mercado en general.

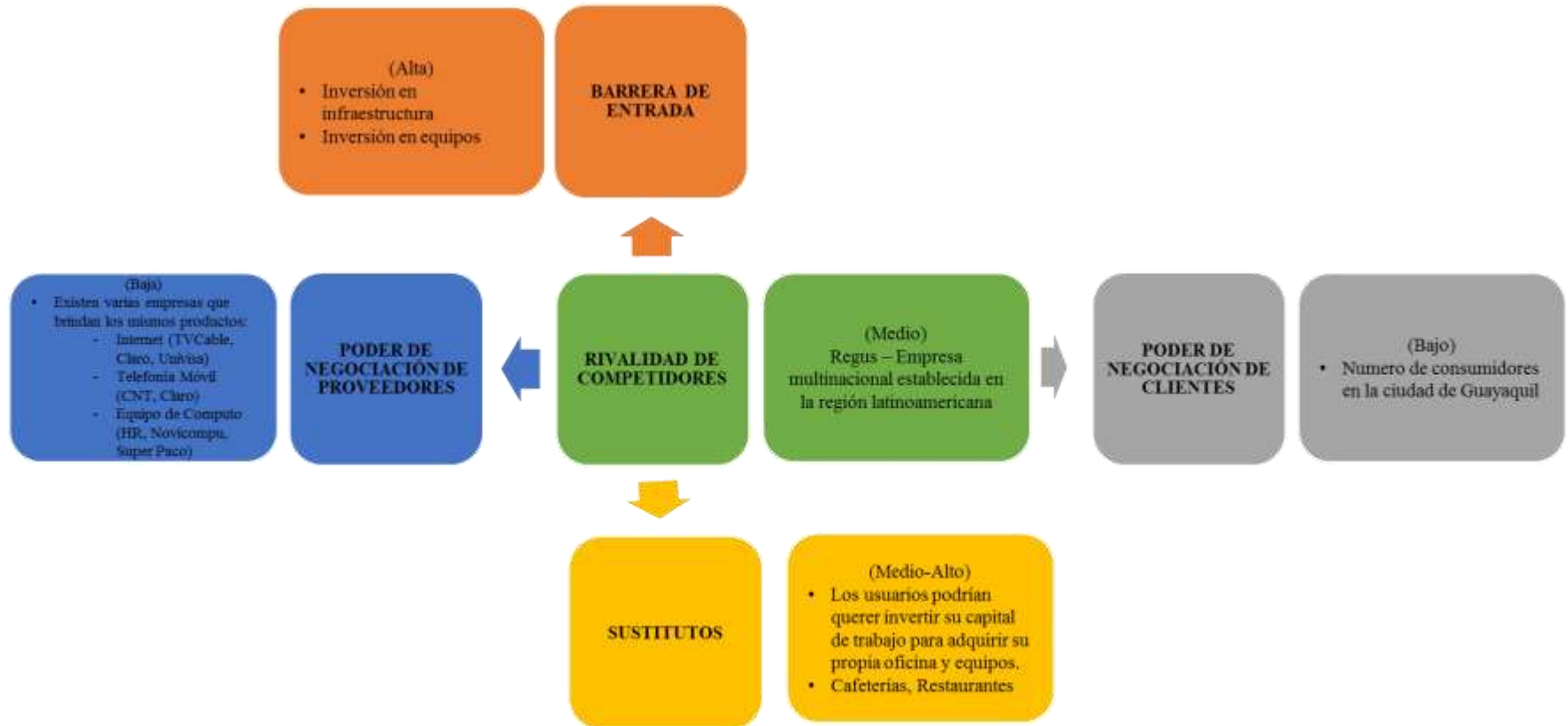
Los productos sustitutos, tienen una condición media-alta; en la actualidad se brindan servicios de alquiler de espacios para oficinas y cada microempresario, FreeLancer o profesional independiente debe ir amoblando de acuerdo a sus ingresos y necesidades.

El poder de negociación de los proveedores es bajo, el mercado se encuentra saturado de empresas de comunicación y de tecnología, que brindan servicios y productos de alta calidad a bajo costo, que benefician al negocio.

Finalmente, el poder de negociación de clientes se considera que es medio, esto debido al número de clientes potenciales en la ciudad de Guayaquil que es medio y una de las razones es la cultura del ecuatoriano que busca tener su propia oficina, sin pensar en los costos en los cuales se incurriría si la alquilaría.

En el gráfico inferior, se muestra el resumen del análisis del modelo de competitividad ampliada, propuesto por el profesor Michael Porter, mediante las 5 Fuerzas de Porter descritas en los párrafos que anteceden.

Gráfico 7.- Modelo de Porter – Networking Zone



Fuente: Autores de Tesis



## **CAPÍTULO 4.- ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **4.1. PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **4.1.1. PROBLEMA DE DECISIÓN GERENCIAL**

Dentro del problema de decisión gerencial hemos planteado lo siguiente:

- Determinar si se debe implementar Networking Zone (servicio de alquiler de oficinas profesionales amobladas con servicios básicos, internet, limpieza y guardianía incluido), una vez identificados sus potenciales clientes, competidores, productos sustitutos y canales de distribución.

#### **4.1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

En lo que respecta a la investigación de mercado; se formuló que el problema principal es determinar las preferencias e intenciones de compra de nuestros potenciales clientes, en el servicio que ofrecemos.

- Determinar la demanda de personas que buscan alquilar oficinas profesionales amobladas.

#### **4.1.3. OBJETIVO GENERAL**

Determinar las preferencias e intenciones de uso; de las oficinas amobladas de alquiler; por los FreeLancer, profesionales independientes y microempresarios dentro de la ciudad de Guayaquil.

### 4.1.4. MATRIZ DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE “NETWORKING ZONE” - ALQUILER DE OFICINAS AMOBLADAS

| Paso 1 del proceso de Investigación de Mercado   |  | Paso 2 del proceso de Investigación de Mercado                     |   |   | Paso 3 del proceso de Investigación de Mercado   |  |   |                                 |                           |
|--|--|--|---|---|--|--|---|---------------------------------|---------------------------|
| Problema de Decisión Gerencial   | Problema de Investigación de Mercados  | Componentes (Objetivos Generales)                                  | Preguntas de Investigación (Objetivos Específicos)  | Hipótesis   | Diseño (s) de Investigación  | Diseño Exploratorio: Procedimiento/Técnica | Diseño Coadyuvante: Procedimiento / Técnica |                                 |                           |
| Determinar si se debe implementar Networking Zone (servicio de alquiler de oficinas profesionales amobladas, que incluyen servicios básicos, internet, limpieza y guardería), identificando los potenciales clientes, competidores, productos sustitutos, y canal de distribución. | Determinar la cantidad de demanda de personas que buscan servicio de alquiler de oficinas profesionales amobladas. | Determinar el perfil de los potenciales usuarios de este servicio. | Conocer la edad de los profesionales independientes / freelance   | ND  | Exploratorio y Concluyente   | Fuentes Primarias y Secundarias            | Publicaciones y Encuestas                   |                                 |                           |
|  |  |  | En qué sector del Guayaquil le presta su servicio profesional a sus clientes?   | ND  | Exploratorio y Concluyente   | Fuentes Primarias y Secundarias            | Encuestas                                   |                                 |                           |
|  |  |  | Que actividades realizan los profesionales / freelance, en las cuales necesitan una oficina amoblada?   | ND  | Exploratorio y Concluyente   | Fuentes Primarias y Secundarias            | Encuestas                                   |                                 |                           |
|  |  |  | Que trabajos de oficina y tecnológicos y servicios administrativos necesitan los freelance, profesionales independientes en su oficina.   | ND  | Exploratorio y Concluyente   | Fuentes Primarias y Secundarias            | Publicaciones y Encuestas                   |                                 |                           |
|  |  |  | Si está tiene un lugar donde trabaja o oficina amoblada y operativas de alquiler para realizar sus actividades como profesional independiente / freelance, donde desea que este ubicada la empresa? | ND  | Exploratorio y Concluyente   | Fuentes Primarias y Secundarias            | Publicaciones y Encuestas                   |                                 |                           |
|  |  |  | Que monto de pago se está pagando por el servicio de alquiler de oficina amoblada?  | ND  | Exploratorio y Concluyente   | Fuentes Primarias y Secundarias            | Publicaciones y Encuestas                   |                                 |                           |
|  |  |  | Con que frecuencia usted (profesional independiente / freelance) necesita un lugar físico para trabajar.  | ND  | Exploratorio y Concluyente   | Fuentes Primarias y Secundarias            | Publicaciones y Encuestas                   |                                 |                           |
|  |  | Determinar cuántos competidores están en el mercado de Guayaquil.  | Determinar cuántos competidores están en el mercado de Guayaquil.   | Determinar cuántos competidores están en el mercado de Guayaquil. | Cuánto dinero usted (profesional independiente / freelance) es capaz de pagar por una oficina profesional amoblada?  | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Publicaciones y Encuestas |
|  |  |  |   |   | Conoce usted, si existe otra empresa en la ciudad de Guayaquil que brinde un servicio igual o similar al brindado?   | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Publicaciones y Encuestas |
|  |  |  |   |   | Conoce usted, qué servicios le brinda la empresa en alquiler de oficina?   | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Publicaciones y Encuestas |
|  |  |  |   |   | Y detalle cuales son los servicios que ofrece la empresa?  | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Publicaciones y Encuestas |
|  |  |  |   |   | Cuales su nivel de satisfacción con el servicio que le brinda la empresa donde alquila su oficina amoblada?  | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Publicaciones y Encuestas |
|  |  |  |   |   | En que rango de precios se encuentra el servicio que le brinda?  | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Publicaciones y Encuestas |
|  |  |  |   |   | ¿Usted, actualmente alquila una oficina?   | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Encuestas                 |
|  |  |  |   |   | ¿Usted, considera que parte de la oficina que alquila tiene lugar subutilizado?  | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Encuestas                 |
|  |  |  |   |   | Cuales el precio que usted paga por el servicio de alquiler de oficina?  | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Encuestas                 |
|  |  |  |   |   | El valor que usted paga por alquiler de oficina, incluye los servicios de Internet, limpieza, guardería, Servicios Básicos?                                | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Encuestas                 |
|  |  | Conocer los sustitutos de una oficina profesional amoblada.        | Conocer los sustitutos de una oficina profesional amoblada.   | Conocer los sustitutos de una oficina profesional amoblada.       | Cuales el valor aproximado que usted paga por los servicios de Internet, limpieza, guardería, Servicios Básicos?   | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Encuestas                 |
|  |  |  |   |   | Conoce usted, donde actualmente se reúnen los profesionales independientes / freelance con sus clientes para el desarrollo de sus actividades y proyectos? | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Publicaciones y Encuestas |
|  |  | Evaluar los posibles Canales de Distribución.                      | Evaluar los posibles Canales de Distribución.   | Evaluar los posibles Canales de Distribución.                     | Conoce usted, el precio ofertado por el servicio?  | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Publicaciones y Encuestas |
|  |  |  |   |   | Por qué medio le gustaría enterarse de la existencia de este servicio de alquiler de oficina amoblada?   | ND   | Exploratorio y Concluyente                  | Fuentes Primarias y Secundarias | Publicaciones y Encuestas |

## **4.2.DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN (ENCUESTAS)**

El diseño de la encuesta se basa en el cumplimiento de los objetivos generales y específicos de nuestro problema gerencial de investigación de mercado.

Para realizar el levantamiento de la información, usamos como herramienta la encuesta. Esta está conformada por veinticinco (25) preguntas; en las cuales buscamos identificar la percepción de nuestros clientes potenciales, establecer cuáles son nuestros competidores, definir el precio de este servicio en el mercado, conocer el perfil de nuestro grupo objetivo y los posibles canales de distribución. (Anexo 2).

Además, se dará una breve introducción de los objetivos de la encuesta y se buscará establecer un perfil de los clientes que se interesarían por este servicio (alquiler de oficinas amobladas y profesionales), usando como instrumento la escala de Likert, para conocer el grado de satisfacción y sus preferencias.

## **4.3.IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN**

Para determinar la población de la presente investigación, se tomó la información del último censo poblacional del año 2010, donde se indica que la ciudad de Guayaquil tiene un total de 2,4 millones de habitantes. Además, los datos basados en la Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo; con corte a diciembre de 2015; indican que la población económicamente activa (PEA) de Guayaquil es de 1,3 millones de personas y que solo el 50,5% posee un trabajo formal, o sea, que cumpla con las regulaciones establecidas por el gobierno del Ecuador (SRI, IESS, MRL). Esto corresponde a 0,65 millones de pobladores. Adicionalmente, la Superintendencia de Compañías, en su ranking anual de compañías del 2014, establece que existen 20.885 microempresas constituidas en el Ecuador, que se componen desde 1 hasta 9 trabajadores promedio. Por lo que podemos identificar que en la ciudad de Guayaquil existen 9.561 microempresas y 32.289 plazas de trabajo, que representan el 46% de operaciones y actividades económicas del Ecuador.

**Tabla 3.- Datos Estadísticos del Ecuador**

|                        | Ecuador       | Guayaquil    |
|------------------------|---------------|--------------|
| Población (Censo 2010) | 14,4 millones | 2,4 millones |
| PET                    | 11,3 millones | 1.8 millones |
| PEA                    | 7,6 millones  | 1,3 millones |
| % de Empleos Formales  | -             | 50.5%        |
| Microempresas          | 20.885        | 9.561        |
| Población para muestra | -             | 9.561        |

Fuente: Autores de tesis

#### 4.4.DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la ejecución de la investigación se ha contemplado dos (2) mecanismos para la adquirir información:

**Información primaria:** A través de la técnica cuantitativa, realizara como herramienta la encuesta, que se realizarán a microempresarios, de forma aleatoria en la ciudad de Guayaquil, donde se analizaran el nivel de aceptación de los potenciales clientes.

**Información secundaria:** Corresponde a la observación de documentos e información, cuyas fuentes sean el INEC, Superintendencia de Compañías, otras tesis, y páginas web que hagan referencia al alquiler de oficinas/espacios coworking.

#### 4.5.TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra (n) del segmento de clientes directos de Networking Zone, se ha considerado las poblaciones finitas y como población (N) las infinitas.

Se determinó una muestra de 68 encuestas, con la ayuda de la herramienta informática Raosoft

(calculadora web), para definir tamaños de muestras, las cuales se le realizarán a nuestro grupo objetivo, basados en un margen de error del 10%, nivel de confianza del 90%.

**Gráfico 8.- Determinación de Muestras para Encuestas**

The screenshot shows the Raosoft sample size calculator interface. The main form has the following inputs: Margin of error: 10%, Confidence level: 90%, Population size: 333, and Response distribution: 50%. The calculated sample size is 58. Below this, there is a table titled 'Alternate scenarios' with the following data:

| With a sample size of         | 133   | 200   | 300  | With a confidence level of        | 90 | 95 | 99 |
|-------------------------------|-------|-------|------|-----------------------------------|----|----|----|
| Your margin of error would be | 6.18% | 5.75% | 4.6% | Your sample size would need to be | 60 | 56 | 64 |

Fuente: Autores de Tesis

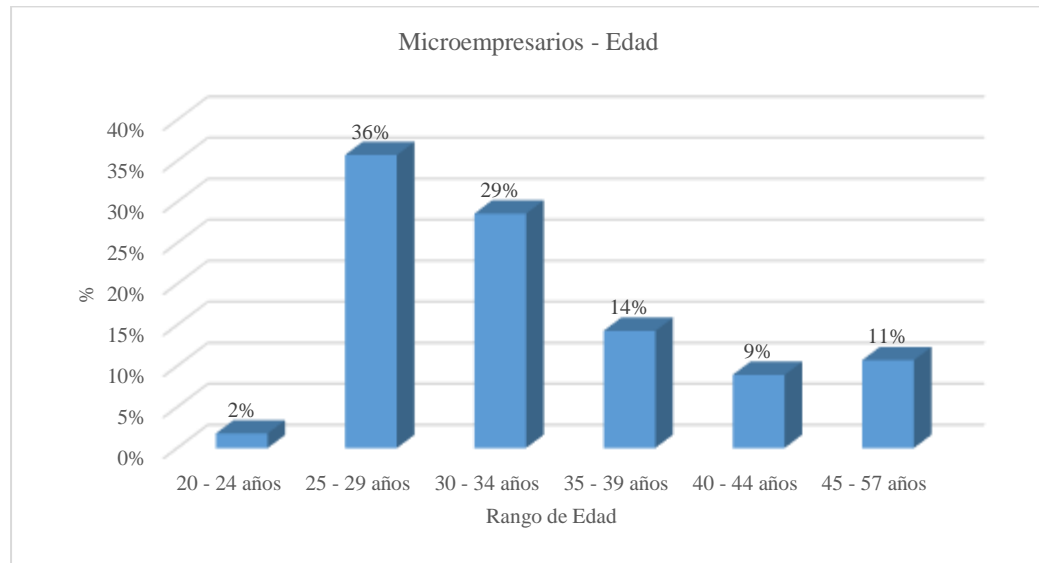
## 4.6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Para realizar la investigación de mercado, se establecieron 4 objetivos generales con los que se obtendrá un mejor entendimiento del perfil del cliente, la demanda del producto, la competencia y los canales de distribución a usarse.

### 4.6.1. DETERMINAR EL PERFIL DE LOS POTENCIALES USUARIOS DE ESTE SERVICIO

- Conocer la edad de los profesionales independientes / FreeLancer

**Gráfico 9.-Encuestas – Microempresarios por edad**

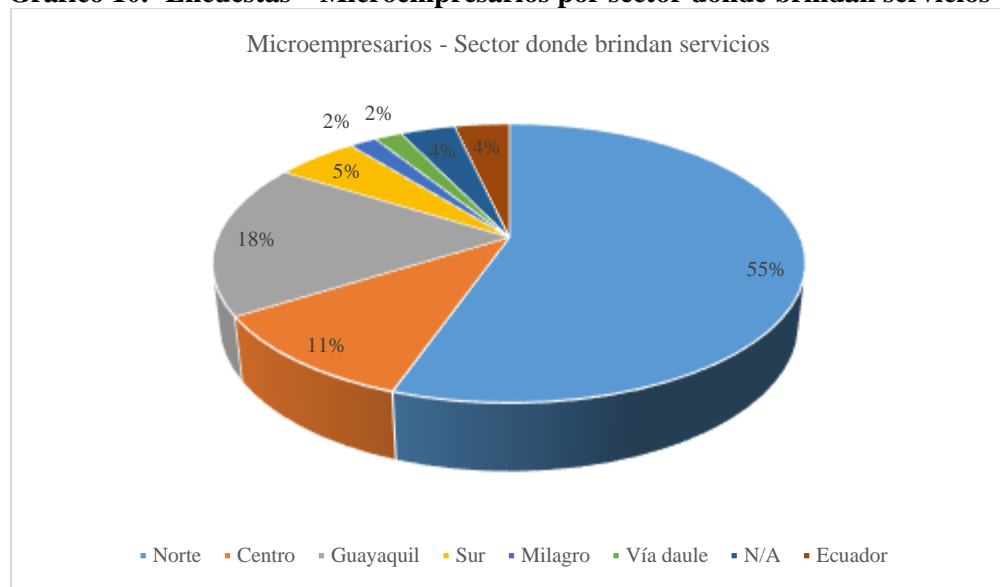


Fuente: Autores de Tesis

El 79% de los microempresarios encuestados tiene entre 25 y 39 años lo cual indica son relativamente jóvenes o cualquier tipo de ideas innovadoras.

- ¿En qué sector del Guayaquil la persona le brinda su servicio profesional a sus clientes?

**Gráfico 10.- Encuestas – Microempresarios por sector donde brindan servicios**



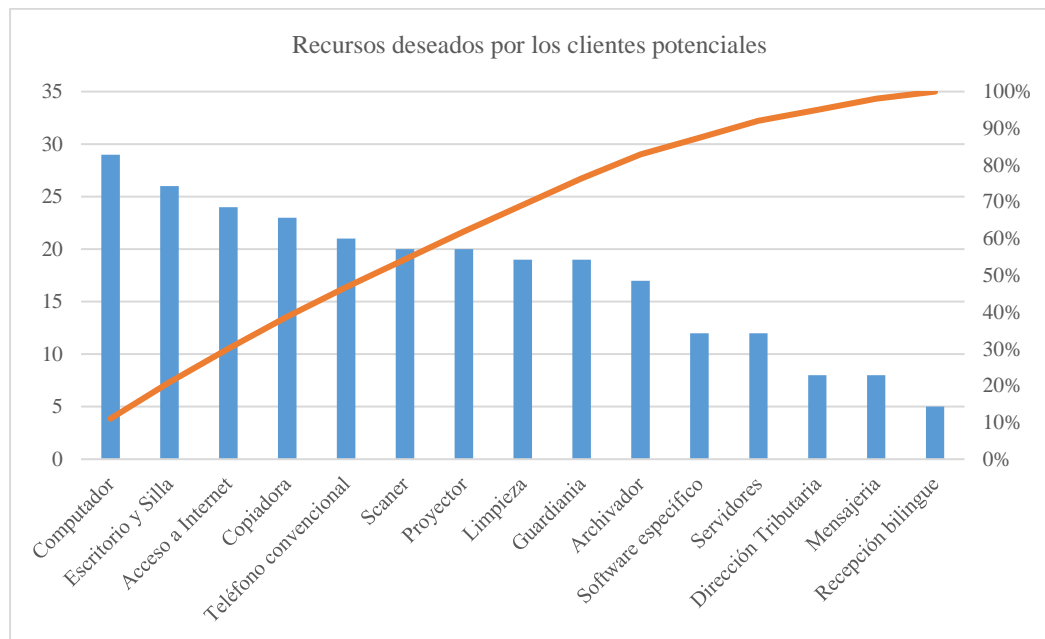
Fuente: Autores de la tesis

## Networking Zone S.A.

Se evidencia que el 66% de los microempresarios encuestados prestan sus servicios entre el Norte (55%) y centro de la ciudad, y un 18% lo hacen en toda la ciudad, por lo cual este tipo de información nos daría un indicio de la localización de nuestras instalaciones.

- ¿Qué equipos de oficina, dispositivos tecnológicos y servicios administrativos necesitan los FreeLancer o profesionales independientes en su oficina?

**Gráfico 11.-Encuestas – Recursos deseados por los consumidores potenciales**



Fuente: Autores de Tesis

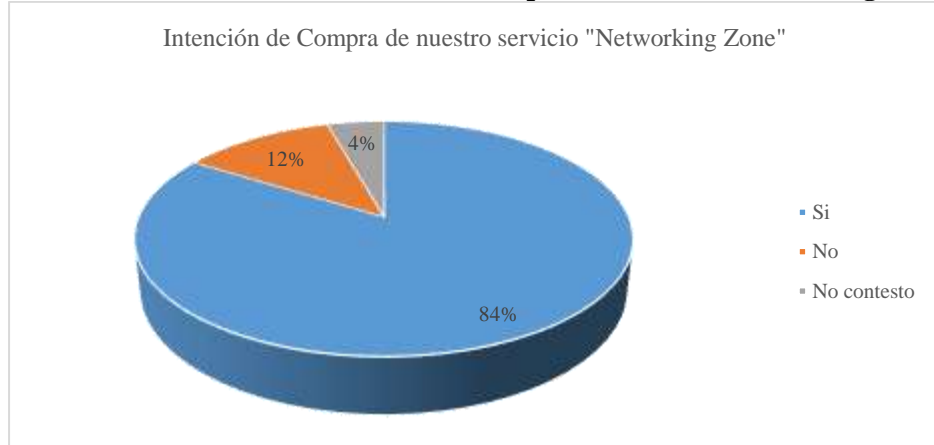
Los recursos que los microempresarios han considerado necesarios para tener una oficina acorde a sus actividades son: equipos de cómputo, muebles de oficina, acceso de internet de alta velocidad, telefonía convencional y recepción. Además, servicios limpieza, guardianía, mensajería y dirección tributaria para los trámites legales.

- ¿Si existiera un lugar donde ofrecen oficinas amobladas y operativas de alquiler para realizar sus actividades como profesional independiente / FreeLancer?, ¿Dónde desearía que esté ubicada la empresa?

## Networking Zone S.A.

Se logró identificar un 84% de intención de compra del servicio, en relación a un 12% que no estaría interesado en el servicio y un 4% de encuestados que no contestó dicha interrogante. Esto nos indica la aceptabilidad del servicio por los potenciales usuarios de nuestro mercado.

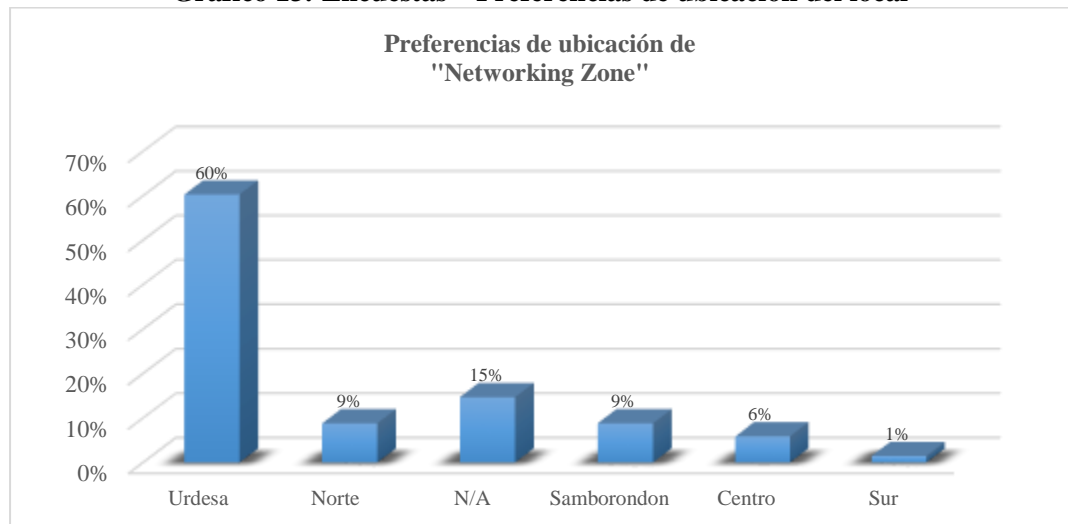
**Gráfico 12.-Encuestas – Intención de compra de servicios Networking Zone**



Fuente: Autores de Tesis

Adicionalmente, se observó que el 60% de los encuestados, mostraron interés en las instalaciones ubicadas en el sector de Urdesa de la ciudad de Guayaquil.

**Gráfico 13.-Encuestas – Preferencias de ubicación del local**



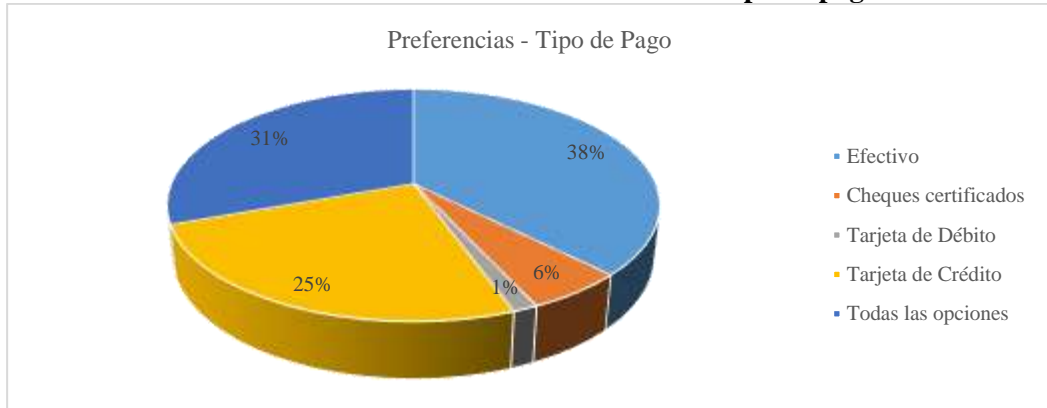
Fuente: Autores de Tesis



**Networking Zone S.A.**

- ¿Qué método de pago usaría para pagar el servicio de alquiler de oficina amoblada? La preferencia de pago es en “Efectivo” con un 38%, y por un 7% menos nuestros clientes quisieran tener la posibilidad de escoger el método de pago de su preferencia (Efectivo, Cheques, Tarjeta de débito y crédito).

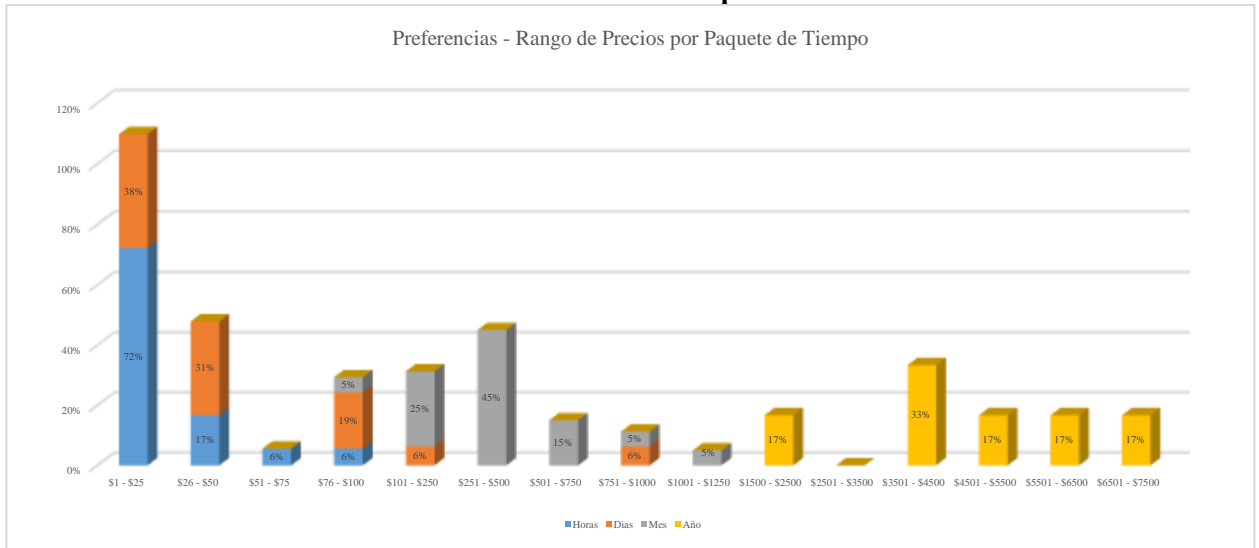
**Gráfico 14.- Encuestas – Preferencias en tipo de pago**



Fuente: Autores de Tesis

- ¿Cuánto dinero usted (profesional independiente / FreeLancer) está dispuestos a pagar por una oficina profesional amoblada?

**Gráfico 15.- Encuestas – Preferencias en precios del servicio**

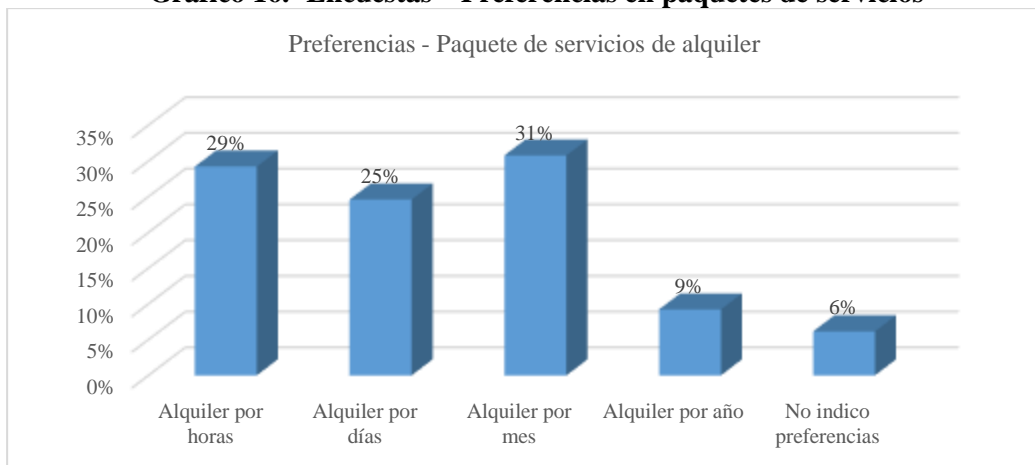


Fuente: Autores de Tesis

Dadas las preferencias mostradas en el gráfico superior, se determinó los precios por paquete de alquiler de oficina, según el tiempo de uso, en el que 72% de encuestados prefiere el paquete de alquiler por horas y estableció un precio de \$1 a \$25, mientras que el 31% escogió el paquete de alquiler por día a un precios que está dentro \$26 y \$50, por otro lado el 45% escogió el alquiler por mes entre los \$251 y \$500 y finalmente solo un 33% escogió de alquiler por un año.

Los encuestados determinaron preferencias en el paquete mensual con un 31%, seguido por el alquiler por hora con un 29%, y 25% se inclinó por el paquete de alquiler por días, como se muestra en el cuadro inferior.

**Gráfico 16.- Encuestas – Preferencias en paquetes de servicios**



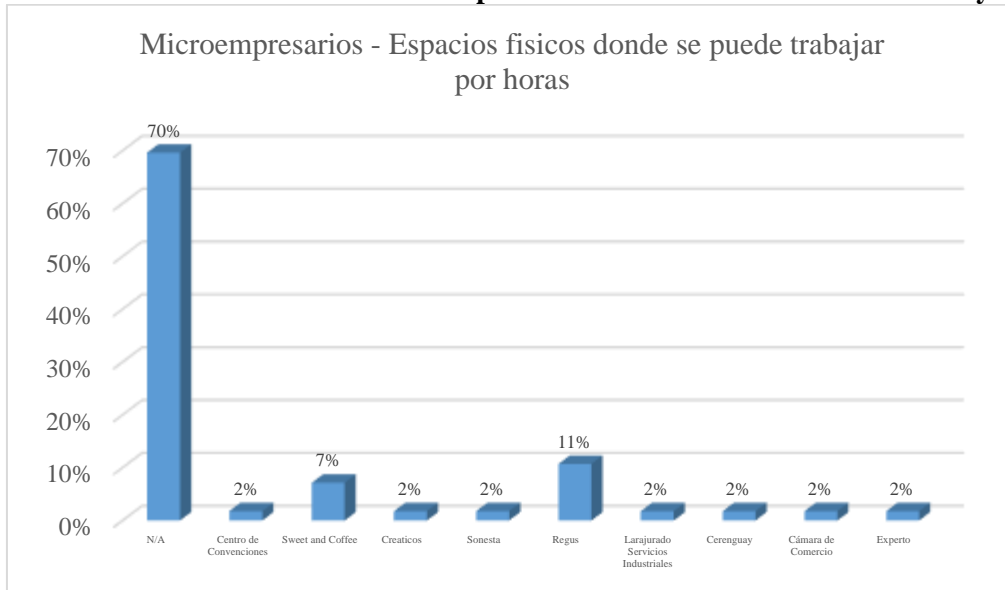
Fuente: Autores de Tesis

#### **4.6.2. DETERMINAR CUÁNTOS COMPETIDORES EXISTEN EN EL MERCADO DE GUAYAQUIL**

- ¿Conoce usted otra empresa en la ciudad de Guayaquil que brinde un servicio igual o similar al ofrecido?

Se identificaron lugares donde los microempresarios pueden encontrar un servicio de alquiler de oficinas para trabajar por horas, estas son empresas como Regus, Creaticos y Centro de Convenciones, mientras que un 70% de encuestados no identifica este tipo de lugares.

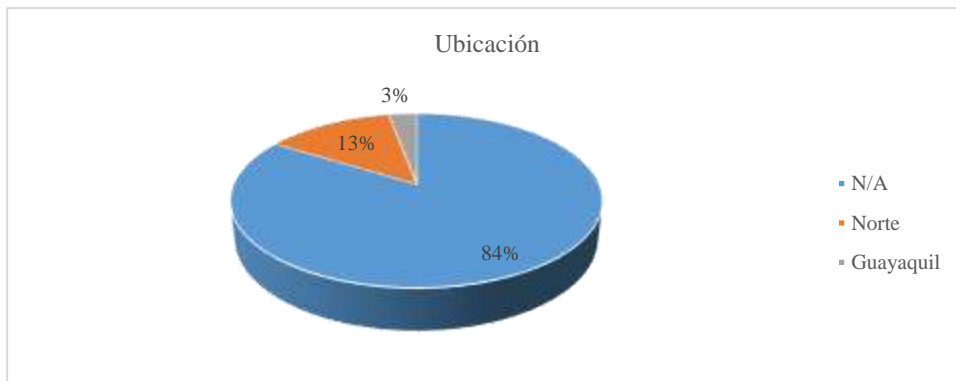
**Gráfico 17.- Encuestas – Competencia existente en el mercado de Guayaquil**



Fuente: Autores de Tesis

Además, se identifica que estos lugares están ubicados al Norte de la ciudad (13%), otros en todo Guayaquil (3%)

**Gráfico 18.- Encuestas – Ubicación zonal de la competencia**



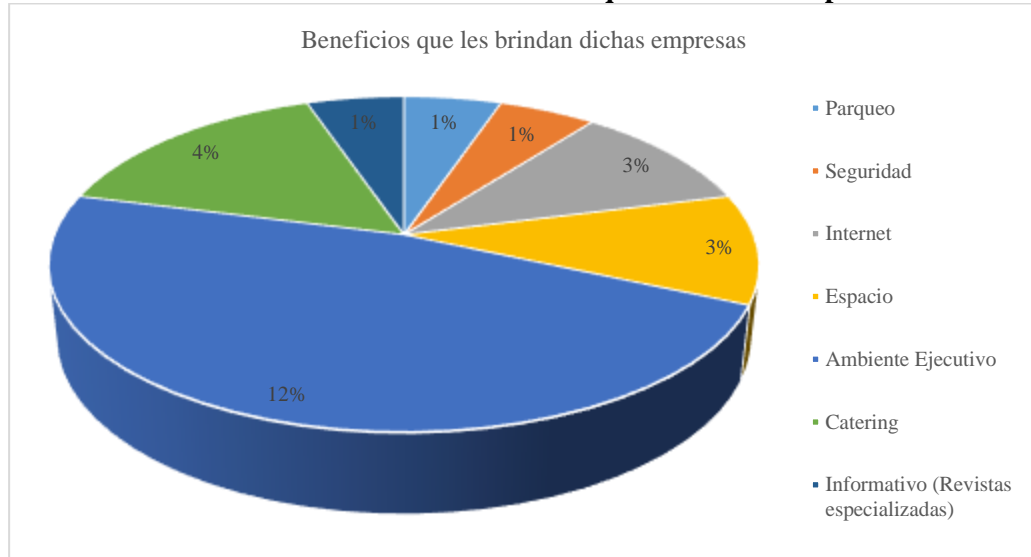
Fuente: Autores de Tesis

- ¿Conoce usted qué servicios le brinda la empresa en alquiler de oficina? Y detalle cuáles son los servicios que ofrece la empresa

Se pudo identificar que los encuestados valoran el ambiente ejecutivo de estos lugares (12%), el servicio de catering que brindan y además valoran el servicio de parqueo,

espacio e internet. Mientras que un 75% de los encuestados no dio contestación a dicha interrogante.

**Gráfico 19.- Encuestas – Beneficios que brinda la competencia**

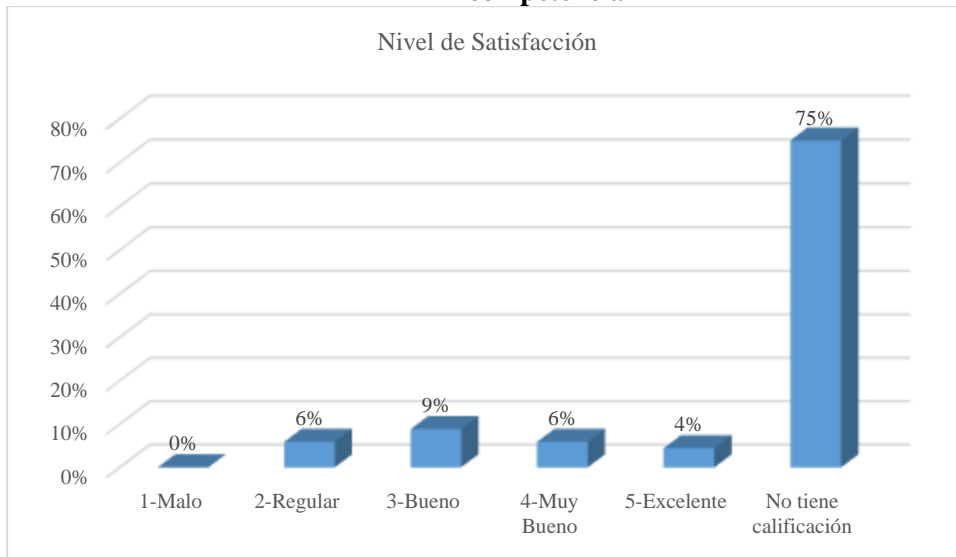


Fuente: Autores de Tesis

- ¿Cuál es su nivel de satisfacción con el servicio que le brinda la empresa donde alquila su oficina amoblada?

Se identificó que el 9% de los encuestados considera que el servicio brindado por la competencia se encuentra en un rango de satisfacción “Bueno”, mientras que el 75% no tiene calificación.

**Gráfico 20.- Encuestas – Nivel de satisfacción de los servicios brindados por la competencia**



Fuente: Autores de Tesis

- ¿Actualmente usted alquila una oficina?

Identificamos que el 84% de los microempresarios encuestados alquila oficina, mientras que el 16% de ellos indica que no.

**Gráfico 21.- Encuestas – Demanda de alquiler de oficinas**

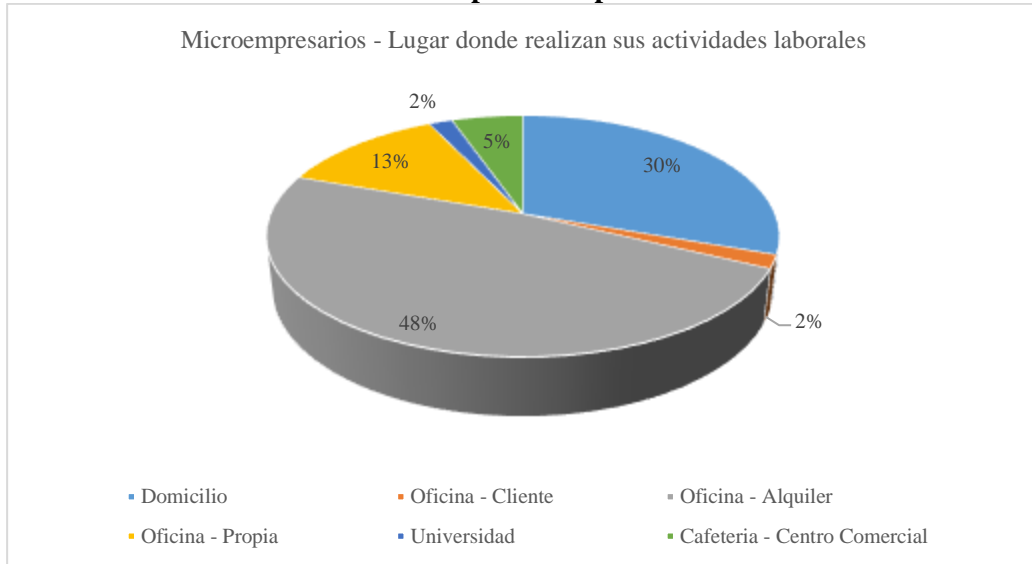


Fuente: Autores de Tesis

En el siguiente gráfico podemos observar como los microempresarios han adaptado lugares y los han ambientado como oficinas, para desarrollar sus actividades

laborales. El 48% de microempresarios alquilan oficinas, mientras que el 30% de ellos usa su domicilio como lugar de trabajo, un 13% posee su propia oficina y un 5% de los microempresarios usan las cafeterías, restaurantes y universidades como centro de operaciones.

**Gráfico 22.- Encuestas – Microempresarios por sector donde brindan servicios**



Fuente: Autores de Tesis

- ¿Considera que su oficina posee un lugar subutilizado?

El 50% de los encuestados que alquila oficinas, revela que tienen espacio subutilizado, podríamos presumir que no está existiendo una optimización de recursos económicos.

**Gráfico 23.- Encuestas –Subutilización de oficinas alquiladas**

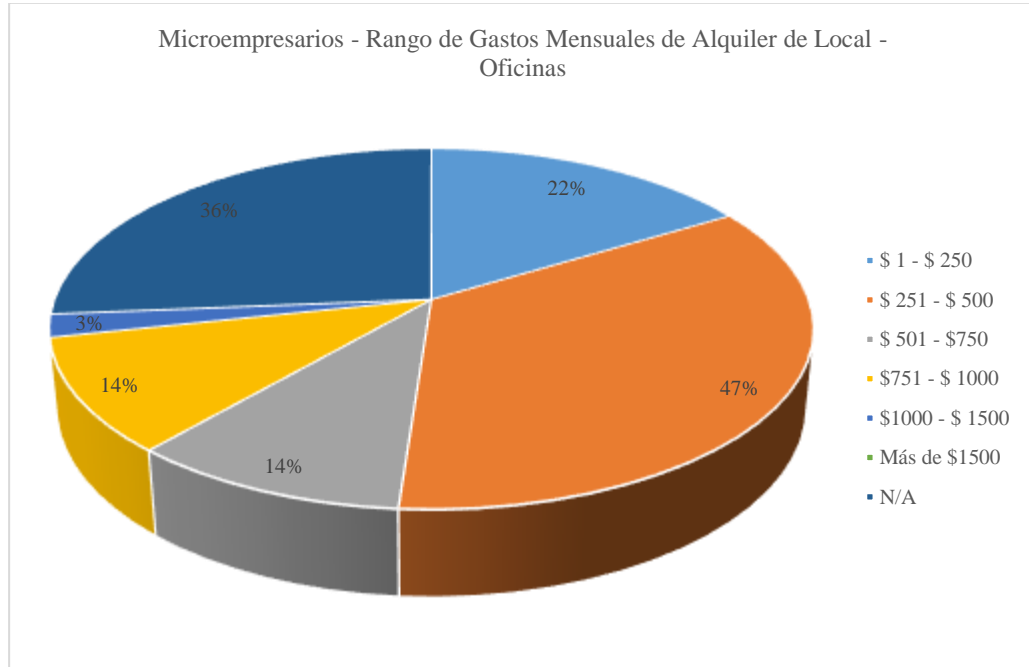


Fuente: Autores de Tesis

- ¿Cuál es el precio que usted paga por el servicio de alquiler de oficina?

Se pudo identificar que el 47% de los microempresarios tiene gastos por concepto de alquiler de oficinas (arriendo) alrededor de los \$251 y \$500, y otro 22% entre \$1 y \$250. Un 36% no especifico los valores gastados en dicho rubro.

**Gráfico 24.- Encuestas – Rango de gastos mensuales de los microempresarios por concepto alquiler**

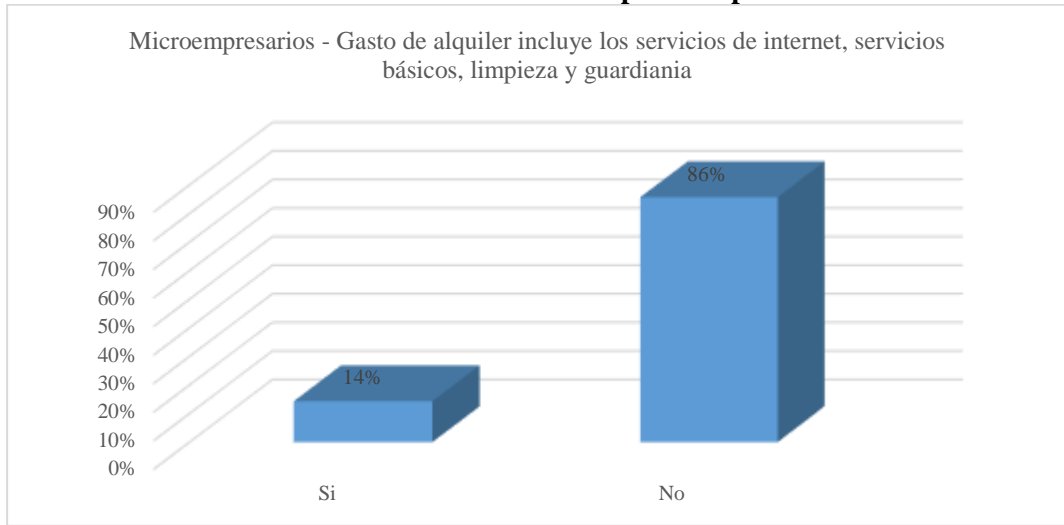


Fuente: Autores de Tesis

- ¿El valor que usted paga por alquiler de oficina, incluye los servicios de Internet, limpieza, guardianía y servicios Básicos?

El 86% de los microempresarios, debe desembolsar otro valor monetario por concepto de gastos de internet, servicios básicos, limpieza y guardianía.

**Gráfico 25.- Encuestas – Gastos adicionales para la operación de las oficinas**

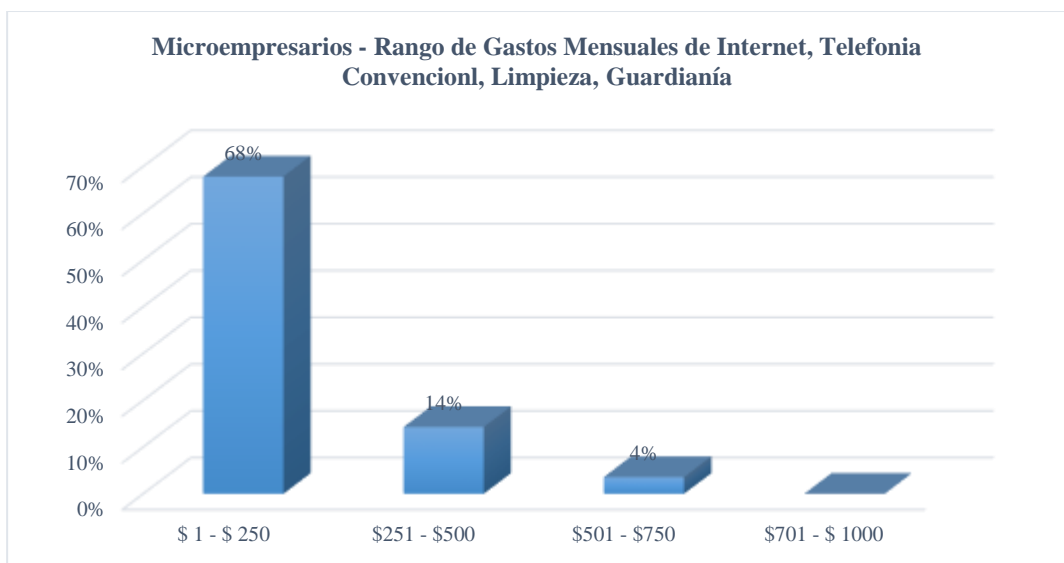


Fuente: Autores de Tesis

- ¿Cuál es el valor aproximado que usted paga por los servicios de internet, limpieza, guardianía y básicos?

Se observó que los gastos administrativos por concepto de internet, telefonía, guardianía y servicios básicos, fluctúan entre \$1 y \$250, que representan el 68% de mercado.

**Gráfico 26.- Encuestas – Rango de gastos mensuales de los microempresarios en gastos administrativos**



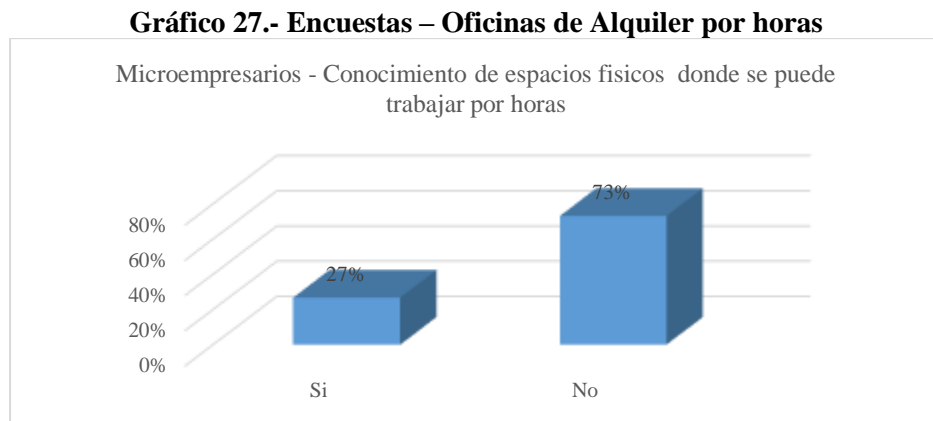
Fuente: Autores de Tesis



### 4.6.3. CONOCER LOS SUSTITUTOS DE UNA OFICINA PROFESIONAL

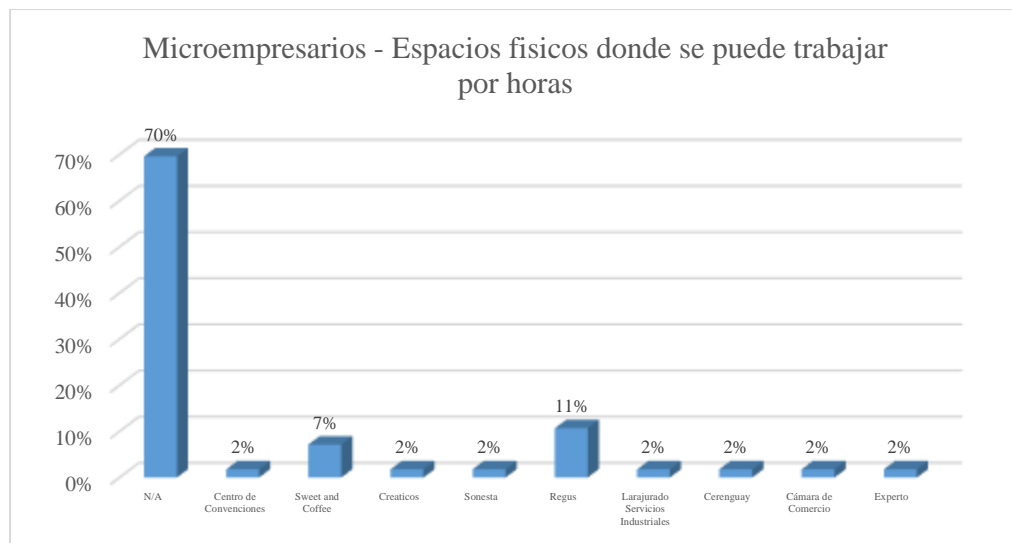
- ¿Conoce algún lugar donde se reúnan los profesionales independientes / FreeLancer con sus clientes, para el desarrollo de sus actividades y proyectos?

El 27% de los encuestados conocen ciertos lugares que cuentan con espacios físicos donde se puede trabajar por horas.



Fuente: Autores de Tesis

Con la respuesta dada por los encuestados se pudo identificar los siguientes lugares sustitutos: Sweet & Coffee y otras cafeterías de forma general.



Fuente: Autores de Tesis

## 4.7. CONCLUSIONES

Dentro de los resultados que se obtuvieron por medio de las encuestas y consultas, realizadas a microempresarios/FreeLancer de la ciudad de Guayaquil, pudimos concluir con lo siguiente:

- ✚ El 84% de los microempresarios encuestados tiene intención de compra del servicio brindado por Networking Zone (alquiler de oficinas amobladas).
- ✚ Existen 3 paquetes con similitud de aceptación. Un 31% de microempresarios está de acuerdo con el alquiler por mes, 29% por el alquiler por horas y 25% por el paquete de alquiler por días.
- ✚ Entre los microempresarios consultados, el 71% de los profesionales que escogió el paquete de alquiler por horas considera pagar entre \$ 1 - \$25; así mismo los que escogieron el paquete de alquiler por Días consideran pagar el mismo valor mencionado. En el paquete alquiler por mes el 45% considera pagar entre \$251 - \$750 por mes; y en el anual consideran pagar entre \$3501 - \$4500 anualmente.
- ✚ 79% de los microempresarios esta entre los 25 y 39 años de edad.
- ✚ 13% de los microempresarios tienen oficinas propias, mientras que el 78% usa su domicilio como oficina. Otros alquilan oficinas sin amoblar, y un 5% utilizan las cafeterías de centros comerciales para realizar de operaciones.
- ✚ El 69% de los microempresarios, indican no tener conocimiento de otras empresas donde se brinde un servicio similar al que se desea brindar.

## **CAPÍTULO 5.- PLAN DE MARKETING**

La idea de negocio Networking Zone se encuentra en una industria poco desarrollada en el Ecuador. La hemos encasillado dentro del sector inmobiliario porque se especializa en el alquiler de oficinas. Se debe tomar en cuenta que actualmente en Guayaquil existen dos empresas que brindan este tipo de servicios: Regus y El Invernadero que son competencia directa, con el siguiente plan de marketing se persigue contrarrestar la competencia directa haciendo la diferenciación y valor agregado al servicio propuesto.

### **5.1. OBJETIVOS DE MARKETING**

Planteamos objetivos generales y específicos para el desarrollo de la idea de negocio Networking Zone.

#### **Objetivo general:**

- ✓ Diseñar e implementar estrategias promocionales con las cuales los clientes de Networking Zone se sientan satisfechos y puedan reconocer que la utilización de este servicio incrementará su satisfacción, optimizará su tiempo y maximizará sus ahorros en gastos operativos.

#### **Objetivos específicos:**

- ✓ Posicionar a “Networking Zone” como la primera empresa en la ciudad de Guayaquil en ofrecer servicios de alquiler de oficinas amobladas y operativas.
- ✓ Dar a conocer Networking Zone como un servicio innovador, que agregará valor a las microempresas y les ayuda a relacionarse estratégicamente con otras, captando en su lanzamiento al mercado un mínimo del 1.5% de los clientes objetivo establecidos.
- ✓ Incrementar la cuota de mercado de manera continua en un 1% anual.

### **5.2. MERCADO OBJETIVO**

El mercado objetivo que se ha establecido para “Networking Zone” son los microempresarios que requieran realizar sus actividades en la ciudad de Guayaquil. En base a la investigación de mercado realizada, se identificó un porcentaje de aceptación del 84% de los encuestados,

## Networking Zone S.A.

es decir, aproximadamente 6.746 microempresas interesadas en nuestros servicios, lo que representa a 20.238 trabajadores aproximadamente.

### 5.3. POSICIONAMIENTO

“Networking Zone” busca posicionarse en la mente de los microempresarios como una empresa de origen ecuatoriano, que se orienta en la atención al cliente de manera profesional y personalizada para cada tipo de operaciones y necesidades. El objetivo de la organización es brindar a los microempresarios una oficina totalmente amoblada acorde a sus demandas, de una forma eficiente e incluso brindando un mejor mantenimiento y seguridad.

La empresa actuará con el nombre comercial “Networking Zone”, con el slogan: “Trabaja independientemente, pero no solo”. Con esto queremos manifestar a los microempresarios, que su actividad es parte de un trabajo conjunto y que en las instalaciones podrán encontrar socios estratégicos o potenciales clientes, y podrán sentir un grado de pertenencia hacia la empresa.

Logo de Networking Zone.-



Fuente: Autores de Tesis

### 5.4. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing contiene las siguientes estrategias:

### 5.4.1. SERVICIOS

Actualmente, en el mercado ecuatoriano existen 2 empresas que brindan similares servicios en la ciudad de Guayaquil: Regus con cinco años y El Invernadero con tres meses. Por lo que se evidencia que las alternativas de selección son escasas y limitadas para la demanda.

Networking Zone ofrecerá paquetes de alquiler de oficinas amobladas con diversidad de opciones de frecuencia de arrendamiento, de acuerdo a las necesidades de los microempresarios. A continuación se detalla los siguientes servicios.

#### PAQUETE PLATINIUN

| Nombre del Paquete         | Oficina Gerencial  | Oficina Ejecutiva  |
|----------------------------|--|--|
| <b>Detalle del Paquete</b> | <b>Espacio Privado:</b><br>1 Escritorio<br>1 Silla ejecutiva<br>2 Sillas de invitados<br>1 Archivador Aéreo<br>2 horas mensuales de Sala de Reuniones<br><b>Servicios:</b><br>Recepción de llamadas<br>Mensajería ( 2 veces a la semana)<br>Dirección Fiscal<br>Telefonía Convencional<br>Impresión (50 B/N)<br>Ambiente de Cafetería<br>Parqueadero (2 veces a la semana) | <b>Espacio Privado:</b><br>1 Escritorio<br>1 Silla ejecutiva<br>2 Sillas de invitados<br>1 Archivador<br>8 horas mensuales de Sala de Reuniones<br><b>Servicios:</b><br>Recepción de llamadas<br>Mensajería<br>Dirección Fiscal<br>Telefonía Convencional<br>Impresión (100 B/N)<br>Ambiente de Cafetería<br>Parqueadero (4 veces a la semana) |

Fuente: Autores de Tesis

**PAQUETE ORO**

| Nombre del Paquete         | Oficina Básica   | Oficina Simple  | Oficina Semi-Ejecutiva  |
|----------------------------|--|---|---|
| <b>Detalle del Paquete</b> | <b>Ambiente Compartido:</b><br>1 Escritorio<br>1 Silla de secretaria<br>1 Aéreo<br><b>Servicios:</b><br>Impresión (20 B/N) | <b>Espacio Privado:</b><br>1 Escritorio<br>1 Silla de secretaria<br>1 Aéreo<br>2 horas en Sala de Reuniones<br><b>Servicios:</b><br>Recepción de llamadas<br>Mensajería<br>Impresión (20 B/N) | <b>Espacio Privado:</b><br>1 Escritorio<br>1 Silla de secretaria<br>1 Aéreo<br>2 horas en Sala de Reuniones<br><b>Servicios:</b><br>Recepción de llamadas<br>Mensajería<br>Impresión (20 B/N) |

Fuente: Autores de Tesis

**PAQUETE BRONCE**

| Nombre del Paquete         | Oficina Virtual 1  | Oficina Virtual 2  |
|----------------------------|--|--|
| <b>Detalle del Paquete</b> | Dirección Fiscal<br>Recepción y Manejo profesional de llamadas locales (Ilimitado) | Dirección Fiscal<br>Recepción y Manejo profesional de llamadas locales (Ilimitado)<br>5 días de oficina privada al mes |

Fuente: Autores de Tesis

## Networking Zone S.A.

### 5.4.1.1. Desayunos Networking

Para impulsar la integración de nuestros clientes y que se creen alianzas estratégicas que beneficien los intereses de ellos se creará el evento mensual “Desayunos Networking” que se realizará los 2 primeros viernes de cada mes. De esta forma todos los clientes serán invitados y los mismos deberán confirmar su asistencia al evento para la preparación de la logística.

Antes de cada “Desayuno Networking” los asistentes recibirán un pequeño perfil de los asistentes (Profesionales Independientes, Freelancer, Pymes) de esta forma existiría una estrategia previa de preparación por parte del asistente y así conocer sus intereses, consultar sus perfiles sociales, saber en qué sector empresarial trabaja y de manera que cada asistente pueda establecer un planning con las personas a las que quiere conocer y cuál es la conexión comercial que les puede unir.

### 5.4.2. PRECIO

Los precios de cada uno de nuestros paquetes de servicio, fue analizado y calculado respecto a nuestro punto de equilibrio.

**Tabla 4.- Precios de los Paquetes de Servicios “Networking Zone”**

| Tipo de Paquete | Nombre                 | Valor UDS \$ Anual* | Valor UDS \$ Mensual | Valor UDS \$ Diario | Valor UDS \$ Horas |
|-----------------|------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|--------------------|
| <b>Platinum</b> | Oficina Gerencial      | 5.616               | 520                  | -                   | -                  |
|                 | Oficina Ejecutiva      | 4.320               | 400                  | 29,75               | -                  |
| <b>Oro</b>      | Oficina Semi-Ejecutiva | 4104                | 380                  | 25,29               | 3,16               |
|                 | Oficina Simple         | 3671                | 340                  | 21,49               | 3,0                |
|                 | Oficina Básica         | 3487,45             | 323                  | 18,27               | 2,85               |
| <b>Bronce</b>   | Oficina Virtual 2      | 2149                | 199                  | -                   | -                  |
|                 | Oficina Virtual        | 1564                | 89                   | -                   | -                  |

Fuente: Autores de Tesis

### 5.4.3. PUBLICIDAD

## Networking Zone S.A.

En la actualidad, la tecnología y medios digitales forman parte de la era moderna. Los datos que se muestran en el Ranking de Redes Sociales Ecuador 2016<sup>4</sup>, realizados por la Consultora “Formación Gerencial”, publicada en su sitio web, se establece que existen cuatro redes sociales que son las más visitadas por los consumidores ecuatorianos: YouTube, Facebook, Twitter, Instagram.

Por lo tanto, hemos decidido realizar la siguiente estrategia promocional:

**Social Media:** Tendremos cuentas activas en Facebook, Twitter, Instagram, donde se generará contenido que atraiga a nuevos clientes y nos posicione como marca en el mercado.

Se implementará el siguiente plan:

**Tabla 5.- Cotización Publicidad**

| Descripción del Servicio   | Valor USD \$ (mensual) |
|--|------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 5 publicaciones en Facebook, 5 en Twitter y 5 en Instagram por semana.</li><li>• Atención al cliente de lunes a viernes en horario de oficina.</li><li>• Generación de contenidos.</li><li>• Publicidad en Facebook.</li><li>• Cuña radial</li></ul> | \$ 700                 |
| Nota Adicional: Alcance mensual de 2.000 personas en redes sociales con una frecuencia de 1 a 2 veces por persona  |                        |

Fuente: Comuna Digital<sup>5</sup>

**Sitio Web “Networking Zone”:** Diseño y desarrollo del sitio web corporativo de la organización, donde se incluya un catálogo de los servicios y atención por chat; además, adaptable a dispositivos móviles.

---

<sup>4</sup> Formación Gerencial, Sitio web, Mayo 2016, <http://blog.formaciongerencial.com/2015/01/26/ranking-paginas-web-ecuador/>

<sup>5</sup> Comuna Digital, Sitio web, Mayo 2016, <http://comunadigital.com.ec/social-media/>



**Tabla 6.- Cotización Sitio Web**

| Descripción del Servicio  | Valor USD \$<br>(mensual) |
|---|---------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño elegante y con los colores de la marca.</li> <li>• 5 páginas informativas con texto, fotos y videos entregados por el cliente.</li> <li>• 1 formulario de contacto.</li> <li>• Diseño adaptable para móviles.</li> <li>• Optimizado para Google.</li> <li>• Incluye hosting y dominio .com.</li> <li>• 1 actualización de contenido por mes.</li> </ul> | \$ 50                     |

Fuente: Comuna Digital

**Trípticos:** Para las personas que visiten las instalaciones se entregará la información relevante de los servicios que se brindan.

**Tabla 7.- Cotización Trípticos**

| Descripción del Servicio                                   | Valor USD \$ |
|--|--------------|
| Construcción de la marca (logotipo, eslogan)               | 600          |
| Diseño de folletos y trípticos                             | 250          |
| Diseño de la papelería más manual de identidad corporativa | 550          |
| Letras corpóreas, material e instalación                   | 1200         |

Fuente: Lcda. Geannina Cevallos (Diseñadora Gráfica)

Gráfico 28.- Diseño Externo de Tríptico – Networking Zone



Somos una empresa de profesionales que busca facilitar la vida de microempresarios y emprendedores a través del alquiler de espacios físicos adecuados, donde podrán realizar sus actividades diarias de trabajo a menor costo. Estamos comprometidos a causar una diferencia positiva en la vida de nuestros clientes, brindándoles una oportunidad real de crecimiento personal, contribución social y de lograr su independencia financiera.

The middle section of the triptych is a dark vertical panel. At the top, it lists 'Horarios de atención' (Operating hours) for weekdays (08:00 - 12:00) and Saturdays (08:00 - 12:00). Below that, it says 'Ubicamos en:' (We are located at:) and provides the address 'Av. Plaza Bahía y avenida 23 No.', phone number '903 581321', and website 'networkingzone@hotmail.com'. The 'Networking Zone' logo is prominently displayed in the center. At the bottom, it says 'Síguenos en:' (Follow us on:) with social media icons for Facebook and Twitter, and the handle '@networkingzone'. A photograph of the office interior at night is visible at the bottom of this section.

The right section of the triptych features the 'Networking Zone' logo at the top, with the tagline 'Trabajando independientemente, pero no solos'. Below the logo is a photograph of a desk with a computer keyboard and a mouse. The main text 'OLVIDATE DE TRABAJAR EN PIJAMAS' is written in large, bold, orange and white letters. Below this is a photograph of four smiling professionals (two women and two men) in an office setting, looking at a laptop. At the bottom, the text 'NETWORKINGZONE FACILITA TU TRABAJO' is written in white.

Gráfico 29.- Diseño Interior Tríptico – Networking Zone

|   |   |   |
|--|---|--|
| PAQUETE PLATINIUM  | PAQUETE ORO   | PAQUETE BRONCE   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Oficina Gerencial</b><br/>Espacio Privado (8 m2),                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Escritorio • 1 Silla ejecutiva</li> <li>• 2 Sillas de invitados • 1 Archivador Aéreo</li> <li>• 2 horas mensuales de Sala de Reuniones.</li> </ul> <b>Servicios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción de llamadas</li> <li>• Mensajería (2 veces a la semana)</li> <li>• Dirección Fiscal</li> <li>• Telefonía Convencional</li> <li>• Impresión (50 B/N)</li> <li>• Ambiente de Cafetería</li> <li>• Parqueadero (2 veces a la semana)</li> </ul> </li> <br/> <li>■ <b>Oficina Ejecutiva</b><br/>Espacio Privado (12 m2),                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Escritorio • 1 Silla ejecutiva</li> <li>• 2 Sillas de invitados • 1 Archivador</li> <li>• 6 horas mensuales de Sala de Reuniones.</li> </ul> <b>Servicios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción de llamadas</li> <li>• Mensajería</li> <li>• Dirección Fiscal</li> <li>• Telefonía Convencional</li> <li>• Impresión (100 B/N)</li> <li>• Ambiente de Cafetería</li> <li>• Parqueadero (4 veces a la semana)</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Oficina Básica</b><br/>Ambiente Compartido (10 días),                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Escritorio</li> <li>• 1 Silla de secretaria</li> <li>• 1 Aéreo</li> </ul> <b>Servicios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión (20 B/N)</li> </ul> </li> <br/> <li>■ <b>Oficina Simple</b><br/>Espacio Privado (10 días),                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Escritorio</li> <li>• 1 Silla de secretaria</li> <li>• 1 Aéreo</li> <li>• 2 horas en Sala de Reuniones</li> </ul> <b>Servicios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción de llamadas</li> <li>• Mensajería</li> <li>• Impresión (20 B/N)</li> </ul> </li> <br/> <li>■ <b>Oficina Semi-Ejecutiva</b><br/>Espacio Privado (30 días),                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Escritorio</li> <li>• 1 Silla de secretaria</li> <li>• 1 Aéreo</li> <li>• 2 horas en Sala de Reuniones</li> </ul> <b>Servicios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción de llamadas</li> <li>• Mensajería</li> <li>• Impresión (20 B/N)</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Oficina Virtual 1</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección Fiscal</li> <li>• Recepción y Manejo profesional de llamadas locales (ilimitado)</li> </ul> </li> <br/> <li>■ <b>Oficina Virtual 2</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección Fiscal</li> <li>• Recepción y Manejo profesional de llamadas locales (ilimitado)</li> <li>• 5 días de oficina privada al mes</li> </ul> </li> </ul> |



**NETWORKING ZONE**  
SOLUCIONES DE NEGOCIOS PARA SU EMPRESA

#### **5.4.4. PLAZA Y DISTRIBUCION**

Se incluirá en el personal de la organización un asesor de ventas que estará en las instalaciones, brindando un tour a los potenciales clientes y orientándolos a escoger la mejor opción que satisfaga sus necesidades.

El canal de venta (microempresarios) será directo. Nuestro personal se comunicará con los microempresarios a través de la base de datos que obtendremos por: bolsa laboral de las universidades, redes sociales, encuestas, investigación de mercado, etc., y luego se brindará una visita guiada a las instalaciones. El personal de ventas deberá orientarse al cliente e ir descubriendo las necesidades de éstos, para de esta forma obtener su satisfacción.

## CAPÍTULO 6.- ANÁLISIS TÉCNICO

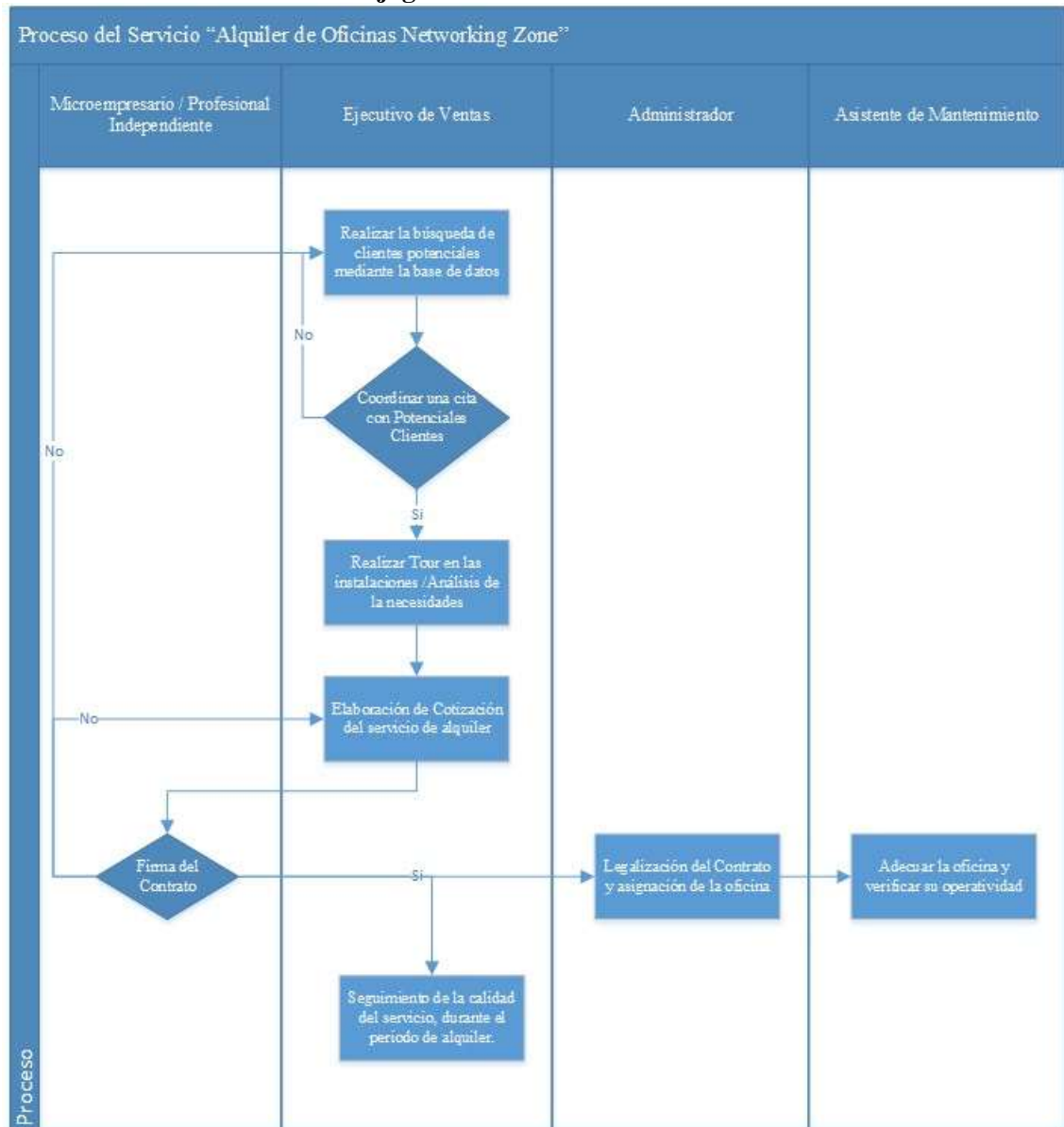
### 6.1. PROCESOS DEL SERVICIO

El proceso del servicio de “Alquiler de Oficinas Amuebladas” debe ser ajustado a las necesidades y requerimiento de los clientes a la hora de tener un área de trabajo operativa para sus actividades, y a su vez obteniendo información adicional de las necesidades que presenten nuestros usuarios o potenciales clientes para mejorar el servicio de alquiler brindado.

De tal forma en grafico No. Se muestran las actividades que se deben realizar, para brindar un correcto servicio. De igual manera se detalla el proceso del “Alquiler de Oficinas”:

- A. El Ejecutivo de Ventas, realiza la búsqueda de clientes potenciales mediante bolsas laborales de las universidades, redes sociales, investigación de mercado, etc.
- B. Se coordina una cita con el cliente a las instalaciones de la empresa.
- C. Se procede a realizar un tour dentro de las instalaciones, para poder mostrar todas las instalaciones del negocio, y hacer que palpe nuestro servicio, tecnología y mobiliario de nuestra compañía.
- D. Se determina las necesidades que tiene el cliente, y brindar los servicios que satisfagan a sus necesidades y se elabora la cotización del servicio que solicite el cliente de acuerdo a los paquetes de servicios establecidos.
- E. Se firma contrato del espacio físico escogido por el cliente.
- F. Se adecua la oficina con las especificaciones requeridas, y se entrega la oficina operativamente.
- G. Seguimientos constantes de los clientes, durante el periodo de alquiler para posibles adaptaciones futuras y mejoramiento de la calidad del servicio.

**Gráfico 30.- Flujograma del Proceso del Servicio**



Fuente: Autores de Tesis

## 6.2. DESARROLLO DEL SERVICIO

Todas las oficinas del negocio vienen totalmente amobladas, por tal motivo se busca los mejores escritorios y muebles de oficina. Esto dará realce a la compañía. En los anexos de rubros unitarios se especifica los costos de todos los muebles y tecnología a usar.

## Networking Zone S.A.

Se realizó un resumen de los costos que se incurre al amoblar las instalaciones de Networking Zone.

**Tabla 8.- Resumen de Costos “Networking Zone”**

| Networking Zone S.A. |         |         |         |         |         |         |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Detalle              | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    |
| Costos Fijos         | 226.967 | 190.345 | 193.872 | 187.753 | 190.045 | 190.045 |
| Costos Variables     | 40.716  | 35.900  | 41.186  | 40.474  | 43.494  | 46.029  |

Fuente: Autores de Tesis

**Tabla 9.- Asignación de Costos por tipo de frecuencia del alquiler en “Networking Zone”**

| Networking Zone S.A. |         |               |         |        |        |           |               |         |        |        |
|----------------------|---------|---------------|---------|--------|--------|-----------|---------------|---------|--------|--------|
| Año                  | Fijos   | Ponderación % |         |        |        | Variables | Ponderación % |         |        |        |
|                      |         | 25%           | 25%     | 20%    | 30%    |           | 25%           | 25%     | 20%    | 30%    |
|                      |         | Anual         | Mensual | Diario | Horas  |           | Anual         | Mensual | Diario | Horas  |
| 2017                 | 226.967 | 56.742        | 56.742  | 45.393 | 68.090 | 40.716    | 10.179        | 8.143   | 10.179 | 12.215 |
| 2018                 | 190.345 | 47.586        | 47.586  | 38.069 | 57.104 | 35.900    | 8.975         | 7.180   | 8.975  | 10.770 |
| 2019                 | 193.872 | 48.468        | 48.468  | 38.774 | 58.162 | 41.186    | 10.297        | 8.237   | 10.297 | 12.356 |
| 2020                 | 187.753 | 46.938        | 46.938  | 37.551 | 56.326 | 40.474    | 10.119        | 8.095   | 10.119 | 12.142 |
| 2021                 | 190.045 | 47.511        | 47.511  | 38.009 | 57.013 | 43.494    | 10.873        | 8.699   | 10.873 | 13.048 |
| 2022                 | 190.045 | 47.511        | 47.511  | 38.009 | 57.013 | 46.029    | 11.507        | 9.206   | 11.507 | 13.809 |

Fuente: Autores de Tesis

### 6.3. LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

Networking Zone S.A. estará ubicada en el sector de Urdesa de la ciudad de Guayaquil, en la Av. Plaza Dañin y Avenida 23 No, es un local de 800 m<sup>2</sup>, cuyo alquiler mensual es de USD \$6000.00

Este local cuenta con todos los servicios tales como agua potable, energía eléctrica, aire acondicionado (ductos y central), 5 líneas telefónicas, y además tiene baños higiénicos totalmente operativos.

Networking Zone está ubicado en una avenida principal, de fácil tránsito vehicular y que a sus alrededores cuenta con servicios de parqueo externos. Además existen varias líneas de transporte público que circulan por dicho sector.



## Networking Zone S.A.

### 6.3.1. MAPA GEOGRÁFICO DE LA LOCALIZACION DEL NEGOCIO

Gráfico 31.- Localización Geográfica – Networking Zone



Fuente: Google Maps

### 6.4. EQUIPOS Y MAQUINARIA

Para el buen funcionamiento de Networking Zone S.A. se requieren los siguientes equipos y muebles de oficina:

- ✚ 1 Aire Acondicionado Central
- ✚ 9 Archivadores
- ✚ 30 Archivadores Aéreos
- ✚ 5 Computadoras de Escritorio
- ✚ 2 Copiadoras Multifuncionales
- ✚ 1 Escritorio Simple
- ✚ 9 Escritorios Gerenciales
- ✚ 6 Escritorios Simples
- ✚ 8 Estación de 2 puestos
- ✚ 10 Estación de 3 puestos
- ✚ 5 Estación de 4 puestos
- ✚ 3 Estación de 6 puestos
- ✚ 1 Estación de Trabajo - Lobby
- ✚ 1 Impresora Multifuncional a color, Marca EPSON
- ✚ 5 Infocus
- ✚ 2 Mesa - Capacidad 10 personas
- ✚ 2 Mesa - Capacidad 15 personas
- ✚ 2 Mesa - Tipo Bar



## Networking Zone S.A.

- ✚ 20 Muebles
- ✚ 4 Ordenadores Portátiles, con capacidad de 1 TB de Memoria de Almacenamiento y 8GB de memoria RAM
- ✚ 6 Pizarra de Vidrio
- ✚ 12 Silla de Bar
- ✚ 10 Silla de oficina
- ✚ 101 Silla de Secretaria
- ✚ 40 Sillas - Sala de Reuniones
- ✚ 14 Sillas de Oficina - Invitados
- ✚ 7 Sillas Gerenciales
- ✚ 10 Teléfonos
- ✚ 4 Televisor de 42"

### 6.5. DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL

El local cuenta con un área de 800 metros cuadrados, los cuales se distribuyen en la forma indicada en el gráfico # que corresponde al plano de las instalaciones de “Networking Zone”.

Las instalaciones contarán con las siguientes áreas, las mismas que tendrán un determinado espacio (metros cuadrados), las cuales estarán separadas mediante divisiones ambientales.

Los m<sup>2</sup> por área son:

- ✚ Oficinas de Alquiler
  - 7 oficinas de 12 m<sup>2</sup>
  - 10 oficinas de 10 m<sup>2</sup>
  - 17 oficinas de 15 m<sup>2</sup>
- ✚ Sala de Reuniones
  - 2 salas de 20 m<sup>2</sup>
  - 2 salas de 22 m<sup>2</sup>
- ✚ Áreas de Esparcimiento
  - 2 salas de 20 m<sup>2</sup>

## Networking Zone S.A.

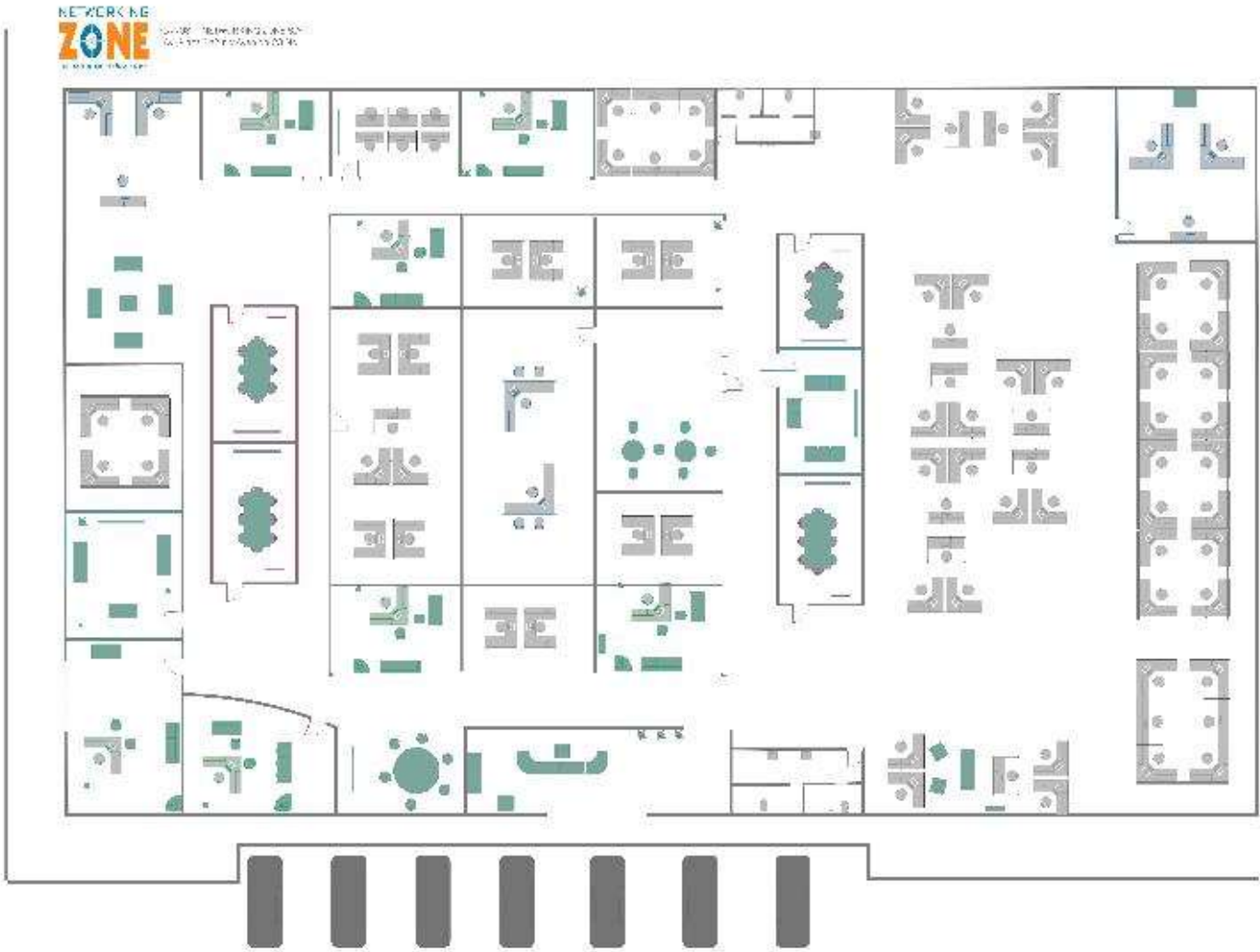
- ✚ Oficinas Administrativas
  - 6 oficinas de 10 m<sup>2</sup>
  - 1 oficina de 12 m<sup>2</sup>
- ✚ Cafetería
  - 1 sala de 15 m<sup>2</sup>
- ✚ Servicios Higiénicos
  - 2 secciones de 15 m<sup>2</sup>
- ✚ Lobby
  - 1 sala de 30 m<sup>2</sup>

El personal administrativo de la empresa y los accionistas tendrán sus oficinas distribuida en las instalaciones en lugares estratégicos para resolver cualquiera de las situaciones que pudieran presentarse.

### 6.6. MECANISMOS DE CONTROL

Como se indicó en el gráfico 30, el éxito del servicio está en lograr la identificación exacta de las necesidades y expectativas del cliente al momento de alquilar una oficina.

6.6.1. PLANOS



Fuente: Autores de Tesis

## CAPÍTULO 7.- ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

### 7.1.GRUPO EMPRESARIAL

El grupo empresarial estará conformado por dos socios, que tienen conocimientos y habilidades en administración de empresas, manejo de personal y negociación. Ellos estarán a cargo de todo el manejo y funcionamiento correcto del negocio, y de las decisiones que serán tomadas democráticamente y por consenso.

Se tendrá un Gerente General que se encargará de supervisar e informar, cada movimiento de la empresa y su responsabilidad es dar a conocer los resultados mensuales del negocio, en la junta general de accionistas. Como política de reparto de dividendos se entregará a los accionistas los beneficios obtenidos y cumpliendo las reservas de ley.

Networking Zone repartirá a cada uno de sus trabajadores el 15% de las utilidades netas que haya obtenido durante el año anterior, de conformidad con las disposiciones del Código de trabajo Artículo 97-105, hasta el 15 de abril de cada año. (Ver Anexo 4.1)

#### 7.1.1 ORGANIGRAMA

Gráfico 32.- Organigrama Networking Zone



Fuente: Autores de la Tesis

### **7.1.2 NIVELES JERARQUICOS**

La compañía mantendrá un estilo de organización vertical, ya que de esta manera se proporciona lineamientos claros para cada puesto jerárquico y una estructura de control. Adicionalmente, se buscará conducir una alta eficiencia en cada punto de las operaciones, por ello la compañía mantendrá un organigrama básicamente reducido, que le permitirá a cada Jefatura supervisar de cerca y mantener el control de las actividades de sus subordinados.

Cada área de la organización informará los pormenores y detalles a sus jefes directos. Se podrán eliminar sesgos debido a que cada área tendrá sus funciones específicas y claramente definidas. Lo importante también de esta estructura es que cada empleado busca progresar dentro de la organización y esto lo denominamos escala laboral, donde los niveles se presentan con peldaños que cada empleado desea alcanzar.

El departamento de Recursos Humanos, es el encargado de reclutar y conseguir personal idóneo para cada puesto de trabajo. De igual forma serán ellos los encargados, junto a la gerencia, de capacitar y dar cursos o seminarios para un mejor manejo de su área laboral.

### **7.1.3 CONTRATOS Y SALARIOS**

Para la contratación de personal, se elaborará un contrato de prueba de 90 días máximo, como se estipula el Artículo 15 del Código de Trabajo. Luego de este periodo de prueba, se extenderá el contrato a un año e indefinidamente, dependiendo del desempeño y productividad que tenga el empleado.

También se tomará en cuenta los contratos de 6 meses para trabajos temporales, como indica el Artículo 17 del código laboral que indica (Ver Anexo 4.2): “Se podrán celebrar contratos eventuales para atender una mayor demanda de producción o servicios en actividades habituales del empleador, en cuyo caso el contrato no podrá tener una duración mayor de ciento ochenta días continuos o

## **Networking Zone S.A.**

discontinuos, dentro de un lapso de trescientos sesenta y cinco días. Si la circunstancia o requerimiento de los servicios del trabajador se repite por más de dos períodos anuales, el contrato se convertirá en contrato de temporada. El sueldo o salario que se pague en los contratos eventuales, tendrá un incremento del 35% del valor hora del salario básico del sector al que corresponda el trabajador”

Los sueldos, de los colaboradores de Networking Zone, serán fijados de acuerdo con la ley vigente del código de trabajo correspondiente a los artículos 79 al 133 y que se encuentren vigentes a la fecha de la contratación. Los sueldos de cada empleado serán debidamente cancelados, agregando los beneficios del Instituto de Seguridad Social (IESS). De esta manera el empleado gozará de todos los beneficios que ofrece el IESS.

Cada colaborador, al momento de ingresar a la empresa, deberá de forma obligatoria asistir a las de los puestos de trabajo que correspondan al área asignada. Adicionalmente, cada empleado será informado y capacitado sobre las políticas internas de Networking Zone, misión, visión, servicios, reglamentos, objetivos específicos y generales y que ofrecemos como valor agregado. De esta manera sentirán que la empresa es parte de su vida diaria y podrán ofrecer el servicio de la mejor manera posible. Es por eso que se realizarán procesos de selección que deben cumplir el perfil del cargo.

### **7.1.4 PERFIL Y MANUAL DE FUNCIONES DE LOS COLABORADORES**

La directiva General de Accionistas de Networking Zone estará a cargo de la Ing. Ivette Seminario y el Econ. Daniel Cárdenas. A su vez, tendrán como misión velar por los intereses de la compañía decisiones en base a las reuniones mensuales que se llevará a cabo al final de cada mes, junto a los encargados de cada área. > Personal asignado<

## 7.1.4.1 ADMINISTRADOR

| <b>Perfil del Administrador</b>      |   |  |
|--------------------------------------|---|--|
| <b>Educación</b>                     | <b>Formación</b>  | Administración de empresas, Economista, Ingeniera Comercial                            |
|                                      | <b>Formación complementaria</b>   | Maestría en Administración de Empresas<br>Maestría en Dirección de Proyectos           |
| <b>Experiencia laboral requerida</b> | <b>Tiempo de experiencia</b>  | 3 años   |
|                                      | <b>Descripción detallada experiencia</b>  | Experiencia en manejo de Personal. Planificación de proyectos. Estrategias de negocio. |
| <b>Conocimientos requeridos</b>      | Conocimientos de utilitarios, actitud emprendedora, gestionar datos financieros, manejo de portales de SRI, ministerio laboral, IESS. |  |

| <b>Manual De Funciones</b>  |
|---|
| <b>Misión</b>   |
| Planificar, organizar, dirigir, controlar y liderar la planificación institucional, así como el control de los proyectos, mediante la aplicación coordinada y colectiva del pensamiento estratégico; la elaboración de estrategias de ventas y económico-financieros; y, el control de la ejecución de los objetivos con el fin de proyectar y examinar la gestión organizacional, técnica y económica de Networking Zone para el corto, mediano y largo plazo, de conformidad con la Ley, las regulaciones y demás disposiciones legales vigentes.   |
| <b>Actividades esenciales</b>   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificar, organizar, dirigir y coordinar con las distintas áreas administrativas de la compañía, la elaboración del Planes estratégicos de la Institución.</li> <li>2. Planificar, organizar, dirigir y coordinar la elaboración y consolidación del Plan Anual, en concordancia con los planes estratégicos de la institución.</li> <li>3. Planificar, organizar, dirigir y coordinar la elaboración y consolidación del Plan Operativo Anual así como de los demás planes, programas y proyectos, alineados con el Plan Estratégico; y, coordinar la definición de criterios, parámetros e indicadores para su evaluación.</li> <li>4. Establecer y difundir a las áreas de la compañía, las políticas, directrices y procedimientos relacionados con la gestión de Planificación de la compañía, en el marco de la normativa vigente.</li> </ol> |

**Manual De Funciones**

5. Planificar, organizar, dirigir y coordinar con las áreas de la compañía, la actualización de las proyecciones del mercado y de la demanda del servicio, a corto, mediano y largo plazo.
6. Planificar, organizar, dirigir y coordinar con las áreas de la compañía, los estudios de nuevas estrategias de negocio para distintos tipos de escenarios del mercado.
7. Planificar, organizar, dirigir y coordinar con las áreas de la compañía, la realización de los estudios de eficiencia que permitan implementar medidas al interior de la organización, que contribuyan al mejor desempeño institucional.
8. Definir y proponer lineamientos de actuación para identificar, valorar, tratar y hacer seguimiento de los riesgos que puedan afectar la consecución de los objetivos estratégicos.

**Otras actividades**

1. Proponer los indicadores y metas para la gestión del área, alineados con la estrategia corporativa.
2. Realizar las modificaciones y ajustes al portafolio de los servicios inherentes al cargo.
3. Monitorear el desempeño del portafolio de programas y proyectos a su cargo.
4. Establecer el Plan Operativo Anual
5. Apoyar los requerimientos de las normas internas y políticas estratégicas, específicas y operativas relacionadas con cada área.
6. Participar en la definición de mecanismos de seguimiento y control encaminados a asegurar el adecuado desarrollo de las operaciones.
7. Hacer uso adecuado tanto de las herramientas tecnológicas como los espacios de sociabilización y aprendizaje generados para el aprovechamiento e intercambio de experiencias y conocimientos en todos los niveles de la compañía.
8. Participar en la ejecución de las acciones emprendidas para mitigar, prevenir, reducir o transferir los riesgos de la compañía.
9. Aplicar las políticas, procedimientos, instrumentos y metodologías relacionadas con la continuidad de las operaciones a fin de verificar su funcionalidad y pertinencia.
10. Actuar de manera responsable frente a la sociedad, el medio ambiente y el manejo de los recursos.
11. Conducir las entrevistas específicas que se realizan a los candidatos en los procesos de selección de cargos del área.
12. Realizar llamados de atención al personal del área, de forma verbal o escrita, cuando se presenten faltas disciplinarias.



| <b>Manual De Funciones</b>  |
|---|
| 13. Acompañar el proceso de desarrollo profesional del personal de cada área y evaluar los resultados.  |
| 14. Presupuestar los gastos, ingresos e inversiones del área a su cargo en el marco de las directrices generales y específicas para la elaboración del presupuesto general. |

#### 7.1.4.2 CONTADOR EXTERNO

| <b>Perfil del Contador Externo</b>   |   |   |
|--------------------------------------|---|---|
| <b>Educación</b>                     | <b>Formación</b>  | Graduado en SPA, Auditor.   |
|                                      | <b>Formación complementaria</b>   | Maestría en Ingeniería en tributación   |
| <b>Experiencia laboral requerida</b> | <b>Tiempo de experiencia</b>  | 5 años  |
|                                      | <b>Descripción detallada experiencia</b>  | Elaborar balances mensuales, realización de estados financieros, interpretar y usar leyes fiscales. |
| <b>Conocimientos requeridos</b>      | Conocimientos de utilitarios, normas contables vigentes, actualización de las nuevas normativas del SRI e IESS. |   |

| <b>Manual De Funciones</b>   |
|--|
| <b>Misión</b>  |
| La misión del Contador es ofrecerte información financiera, útil, oportuna y confiable para la toma de decisiones y el control gerencial |
| <b>Actividades esenciales</b>  |
| 1. Revisará las estrategias de reducción de costos y proporcionará una opinión objetiva sobre el proceso contable del negocio.           |
| 2. Mantener información contable al día para presentaciones y distribución de información dentro de la empresa.                          |
| 3. Facilitar y revisar la información, dando un punto de vista experto sobre la precisión y la validez de la información.                |
| 4. Conocer la situación financiera de su empresa.  |
| 5. Conocer el flujo de caja del dinero en su empresa   |

| <b>Manual De Funciones</b>   |
|--|
| <p>6. Conocer cuáles son los resultados y las ganancias que produce su negocio.</p> <p>7. Elaborar dictámenes por enajenación de acciones.</p> <p>8. Preparar todos los libros contables para ser presentados a la administración</p> <p>9. Usar e interpretar las leyes fiscales</p> <p>10. Manejar correctamente las normas contables y conocimientos del 100% de las leyes tributarias.</p> <p>11. Hacer conciliaciones bancarias.</p> <p>12. Saber qué régimen tributario es el mejor de acuerdo a las operaciones que realiza un contribuyente.</p> <p>13. Interpretar los estados financieros.</p> |
| <b>Otras actividades</b>   |
| <p>1. Depende funcional y jerárquicamente del Gerente.</p> <p>2. Reportes mensuales y semestrales a los gerentes y junta directiva</p> <p>3. Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido.</p> <p>4. Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios,</p> <p>5. Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno</p>  |

### 7.1.4.3 SUPERVISOR DE VENTAS

| <b>Perfil del Supervisor de Ventas</b> |  |   |
|--|--|---|
| <b>Educación</b>                       | <b>Formación</b>                         | Graduado de Economista, Marketing, Ingeniería Comercial.  |
|  | <b>Formación complementaria</b>          | Maestría en Marketing, Comercio exterior. Administrador de empresa.   |
| <b>Experiencia laboral requerida</b>   | <b>Tiempo de experiencia</b>             | 4 años  |
|  | <b>Descripción detallada experiencia</b> | Incrementar la cartera de clientes. Responsable de cubrir la cuota de mercado, atención a clientes. Excelente relación interpersonal. |

| <b>Perfil del Supervisor de Ventas</b> |  |
|--|--|
| <b>Conocimientos requeridos</b>        | Conocimientos de utilitarios, elaboración de datos estadísticos, tablas macros, pronósticos de ventas. |

| <b>Manual De Funciones</b>  |  |
|---|--|
| <b>Misión</b>   |  |
| <p>La principal función de los Supervisores de ventas es extender los límites del equipo de ventas y encaminar los objetivos estratégicos dentro de un sentido de los que se pueden lograr, tanto en conjunto como individualmente. Adicionalmente se debe asegurar que cada uno de los grupos de interés tiene los recursos necesarios para aprovechar las oportunidades, establecer y fortalecer las relaciones, y crear conciencia sobre las soluciones que se ofrecen.</p>  |  |
| <b>Actividades esenciales</b>   |  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificar, organizar, dirigir y coordinar, junto a los Ejecutivos de Ventas de la compañía, las estrategias de la compañía.</li> <li>2. Elaboración de los pronósticos de ventas. (Aprobados por la administración)</li> <li>3. Evaluar y controlar a los Ejecutivos de ventas.</li> <li>4. Programar o planificar el trabajo del día, establecer la prioridad y el orden, tomando en cuenta los recursos y el tiempo para hacerlo, de igual forma el grado de efectividad de sus colaboradores</li> <li>5. Contribuir al aseguramiento de la asignación de recursos para la ejecución de los proyectos</li> <li>6. Programar o planificar el trabajo de la jornada laboral, establecer la prioridad y el orden, tomando en cuenta los recursos y el tiempo para hacerlo, de igual forma el grado de efectividad de sus colaboradores.</li> <li>7. Delegar la autoridad y la toma de decisiones, lo que implica que el supervisor debe impartir las buenas relaciones humanas, procurando que sus instrucciones claras, específicas, concisas y completas, sin olvidar el nivel general de habilidades de sus colaboradores.</li> <li>8. Mejorar constantemente el personal, desarrollando sus aptitudes en el trabajo, estudiando y analizando métodos de trabajo y elaborando planes de adiestramiento para el personal nuevo y antiguo, así elevará los niveles de eficiencia de sus colaboradores</li> </ol> |  |
| <b>Otras actividades</b>  |  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Generar, documentar iniciativas para el desarrollo de la compañía.</li> </ol>   |  |

| <b>Manual De Funciones</b>   |
|--|
| <p>2. Reportar la información para la actualización de programas y proyectos.</p> <p>3. Reportar el cumplimiento de indicadores y metas a su cargo y generar la identificación preliminar de causas de brechas frente a las metas.</p> <p>4. Reportar el cumplimiento de la ejecución de los planes de acción a su cargo.</p> <p>5. Reportar el desempeño individual de programas y/o proyectos a su cargo.</p> <p>6. Informar las necesidades presupuestales de su área.</p> <p>7. Participar en la definición de mecanismos de seguimiento y control encaminados a asegurar el adecuado desarrollo de las operaciones.</p> <p>8. Supervisar el correcto manejo de las herramientas tecnológicas como los espacios de distribución de espacios.</p> |

#### 7.1.4.4 EJECUTIVO DE VENTAS

| <b>Perfil del Ejecutivo de Ventas</b> |  |   |
|---------------------------------------|--|---|
| <b>Educación</b>                      | <b>Formación</b>                             | Ingeniería comercial. Marketing, Economía.  |
|                                       | <b>Formación complementaria</b>              | Cursos de liderazgo.  |
| <b>Experiencia laboral requerida</b>  | <b>Tiempo de experiencia</b>                 | 3 años  |
|                                       | <b>Descripción detallada experiencia</b>     | Habilidad de labor de venta. Conocimientos de cuadros estadísticos y de productividad. Incremento de cartera de clientes. |
| <b>Conocimientos requeridos</b>       | Conocimientos de utilitarios, tablas macros. |   |

| <b>Manual De Funciones</b>  |
|---|
| <b>Misión</b>   |
| <p>Captar y acceder a los mercados interesados basándose en las mejores condiciones de competitividad, rentabilidad y desempeño óptimo, asesorando a los clientes a tomar buenas decisiones para que obtengan lo que desean y lo que necesitan,</p> |

| <b>Manual De Funciones</b>   |  |
|--|--|
| contribuyendo a la sostenibilidad de la organización invirtiendo la mínima cantidad de recursos.   |  |
| <b>Actividades esenciales</b>  |  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Control continuo a las actividades de venta.</li> <li>2. Realizar continuamente investigación de mercados, publicidad, y servicio al cliente en un régimen más continuo y experto.</li> <li>3. Elaborar y analizar informes de avance de ventas para enviar al supervisor de ventas.</li> <li>4. Elaborar pronósticos de ventas.</li> <li>5. El departamento de ventas debe mantener una relación directa con el cliente a fin de satisfacer las necesidades.</li> <li>6. Ética ante todas las labores de ventas.</li> <li>7. No deben existir preferencias entre clientes en cuanto a plazos, descuentos, a menos que sean autorizados por la administración.</li> <li>8. Captar la mayoría de clientes, para cubrir todos los espacios disponibles de Networking Zone. Cumpliendo las políticas de la empresa.</li> <li>9. Hacer cumplir las políticas internas de la compañía de forma ética y responsable.</li> <li>10. Optimizar las actividades de ventas.</li> <li>11. Cumplir con las cuotas asignadas por el supervisor de ventas.</li> <li>12. Mantener conocimiento del mercado</li> <li>13. Contacto antes, durante y después de la visita de todo cliente con el fin de representar los servicios de la empresa, para contribuir en el alcance a las metas departamentales.</li> <li>14. Ser un negociador experimentado que logre convencer por medio de estrategias de precios a los futuros clientes potenciales. Esto es planificado con el supervisor de ventas y el departamento administrativo.</li> </ol> |  |

#### **7.1.4.5 SECRETARIA**

| <b>Perfil de Secretaria</b> |                  |  |
|-----------------------------|------------------|--|
| <b>Educación</b>            | <b>Formación</b> | Titulo Superior. Idiomas. Comercio exterior. |

| <b>Perfil de Secretaria</b>          |  |  |
|--------------------------------------|--|--|
|                                      | <b>Formación complementaria</b>          | Atención al cliente. Ingles básico.  |
| <b>Experiencia laboral requerida</b> | <b>Tiempo de experiencia</b>             | 2 años   |
|                                      | <b>Descripción detallada experiencia</b> | Fluidez al hablar con los clientes, escucha al usuario. Mantener una base de datos ordenada de los clientes. |
| <b>Conocimientos requeridos</b>      | Conocimientos de utilitarios.            |  |

| <b>Manual De Funciones</b>  |
|---|
| <b>Misión</b>   |
| <p>Ser un pilar fundamental de nuestro paquete de servicios de oficinas virtuales, ya que serán las encargadas de receptor las llamadas de cada uno de los clientes que contrate este servicio</p>  |
| <b>Actividades esenciales</b>   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Programar citas de los distintos clientes que se tenga en la compañía</li> <li>2. Realizar la coordinación de las reuniones ajustándose a las necesidades de los clientes y acorde a los planes que escojan los mismos.</li> <li>3. Mantener al día la base de datos de los clientes para tener eficiencia en el desarrollo</li> <li>4. Procesar todas las reservaciones que se realicen del día a día, para que no existan conflictos de espacios físicos.</li> <li>5. Al contratar los servicios de oficinas virtuales, unas de las principales tareas es registrar, procesar y registrar en la base de datos toda la información del cliente.</li> <li>6. El servicio al cliente tiene que ser optimo y transparente, al realizar las llamadas y receptándolas.</li> <li>7. Cumplir y hacer cumplir los códigos de ética y moral dentro de la empresa.</li> <li>8. Receptar toda clase de anomalías dentro del espacio físico de los usuarios, problemas de los muebles de oficina o estructurales, para que el personal de mantenimiento realice las inspecciones del caso y den soluciones al problema.</li> </ol> |
| <b>Otras actividades</b>  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ayuda a los usuarios en tema logístico.</li> </ol>  |

| <b>Manual De Funciones</b>  |
|---|
| 2. Se encargará de cubrir las necesidades de la demanda y conocer qué falencias tiene la empresa. |

El personal de mantenimiento tendrá como objetivo la limpieza, mantenimiento, cuidar las instalaciones en general, sacar la basura, encargarse de los mandados o correspondencia, cuidar de las zonas verdes, vigilar las instalaciones y el correcto funcionamiento de las instalaciones. Todo esto va de la mano con nuestro principal objetivo de ofrecer un servicio de calidad.

#### **7.1.5 BENEFICIOS A LOS COLABORADORES**

El activo más importante para nuestra empresa son los empleados, ya que a través de ellos podemos obtener el progreso de nuestra compañía. De tal manera que el reclutamiento y la retroalimentación será un factor fundamental para el manejo del servicio.

Cada departamento medirá la productividad de sus empleados, de esta manera se creará un sistema de bonificación en donde cada empleado cumpla un trabajo de forma adecuada. Asimismo cada empleado gozará de los beneficios que generará la empresa de acuerdo a las políticas gubernamentales que establecen el Ministerio de Trabajo; como el décimo tercer sueldo y décimo cuarto, RMU y utilidades.

## **CAPÍTULO 8.- ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL**

### **8.1.ANALISIS LEGAL**

La empresa será creada como compañía anónima, como se indicó en el Capítulo dos, hasta el monto de sus aportaciones. Contará con 2 socios y cada uno participara con el 50% del capital, el cual está estimado por USD \$ 60,000.00. Dentro de las principales obligaciones fiscales que la compañía debe cumplir están las declaraciones y pago del IVA, impuesto a la renta, pago de utilidades al trabajador y dividendos a los accionistas. (Ver Anexo 5.1)

Todos los colaboradores de la empresa estarán debidamente afiliados al seguro social y se cumplirá con las aportaciones de ley. Asimismo, con la firma de un contrato eventual, con duración de 180 días, este se lo puede celebrar por una sola vez en el año. Cualquiera de las partes puede dar por terminado el acuerdo, en el momento que considere conveniente, pero si se pasan de los 180 días y no han notificado la voluntad de darlo se vuelve un contrato indefinido. El contrato a plazo fijo tiene una duración de 1 año, y contiene la cláusula del periodo a prueba de 90 días, durante se evaluara al trabajador y antes de que se cumpla este tiempo se comunica la continuidad por el año o si se da por terminado de esta forma no se tendrá que indemnizar ni desahuciar al empleado; caso contrario se deberá cumplir con la ley establecida para estos casos, o esperar al mes once para desahuciarlo con todos los gastos y la asesoría legal que se requiere. Para la constitución de la compañía se necesita: Registro del nombre, escritura pública, afiliaciones a cámaras, permisos municipales, cuerpo de bomberos, MM.SS.PP.

Networking Zone por el tipo de negocio que maneja no representa una amenaza para el medio ambiente y cumplirá con los requerimientos locales de higiene y seguridad industrial.



## CAPÍTULO 9.- ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

### 9.1.FINANCIAMIENTO

Se ha planificado que la inversión inicial y financiamiento del proyecto, se realizar por medio de un préstamo bancario he inyección al capital por los accionistas. El porcentaje del préstamo bancario es del 62,5% y el 37,5% por parte de los inversionistas.

**Tabla 10.- Financiamiento**

**Plan de Inversión  
Networking Zone S.A.**

| <b>Entidad</b>                  | <b>Monto USD</b> | <b>Plazo (Años)</b> | <b>Tasa de Interes</b> | <b>Intereses a Pagar</b> | <b>Total del Préstamo</b> |
|---------------------------------|------------------|---------------------|------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Corporacion Financiera Nacional | 50.000           | 3                   | 6,90%                  | 5.497                    | 55.497                    |
| Banco del Pacífico              | 50.000           | 3                   | 10,47%                 | 8.080                    | 58.080                    |
| Accionistas (Capital Propio)    | 60.000           |                     | -                      | -                        | 60.000                    |
| <b>Total</b>                    | <b>160.000</b>   |                     |                        | <b>13.577</b>            | <b>173.577</b>            |
|                                 |                  | <b>Promedio</b>     | <b>8,69%</b>           |                          |                           |

Fuente: Banco del Pacifico, Corporación Financiera Nacional

Se escogió al Banco del Pacifico como opción, ya que presente una tasa preferencial del 10,47% y a la Corporación Financiera Nacional con una tasa del 6,9%, que es enfocada para préstamos de Emprendedores y pequeños microempresarios. La estimación del préstamo y los costos para cubrir los costos fijos e implementación del proyecto se encuentra en la Tabla 10.1

La inversión inicial estará conformada en un 60% por los rubros que corresponden a la adquisición de Activos Fijos y reestructuración de las instalaciones físicas de Networking Zone S.A.

**Inversión Inicial**  
**Networking Zone S.A.**

|  |                       |
|--|-----------------------|
| Activos Fijos                            | 54.949                |
| Instalaciones                            | 11.997                |
| Arriendo Pagado por Anticipado (3 meses) | <u>18.000</u>         |
| Infraestructura e Instalaciones          | 84.946                |
| Publicidad                               | 7.100                 |
| Capital de Trabajo                       | 67.954                |
| <b>Total Inversión Inicial</b>           | <b><u>160.000</u></b> |

Fuente: Autores de Tesis

## 9.2. ADMINISTRACION DEL PERSONAL

Estos gastos de administración del personal presupuestados incluyen los sueldos del personal, beneficios sociales, cuyos montos ascienden a USD \$ 70.839 en el primer año y se ha considerado un incremento del 5% para el segundo año. Los sueldos establecidos para cada cargo en la organización serán los siguientes:

**Tabla 11.- Sueldos y Salarios**

| Cargos                     | Sueldo | Beneficios Sociales |
|----------------------------|--------|---------------------|
| Administrador              | 1.300  | 284                 |
| Supervisor de Ventas       | 1.000  | 225                 |
| Ejecutivo de Ventas        | 600    | 147                 |
| Secretaria                 | 450    | 118                 |
| Asistente de Mantenimiento | 370    | 103                 |

Fuente: Autores de la Tesis

### RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

| Costos / Gastos     | 2017          | 2018          | 2019          | 2020          | 2021          | 2022          |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Sueldos             | 56.460        | 55.671        | 58.212        | 58.212        | 58.212        | 58.212        |
| Beneficios Sociales | 13.379        | 13.447        | 18.387        | 18.387        | 18.387        | 18.387        |
| Capacitación        | 1.000         | 650           | 1.700         | 1.000         | -             | 2.000         |
| <b>Total Anual</b>  | <b>70.839</b> | <b>69.768</b> | <b>78.299</b> | <b>77.599</b> | <b>76.599</b> | <b>78.599</b> |

Fuente: Autores de Tesis

### 9.3. CAPITAL SOCIAL

Los accionistas Ivette Seminario y Daniel Cárdenas, tendrán cada uno el 50% de las acciones que corresponden en USD 30,000.00

### 9.4.COSTOS ESTIMADOS Y RECURSOS NECESARIOS

Se analizó los costos proyectados desde el año 2016 al 2022, desglosando los costos fijos y variables de las operaciones de Networking Zone, los cuales están representados como se muestra a continuación:

#### COSTOS FIJOS

|                                  | 2017           | 2018           | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Costos Fijos</b>              |                |                |                |                |                |                |
| Telefonia Fija                   | 2.389          | 1.994          | 2.204          | 2.281          | 2.361          | 2.361          |
| Cable                            | 6.551          | 8.123          | 8.408          | 8.703          | 10.462         | 10.462         |
| Internet                         | 786            | 316            | 321            | 419            | 433            | 433            |
| Alquiler de Oficina              | 96.000         | 76.320         | 79.884         | 79.884         | 79.892         | 79.892         |
| Sueldos                          | 56.460         | 55.671         | 58.212         | 58.212         | 58.212         | 58.212         |
| Beneficios Sociales              | 13.379         | 13.447         | 18.387         | 18.387         | 18.387         | 18.387         |
| Publicidad - Medio Social        | 15.700         | 9.219          | 9.543          | 10.030         | 10.382         | 10.382         |
| Publicidad - Sitio Web           | 700            | 2.549          | 682            | 716            | 742            | 742            |
| Publicidad - Tripticos           | 4.750          | 1.872          | 1.704          | 1.493          | 1.545          | 1.545          |
| Publicidad - Letras Corporeas    | 1.100          | -              | 1.000          | -              | -              | -              |
| Prestamos                        | -              | -              | -              | -              | -              | -              |
| Intereses                        | 7.288          | 4.606          | 1.682          | -              | -              | -              |
| Muebles y Enseres                | 650            | 600            | 600            | 600            | 600            | 600            |
| Muebles de Oficina               | 7.571          | 6.989          | 6.989          | 6.989          | 6.989          | 6.989          |
| Computacion - Tecnologia         | 4.985          | 4.602          | 4.218          | -              | -              | -              |
| Equipo de Oficina                | 660            | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             |
| Gastos de primer establecimiento | 7.998          | 3.999          | -              | -              | -              | -              |
| <b>Total - Gastos Fijos</b>      | <b>226.967</b> | <b>190.345</b> | <b>193.872</b> | <b>187.753</b> | <b>190.045</b> | <b>190.045</b> |

Fuente: Autores de Tesis

El porcentaje de Costos fijos representan entre el 82% y 78% de los costos totales del negocio en la proyección de los 5 años. Dentro de los Costos Fijos, los rubros de mayor impacto económico corresponden a el Alquiler de Oficina con un 41.96% y Sueldos con 24.68%.

COSTOS VARIABLES

|                                   | 2017          | 2018          | 2019          | 2020          | 2021          | 2022          |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>Costos Variables</b>           |               |               |               |               |               |               |
| Suscripción de Camara de Comercio | 277           | 283           | 283           | 283           | 307           | 307           |
| Insumos de Oficina                | 5.300         | 6.050         | 3.500         | 6.000         | 3.500         | 3.500         |
| Papelera                          | 4.300         | 4.050         | 2.000         | 6.000         | 4.500         | 4.500         |
| Mantenimiento de Instalaciones    | 4.400         | 3.750         | 11.000        | 1.400         | 7.000         | 7.000         |
| Honorarios Profesionales          | 8.300         | 7.800         | 7.800         | 8.410         | 8.411         | 8.411         |
| Permiso de Bomberos               | 712           | 374           | 387           | 401           | 415           | 430           |
| Uso de Suelo                      | 305           | 160           | 166           | 172           | 178           | 184           |
| Patentes Municipales              | 509           | 267           | 277           | 286           | 297           | 307           |
| Tasas de Habilitacion             | 203           | 107           | 111           | 115           | 119           | 123           |
| Agua Potable                      | 1.702         | 1.567         | 1.731         | 1.818         | 1.882         | 1.882         |
| Electricidad                      | 10.607        | 10.841        | 11.981        | 13.839        | 16.636        | 16.636        |
| Gastos Legales                    | 1.300         | -             | 250           | 500           | 250           | 500           |
| Marca y Logotipo Corporativo      | 1.800         | -             | -             | 250           | -             | 250           |
| Capacitacion                      | 1.000         | 650           | 1.700         | 1.000         | -             | 2.000         |
| Eventos - Desayunos Networking    | 8.250         | 8.250         | 8.250         | 8.250         | 8.800         | 8.800         |
| <b>Total - Gastos Variables</b>   | <b>48.966</b> | <b>44.150</b> | <b>49.436</b> | <b>48.724</b> | <b>52.294</b> | <b>54.829</b> |

Fuente: Autores de Tesis

Los Costos Variables representan entre el 18% y 22% de los Costos Totales Proyectados.

**9.5. DEPRECIACIÓN**

Se utilizó el método de depreciación de “Línea recta”, de acuerdo a la naturaleza de los bienes se estimó la depreciación de cada uno de ellos. Se muestra a continuación el detalle de los bienes y los valores proyectados como depreciación:

**Depreciación Mensual y Anual**  
**Networking Zone S.A.**

| <b>Concepto</b>          | <b>Monto<br/>USD \$</b> | <b>Nro.<br/>De Años</b> | <b>Dep.<br/>Mensual</b> | <b>Dep.<br/>Anual</b> | <b>Nro. De Meses<br/>en Gastos</b> |
|--------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------|------------------------------------|
| Muebles y Enseres        | 6.000                   | 10                      | 50                      | 600                   | 120                                |
| Muebles de Oficina       | 34.944                  | 5                       | 582                     | 6.989                 | 60                                 |
| Computacion - Tecnologia | 13.805                  | 3                       | 383                     | 4.602                 | 36                                 |
| Equipo de Oficina        | 200                     | 5                       | 3                       | 40                    | 60                                 |

Fuente: Autores de Tesis

## 9.6.DEDUCCIONES TRIBUTARIAS

Se presupuestó el rubro de Deducciones Tributarias con las cuentas contables de Depreciación y Amortización de los Activos Tangibles e Intangibles de la organización que en los años proyectados serán USD \$72.827, rubro que beneficiará la economía del negocio.

### Deducciones Tributarias Networking Zone S.A.

| Deducciones Tributarias | 2017          | 2018          | 2019          | 2020         | 2021         | 2022         |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| Depreciación            | 13.866        | 12.230        | 11.847        | 7.629        | 7.629        | 7.629        |
| Amortización            | 7.998         | 3.999         | -             | -            | -            | -            |
| <b>Total</b>            | <b>21.864</b> | <b>16.229</b> | <b>11.847</b> | <b>7.629</b> | <b>7.629</b> | <b>7.629</b> |

Fuente: Autores de Tesis

## 9.7.VENTAS

Se proyectó un incremento promedio de ventas anuales del 17 y un promedio de ventas anuales de USD 371.114

### Proyección de Ventas Networking Zone S.A.

|  | 2017           | 2018           | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>VENTAS</b>                                |                |                |                |                |                |                |
| <b>Ingresos por Servicios</b>                |                |                |                |                |                |                |
| Servicio - Alquiler Anual (USD \$)           | 125.559        | 184.493        | 196.469        | 212.560        | 219.376        | 220.054        |
| Servicio - Alquiler Mensual (USD \$)         | 48.371         | 83.085         | 102.634        | 107.219        | 112.089        | 113.738        |
| Servicio - Alquiler Diario (USD \$)          | 27.407         | 36.543         | 40.626         | 69.430         | 77.181         | 79.793         |
| Servicio - Alquiler por Horas (USD \$)       | 15.348         | 18.470         | 19.618         | 33.858         | 39.598         | 43.165         |
| <b>Total de Ventas de Servicios (USD \$)</b> | <b>216.685</b> | <b>322.591</b> | <b>359.347</b> | <b>423.067</b> | <b>448.244</b> | <b>456.751</b> |
| <b>Incremento Anual</b>                      |                | <b>49%</b>     | <b>11%</b>     | <b>18%</b>     | <b>6%</b>      | <b>2%</b>      |
| <b>Promedio Ventas</b>                       | <b>371.114</b> |                |                |                |                |                |

Fuente: Autores de Tesis

## 9.8.BALANCE GENERAL

La inversión inicial al 2017 refleja el capital suscrito por los accionistas, y las proyecciones de los siguientes años que muestran el desarrollo normal del negocio.

**BALANCE GENERAL - PROYECCION**  
**"NETWORKING ZONE"**

| Cuentas                               | 2017<br>Inicial | 2017          | 2018           | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           |
|---------------------------------------|-----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Activos</b>                        |                 |               |                |                |                |                |                |
| Caja y Bancos                         | 160.000         | 25.099        | 94.097         | 152.033        | 301.663        | 443.250        | 583.604        |
| Anticipo Impuesto                     |                 | -             | 2.073          | 2.370          | 2.864          | 3.907          | 4.815          |
| Equipos Muebles y Enseres             |                 | 35.144        | 35.144         | 35.144         | 35.144         | 35.144         | 35.144         |
| Equipos de Computación y Tecnología   |                 | 13.805        | 13.805         | 13.805         | 13.805         | 13.805         | 13.805         |
| Equipos de Aire Acondicionados        |                 | 6.000         | 6.000          | 6.000          | 6.000          | 6.000          | 6.000          |
| Activos Intagibles                    |                 | 11.997        | 11.997         | 11.997         | 11.997         | 11.997         | 11.997         |
| Depreciación y Armotización acumulada |                 | -21.864       | -38.094        | -49.941        | -57.569        | -65.198        | -72.827        |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>                  | <b>160.000</b>  | <b>70.180</b> | <b>125.023</b> | <b>171.408</b> | <b>313.903</b> | <b>448.905</b> | <b>582.537</b> |
| <b>Pasivos</b>                        |                 |               |                |                |                |                |                |
| Documentos por pagar Terceros         | 100.000         | 69.429        | 36.176         | -              | -              | -              |                |
| 15% de repartición a utilidades       |                 | -             | 13.214         | 17.406         | 27.988         | 30.886         | 31.782         |
| 22% de Impuesto a la Renta            |                 | -             | 20.262         | 26.689         | 42.916         | 47.358         | 48.732         |
| <b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>         | <b>100.000</b>  | <b>69.429</b> | <b>69.652</b>  | <b>44.094</b>  | <b>70.904</b>  | <b>78.244</b>  | <b>80.513</b>  |
| <b>Patrimonio</b>                     |                 |               |                |                |                |                |                |
| Capital                               | 60.000          | 60.000        | 60.000         | 60.000         | 60.000         | 60.000         | 60.000         |
| Reserva Legal Acumulada               |                 | -             | 7.488          | 17.351         | 33.211         | 50.713         | 68.723         |
| Utilidad/Pérdida Acumulada            |                 |               | -59.249        | -12.118        | 49.963         | 149.788        | 259.947        |
| Utilidades o pérdidas del ejercicio   |                 | -59.249       | 47.131         | 62.080         | 99.825         | 110.159        | 113.354        |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>               | <b>60.000</b>   | <b>751</b>    | <b>55.370</b>  | <b>127.314</b> | <b>242.999</b> | <b>370.661</b> | <b>502.024</b> |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>      | <b>160.000</b>  | <b>70.180</b> | <b>125.023</b> | <b>171.408</b> | <b>313.903</b> | <b>448.905</b> | <b>582.537</b> |

Fuente: Autores de Tesis

## 9.9.FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

|   | FLUJO DE EFECTIVO<br>"NETWORKING ZONE" |                |                |                |                |                |
|---|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|   | 2017                                   | 2018           | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           |
| <b>Actividades Operativas</b>                         |  |                |                |                |                |                |
| <b>Flujo de Entrada</b>                               |  |                |                |                |                |                |
| Servicio - Alquiler Anual (USD \$)                    | 125.559                                | 184.493        | 196.469        | 212.560        | 219.376        | 220.054        |
| Servicio - Alquiler Mensual (USD \$)                  | 48.371                                 | 83.085         | 102.634        | 107.219        | 112.089        | 113.738        |
| Servicio - Alquiler Diario (USD \$)                   | 27.407                                 | 36.543         | 40.626         | 69.430         | 77.181         | 79.793         |
| Servicio - Alquiler por Horas (USD \$)                | 15.348                                 | 18.470         | 19.618         | 33.858         | 39.598         | 43.165         |
| <b>Flujo de Salida</b>                                |  |                |                |                |                |                |
| Compra de Activos Fijos y Adecuación de Instalaciones | 66.946                                 |                |                |                |                |                |
| Agua Potable  | 1.702                                  | 1.567          | 1.731          | 1.818          | 1.882          | 1.882          |
| Electricidad  | 10.607                                 | 10.841         | 11.981         | 13.839         | 16.636         | 16.636         |
| Telefonia Fija  | 2.389                                  | 1.994          | 2.204          | 2.281          | 2.361          | 2.361          |
| Cable   | 6.551                                  | 8.123          | 8.408          | 8.703          | 10.462         | 10.462         |
| Internet  | 786                                    | 316            | 321            | 419            | 433            | 433            |
| Alquiler de Oficina                                   | 96.000                                 | 76.320         | 79.884         | 79.884         | 79.892         | 79.892         |
| Sueldos   | 56.460                                 | 55.671         | 58.212         | 58.212         | 58.212         | 58.212         |
| Beneficios Sociales                                   | 13.379                                 | 13.447         | 18.387         | 18.387         | 18.387         | 18.387         |
| Capacitacion  | 1.000                                  | 650            | 1.700          | 1.000          | -              | 2.000          |
| Suscripcion de Camara de Comercio                     | 277                                    | 283            | 283            | 283            | 307            | 307            |
| Honorarios Profesionales                              | 8.300                                  | 7.800          | 7.800          | 8.410          | 8.411          | 8.411          |
| Publicidad  | 22.250                                 | 13.640         | 12.928         | 12.239         | 12.669         | 12.669         |
| Gastos Legales  | 1.300                                  | -              | 250            | 500            | 250            | 500            |
| Marca y Logotipo Corporativo                          | 1.800                                  | -              | -              | 250            | -              | 250            |
| Impuestos de Funcionamiento                           | 1.730                                  | 909            | 941            | 974            | 1.008          | 1.044          |
| Papeleria e Insumos                                   | 9.600                                  | 10.100         | 5.500          | 12.000         | 8.000          | 8.000          |
| Mantenimiento de Instalaciones                        | 4.400                                  | 3.750          | 11.000         | 1.400          | 7.000          | 7.000          |
| Eventos - Desayunos Networking                        | 8.250                                  | 8.250          | 8.250          | 8.250          | 8.800          | 8.800          |
| Anticipo de Impuesto                                  |  | 2.073          | 2.370          | 2.864          | 3.907          | 4.815          |
| Impuestos Tributarios                                 | -                                      | -              | 18.189         | 24.319         | 40.051         | 43.451         |
| Utilidades Trabajadores                               | -                                      | -              | 13.214         | 17.406         | 27.988         | 30.886         |
| <b>Flujo neto Operativo</b>                           | <b>-97.042</b>                         | <b>106.858</b> | <b>95.794</b>  | <b>149.630</b> | <b>141.587</b> | <b>140.354</b> |
| <b>Actividades de Inversión</b>                       |  |                |                |                |                |                |
| Flujo de Entrada / Aportación Accioni                 | 60.000                                 |                |                |                |                |                |
| Flujo de Salida                                       | -                                      |                |                |                |                |                |
| <b>Flujo neto de Inversión</b>                        | <b>60.000</b>                          | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       |
| <b>Actividades de Financiamiento</b>                  |  |                |                |                |                |                |
| <b>Flujo de Entrada</b>                               |  |                |                |                |                |                |
| Préstamos solicitados                                 | 100.000                                |                |                |                |                |                |
| <b>Flujo de Salida</b>                                |  |                |                |                |                |                |
| Capital del Préstamo                                  | 30.571                                 | 33.253         | 36.176         |                |                |                |
| Intereses del Préstamo                                | 7.288                                  | 4.606          | 1.682          | -              | -              | -              |
| Dividendos de Accionistas                             | -                                      |                |                |                |                |                |
| Préstamos Accionistas                                 | 0                                      |                |                |                |                |                |
| <b>Flujo neto de financiamiento</b>                   | <b>62.141</b>                          | <b>-37.859</b> | <b>-37.858</b> | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       |
| Saldo del Flujo                                       | 25.099                                 | 68.999         | 57.935         | 149.630        | 141.587        | 140.354        |
| Saldo Inicial   | -                                      | 25.099         | 94.097         | 152.033        | 301.663        | 443.250        |
| <b>Saldo Final</b>                                    | <b>25.099</b>                          | <b>94.097</b>  | <b>152.033</b> | <b>301.663</b> | <b>443.250</b> | <b>583.604</b> |

Fuente: Autores de Tesis

## 9.10. ESTADO DE RESULTADO

ESTADO DE RESULTADOS - PROYECCION  
"NETWORKING ZONE"

|  | 2017           | 2018           | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>VENTAS</b>                                |                |                |                |                |                |                |
| <b>Ingresos por Servicios</b>                |                |                |                |                |                |                |
| Servicio - Alquiler Anual (USD \$)           | 125.559        | 184.493        | 196.469        | 212.560        | 219.376        | 220.054        |
| Servicio - Alquiler Mensual (USD \$)         | 48.371         | 83.085         | 102.634        | 107.219        | 112.089        | 113.738        |
| Servicio - Alquiler Diario (USD \$)          | 27.407         | 36.543         | 40.626         | 69.430         | 77.181         | 79.793         |
| Servicio - Alquiler por Horas (USD \$)       | 15.348         | 18.470         | 19.618         | 33.858         | 39.598         | 43.165         |
| <b>Total de Ventas de Servicios (USD \$)</b> | <b>216.685</b> | <b>322.591</b> | <b>359.347</b> | <b>423.067</b> | <b>448.244</b> | <b>456.751</b> |
| <b>GASTOS</b>                                |                |                |                |                |                |                |
| Agua Potable                                 | 1.702          | 1.567          | 1.731          | 1.818          | 1.882          | 1.882          |
| Electricidad                                 | 10.607         | 10.841         | 11.981         | 13.839         | 16.636         | 16.636         |
| Telefonia Fija                               | 2.389          | 1.994          | 2.204          | 2.281          | 2.361          | 2.361          |
| Cable  | 6.551          | 8.123          | 8.408          | 8.703          | 10.462         | 10.462         |
| Internet                                     | 786            | 316            | 321            | 419            | 433            | 433            |
| Alquiler de Oficina                          | 96.000         | 76.320         | 79.884         | 79.884         | 79.892         | 79.892         |
| <b>Total Gastos Operativos</b>               | <b>118.035</b> | <b>99.160</b>  | <b>104.529</b> | <b>106.944</b> | <b>111.666</b> | <b>111.666</b> |
| Sueldos                                      | 56.460         | 55.671         | 58.212         | 58.212         | 58.212         | 58.212         |
| Beneficios Sociales                          | 13.379         | 13.447         | 18.387         | 18.387         | 18.387         | 18.387         |
| Capacitacion                                 | 1.000          | 650            | 1.700          | 1.000          | -              | 2.000          |
| <b>Total Sueldos y Salarios</b>              | <b>70.839</b>  | <b>69.768</b>  | <b>78.299</b>  | <b>77.599</b>  | <b>76.599</b>  | <b>78.599</b>  |
| Suscripcion de Camara de Comercio            | 277            | 283            | 283            | 283            | 307            | 307            |
| <b>Total de Suscripciones</b>                | <b>277</b>     | <b>283</b>     | <b>283</b>     | <b>283</b>     | <b>307</b>     | <b>307</b>     |
| Honorarios Profesionales                     | 8.300          | 7.800          | 7.800          | 8.410          | 8.411          | 8.411          |
| <b>Total de Honorarios Profesionales</b>     | <b>8.300</b>   | <b>7.800</b>   | <b>7.800</b>   | <b>8.410</b>   | <b>8.411</b>   | <b>8.411</b>   |
| Publicidad - Medio Social                    | 15.700         | 9.219          | 9.543          | 10.030         | 10.382         | 10.382         |
| Publicidad - Sitio Web                       | 700            | 2.549          | 682            | 716            | 742            | 742            |
| Publicidad - Tripticos                       | 4.750          | 1.872          | 1.704          | 1.493          | 1.545          | 1.545          |
| Publicidad - Letras Corporeas                | 1.100          | -              | 1.000          | -              | -              | -              |
| <b>Total Publicidad</b>                      | <b>22.250</b>  | <b>13.640</b>  | <b>12.928</b>  | <b>12.239</b>  | <b>12.669</b>  | <b>12.669</b>  |
| Gastos Legales                               | 1.300          | -              | 250            | 500            | 250            | 500            |
| Marca y Logotipo Corporativo                 | 1.800          | -              | -              | 250            | -              | 250            |
| <b>Total Gastos de Constitución</b>          | <b>3.100</b>   | <b>-</b>       | <b>250</b>     | <b>750</b>     | <b>250</b>     | <b>750</b>     |
| Permiso de Bomberos                          | 712            | 374            | 387            | 401            | 415            | 430            |
| Uso de Suelo                                 | 305            | 160            | 166            | 172            | 178            | 184            |
| Patentes Municipales                         | 509            | 267            | 277            | 286            | 297            | 307            |
| Tasas de Habilitacion                        | 203            | 107            | 111            | 115            | 119            | 123            |
| <b>Total Gastos de Constitución</b>          | <b>1.730</b>   | <b>909</b>     | <b>941</b>     | <b>974</b>     | <b>1.008</b>   | <b>1.044</b>   |
| Insumos de Oficina                           | 5.300          | 6.050          | 3.500          | 6.000          | 3.500          | 3.500          |
| Papelaria                                    | 4.300          | 4.050          | 2.000          | 6.000          | 4.500          | 4.500          |
| Mantenimiento de Instalaciones               | 4.400          | 3.750          | 11.000         | 1.400          | 7.000          | 7.000          |
| <b>Total Gastos de Mantenimiento</b>         | <b>14.000</b>  | <b>13.850</b>  | <b>16.500</b>  | <b>13.400</b>  | <b>15.000</b>  | <b>15.000</b>  |
| Prestamos                                    | -              | -              | -              | -              | -              | -              |
| Intereses                                    | 7.288          | 4.606          | 1.682          | -              | -              | -              |
| <b>Total Gastos de Financieros</b>           | <b>7.288</b>   | <b>4.606</b>   | <b>1.682</b>   | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       |
| Muebles y Enseres                            | 650            | 600            | 600            | 600            | 600            | 600            |
| Muebles de Oficina                           | 7.571          | 6.989          | 6.989          | 6.989          | 6.989          | 6.989          |
| Computacion - Tecnologia                     | 4.985          | 4.602          | 4.218          | -              | -              | -              |
| Equipo de Oficina                            | 660            | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             |
| <b>Total Gastos de Depreciación</b>          | <b>13.866</b>  | <b>12.230</b>  | <b>11.847</b>  | <b>7.629</b>   | <b>7.629</b>   | <b>7.629</b>   |
| <b>Eventos Networking</b>                    |                |                |                |                |                |                |
| Eventos - Desayunos Networking               | 8.250          | 8.250          | 8.250          | 8.250          | 8.800          | 8.800          |
| <b>Total de Eventos Networking</b>           | <b>8.250</b>   | <b>8.250</b>   | <b>8.250</b>   | <b>8.250</b>   | <b>8.800</b>   | <b>8.800</b>   |
| <b>Amortización</b>                          |                |                |                |                |                |                |
| Gastos de primer establecimiento             | 7.998          | 3.999          | -              | -              | -              | -              |
| <b>Total de Amortización</b>                 | <b>7.998</b>   | <b>3.999</b>   | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       |
| <b>Total de Gastos</b>                       | <b>275.933</b> | <b>234.496</b> | <b>243.309</b> | <b>236.477</b> | <b>242.338</b> | <b>244.874</b> |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>                        | <b>-59.249</b> | <b>88.095</b>  | <b>116.038</b> | <b>186.589</b> | <b>205.905</b> | <b>211.877</b> |
| Impuesto a la Renta                          | -              | 20.262         | 26.689         | 42.916         | 47.358         | 48.732         |
| Participación de Trabajadores                | -              | 13.214         | 17.406         | 27.988         | 30.886         | 31.782         |
| <b>UTILIDAD / PERDIDA NETA</b>               | <b>-59.249</b> | <b>54.619</b>  | <b>71.944</b>  | <b>115.685</b> | <b>127.661</b> | <b>131.364</b> |



Fuente: Autores de Tesis

## 9.11. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio nos ayuda a establecer que cantidad necesarias de alquiler de oficinas se necesitan para cubrir todos nuestros costos fijos y no tener pérdidas en el proceso. De esta forma hemos proyectado según demanda analizada en el “Capítulo 4”, la cantidad de oficinas que requiere la demanda.

Para la definición del Punto de Equilibrio para Networking Zone se consideraron los costos fijos, costos variables de la operación de la organización.

| <b>Punto de Equilibrio<br/>Networking Zone S.A.</b> |             |             |             |             |             |             |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Detalle</b>                                      | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> | <b>2022</b> |
| Costos Fijos  | 226.967     | 190.345     | 193.872     | 187.753     | 190.045     | 190.045     |
| Costos Variables                                    | 48.966      | 44.150      | 49.436      | 48.724      | 52.294      | 54.829      |
| <b>PUNTO DE EQUILIBRIO %</b>                        |             |             |             |             |             |             |
| Servicio - Alquiler Anual                           | 24%         | 24%         | 24%         | 22%         | 24%         | 22%         |
| Servicio - Alquiler Mensual                         | 42%         | 41%         | 42%         | 40%         | 41%         | 42%         |
| Servicio - Alquiler Diario                          | 52%         | 43%         | 45%         | 43%         | 44%         | 45%         |
| Servicio - Alquiler por Horas                       | 84%         | 64%         | 67%         | 64%         | 66%         | 67%         |

Fuente: Autores de Tesis

## 9.12. RATIOS FINANCIEROS

| <b>Networking Zone S.A.</b> |             |             |             |             |             |             |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Ratio</b>                | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> | <b>2022</b> |
| Razon de Autonomía          | 0,01        | 0,44        | 0,74        | 0,77        | 0,83        | 0,83        |
| Razón de Endeudamiento      | 0,99        | 0,56        | 0,26        | 0,23        | 0,17        | 0,17        |
| Rentabilidad sobre Ventas   |             | 0,17        | 0,20        | 0,27        | 0,28        | 0,29        |
| Solvencia                   | 0,36        | 1,35        | 3,45        | 4,25        | 5,66        | 7,25        |
| Rotación de Activos Fijos   | 3,94        | 5,87        | 6,54        | 7,70        | 8,16        | 8,31        |
| ROA                         | -84%        | 44%         | 42%         | 37%         | 28%         | 23%         |
| ROE                         | -99%        | 91%         | 120%        | 193%        | 213%        | 219%        |

Fuente: Autores de Tesis

**Razón de autonomía:** La organización tiene para financiarse con capital propio con un 63% en promedio en la proyección realizada. Esto es resultado de cancelar los préstamos bancarios al 100% al tercer año.

**Razón endeudamiento:** Los préstamos que se realizaron en entidades bancarias es un reflejo del nivel de endeudamiento de la empresa. No obstante en los años 3, 4 y 5 el nivel de endeudamiento se reduce de 56% del año 2 a un 17% en el año 2022. Es decir que la empresa a partir del 3 año se financia netamente con los recursos generados por las operaciones.

**Rentabilidad sobre ventas:** Nos indica el porcentaje de utilidad que queda por cada dólar de ventas, después de disminuir los gastos e impuestos. De tal forma que para los años 3, 4 y 5 se mantiene un crecimiento del 3% anual promedio.

**ROA:** Este indicador es importante para los accionistas, ya que se analiza que por cada dólar invertido en activos esta empresa se obtiene la utilidad neta. Los valores arrojados por los cálculos se refleja un crecimiento de las utilidades en el año 2 y manteniéndose en crecimientos constante para los siguientes años.

**ROE:** Este indicador nos ayuda a medir el desempeño de la inversión por parte de los accionistas, en relación a las utilidades obtenidas. Es decir que en el cierre del año 5 cada dólar aportado por los accionistas, se genera 219% o 2,19 dólares de utilidad por cada dólar invertido.

### **9.13. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO**

Para la determinación del WACC se usó la información disponible en la página del Dr. Damodaran de donde se obtuvo los datos de Beta (Bu) desapalancado y de la tasa de impuestos (Tc) para la industria dentro de la cual el proyecto se encasilla (Office Equipment & Services). Así mismo se obtuvo la prima por riesgo de la misma página y se ajustó el Beta al nivel de endeudamiento de la empresa.

**CALCULO WACC**  
**"NETWORKING ZONE"**

| DATOS                         |               | CAPM (Ke)                       |               |
|-------------------------------|---------------|---------------------------------|---------------|
| Fecha                         | 24/5/2016     | Tasa libre de riesgo (Rf)       | 1,40%         |
| Beta desapalancada            | 0,82          | Beta apalancada                 | 1,72          |
| Deuda (D)                     | \$ 100.000,00 | Prima riesgo (Rm-Rf) 11/04/2016 | 10,05%        |
| Capital (E)                   | \$ 60.000,00  | Riesgo país (@) 08/05/16        | 8,91%         |
| Tasa impositivo compuesta (T) | 33,70%        | <b>CAPM (Ke)</b>                | <b>27,57%</b> |

| DATOS                         |               | WACC                      |               |
|-------------------------------|---------------|---------------------------|---------------|
| Fecha                         | 24/5/2016     | <b>Ke (E/(E+D))</b>       | 10,34%        |
| CAPM (Ke)                     | 27,57%        | <b>Kd (1-T) (D/(E+D))</b> | 3,60%         |
| Deuda (D)                     | \$ 100.000,00 | <b>WACC</b>               | <b>13,94%</b> |
| Capital (E)                   | \$ 60.000,00  |                           |               |
| Tasa impositivo compuesta (T) | 33,70%        |                           |               |
| Tasa Interés Préstamo (Kd)    | 9%            |                           |               |

Fuente: Autores de Tesis

Se obtuvo un WACC del 13.94% que es el rendimiento mínimo que se puede esperar para satisfacer el rendimiento de la deuda a largo plazo y del capital propio.

**PROYECCION - VAN / TIR**  
**Networking Zone S.A.**

**Cálculo VAN y TIR Accionistas**

| Rentabilidad de Accionistas               |                   |                |               |               |                |                |                |
|---|-------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle                                   | Inversión Inicial | 2017           | 2018          | 2019          | 2020           | 2021           | 2022           |
| (=) Utilidad Operacional                  |                   | -51.961        | 92.702        | 117.720       | 186.589        | 205.905        | 211.877        |
| (+) Depreciación y amortización           |                   | 21.864         | 16.229        | 11.847        | 7.629          | 7.629          | 7.629          |
| (-) Participación Trabajadores            |                   | -              | -13.214       | -17.406       | -27.988        | -30.886        | -31.782        |
| (-) Impuesto a la Renta                   |                   | -              | -20.262       | -26.689       | -42.916        | -47.358        | -48.732        |
| (-) Préstamo                              |                   | -30.571        | -33.253       | -36.176       |                |                |                |
| (-) Intereses                             |                   | -7.288         | -4.606        | -1.682        |                |                |                |
| <b>Flujo del Proyecto Financiado</b>      | <b>-60.000,00</b> | <b>-67.955</b> | <b>37.596</b> | <b>47.614</b> | <b>123.314</b> | <b>135.290</b> | <b>138.992</b> |
| <b>Retorno deseado por inversionistas</b> | <b>25%</b>        |                |               |               |                |                |                |
| <b>VAN</b>                                | <b>65.353</b>     |                |               |               |                |                |                |
| <b>TIR</b>                                | <b>41,31%</b>     |                |               |               |                |                |                |

**Cálculo VAN y TIR Negocio**

| Rentabilidad del Proyecto            |                   |                |               |               |                |                |                |
|--------------------------------------|-------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle                              | Inversión Inicial | 2017           | 2018          | 2019          | 2020           | 2021           | 2022           |
| (=) Utilidad Operacional             |                   | -51.961        | 92.702        | 117.720       | 186.589        | 205.905        | 211.877        |
| (+) Depreciación y amortización      |                   | 21.864         | 16.229        | 11.847        | 7.629          | 7.629          | 7.629          |
| (-) Participación Trabajadores       |                   | -              | -13.214       | -17.406       | -27.988        | -30.886        | -31.782        |
| (-) Impuesto a la Renta              |                   | -              | -20.262       | -26.689       | -42.916        | -47.358        | -48.732        |
| (-) Intereses                        |                   | -7.288         | -4.606        | -1.682        | -              | -              | -              |
| <b>Flujo del Proyecto Financiado</b> | <b>-160.000</b>   | <b>-37.384</b> | <b>70.848</b> | <b>83.791</b> | <b>123.314</b> | <b>135.290</b> | <b>138.992</b> |
| <b>WACC</b>                          | <b>13,94%</b>     |                |               |               |                |                |                |
| <b>VAN</b>                           | <b>125.590</b>    |                |               |               |                |                |                |
| <b>TIR</b>                           | <b>29,95%</b>     |                |               |               |                |                |                |

| % Ocupación | 31% | 56% | 63% | 74% | 78% | 80% |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

Fuente: Autores de Tesis

### 9.13.1. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Se realizó un análisis de sensibilidad para evaluar los posibles efectos que causaría un cambio en los ingresos, en los costos, considerando varios escenarios optimistas y pesimistas.

#### Analisis de Sensibilidad Networking Zone S.A.

| Escenario   | Detalle   | Accionistas |     | Negocio |     |
|-------------|---|-------------|-----|---------|-----|
|             |   | VAN         | TIR | VAN     | TIR |
| Pesimista   | 20% Disminución de los Ingresos<br>(Manteniendo el valor proyectado de Costos y Gastos) | -65.127     | 10% | -46.882 | 8%  |
|             | 20% Aumento de los Costos<br>(Manteniendo el valor de los Ingresos)                     | 920         | 25% | 43.088  | 19% |
| Conservador | Situación Proyectada del Negocio  | 65.353      | 41% | 125.590 | 30% |
| Optimista   | 10% Aumento de los Ingresos<br>(Manteniendo el valor proyectado de Costos y Gastos)     | 130.592     | 59% | 211.826 | 41% |
|             | 10% Disminución de los Costos<br>(Manteniendo el valor de los Ingresos)                 | 97.569      | 50% | 166.841 | 35% |

Fuente: Autores de Tesis

#### 9.13.1.1. ESCENARIO PESIMISTO

##### 9.13.1.1.1. 20% Disminución de los Ingresos

#### PROYECCION - VAN / TIR Networking Zone S.A.

##### Cálculo VAN y TIR Accionistas

| Rentabilidad de Accionistas          |                   | 2017            | 2018          | 2019         | 2020          | 2021          | 2022           |
|--------------------------------------|-------------------|-----------------|---------------|--------------|---------------|---------------|----------------|
| Detalle                              | Inversión Inicial |                 |               |              |               |               |                |
| (=) Utilidad Operacional             |                   | -95.297         | 28.183        | 45.851       | 101.976       | 116.256       | 164.537        |
| (+) Depreciación y amortización      |                   | 21.864          | 16.229        | 11.847       | 7.629         | 7.629         | 7.629          |
| (-) Participación Trabajadores       |                   | -               | -3.537        | -6.625       | -15.296       | -17.438       | -24.681        |
| (-) Impuesto a la Renta              |                   | -               | -5.423        | -10.159      | -23.454       | -26.739       | -37.844        |
| (-) Préstamo                         |                   | -30.571         | -33.253       | -36.176      |               |               |                |
| (-) Intereses                        |                   | -7.288          | -4.606        | -1.682       |               |               |                |
| <b>Flujo del Proyecto Financiado</b> | <b>-60.000,00</b> | <b>-111.292</b> | <b>-2.406</b> | <b>3.055</b> | <b>70.854</b> | <b>79.708</b> | <b>109.642</b> |
| Retorno deseado por inversionistas   | 25%               |                 |               |              |               |               |                |
| <b>VAN</b>                           | <b>-65.127</b>    |                 |               |              |               |               |                |
| <b>TIR</b>                           | <b>9,83%</b>      |                 |               |              |               |               |                |

##### Cálculo VAN y TIR Negocio

| Rentabilidad del Proyecto            |                   | 2017           | 2018          | 2019          | 2020          | 2021          | 2022           |
|--------------------------------------|-------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Detalle                              | Inversión Inicial |                |               |               |               |               |                |
| (=) Utilidad Operacional             |                   | -95.297        | 28.183        | 45.851        | 101.976       | 116.256       | 164.537        |
| (+) Depreciación y amortización      |                   | 21.864         | 16.229        | 11.847        | 7.629         | 7.629         | 7.629          |
| (-) Participación Trabajadores       |                   | -              | -3.537        | -6.625        | -15.296       | -17.438       | -24.681        |
| (-) Impuesto a la Renta              |                   | -              | -5.423        | -10.159       | -23.454       | -26.739       | -37.844        |
| (-) Intereses                        |                   | -7.288         | -4.606        | -1.682        |               |               |                |
| <b>Flujo del Proyecto Financiado</b> | <b>-160.000</b>   | <b>-80.721</b> | <b>30.847</b> | <b>39.232</b> | <b>70.854</b> | <b>79.708</b> | <b>109.642</b> |
| WACC                                 | 13,94%            |                |               |               |               |               |                |
| <b>VAN</b>                           | <b>-46.882</b>    |                |               |               |               |               |                |
| <b>TIR</b>                           | <b>7,81%</b>      |                |               |               |               |               |                |

| % Ocupación | 25% | 45% | 50% | 59% | 63% | 64% |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|             |     |     |     |     |     |     |

Fuente: Autores de Tesis

### 9.13.1.2. 20% Aumento de los Gastos

PROYECCION - VAN / TIR  
Networking Zone S.A.

Cálculo VAN y TIR Accionistas

| Rentabilidad de Accionistas          |                   |                 |               |               |                |                |                |
|--------------------------------------|-------------------|-----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle                              | Inversión Inicial | 2017            | 2018          | 2019          | 2020           | 2021           | 2022           |
| (=) Utilidad Operacional             |                   | -85.143         | 65.665        | 89.172        | 158.216        | 176.167        | 182.038        |
| (+) Depreciación y amortización      |                   | 21.864          | 16.229        | 11.847        | 7.629          | 7.629          | 7.629          |
| (-) Participación Trabajadores       |                   | -               | -9.159        | -13.124       | -23.732        | -26.425        | -27.306        |
| (-) Impuesto a la Renta              |                   | -               | -14.043       | -20.123       | -36.390        | -40.518        | -41.869        |
| (-) Préstamo                         |                   | -30.571         | -33.253       | -36.176       |                |                |                |
| (-) Intereses                        |                   | -7.288          | -4.606        | -1.682        |                |                |                |
| <b>Flujo del Proyecto Financiado</b> | <b>-60.000,00</b> | <b>-101.138</b> | <b>20.833</b> | <b>29.915</b> | <b>105.723</b> | <b>116.852</b> | <b>120.493</b> |
| Retorno deseado por inversionistas   | 25%               |                 |               |               |                |                |                |
| <b>VAN</b>                           | <b>920</b>        |                 |               |               |                |                |                |
| <b>TIR</b>                           | <b>25,21%</b>     |                 |               |               |                |                |                |

Cálculo VAN y TIR Negocio

| Rentabilidad del Proyecto            |                   |                |               |               |                |                |                |
|--------------------------------------|-------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle                              | Inversión Inicial | 2017           | 2018          | 2019          | 2020           | 2021           | 2022           |
| (=) Utilidad Operacional             |                   | -85.143        | 65.665        | 89.172        | 158.216        | 176.167        | 182.038        |
| (+) Depreciación y amortización      |                   | 21.864         | 16.229        | 11.847        | 7.629          | 7.629          | 7.629          |
| (-) Participación Trabajadores       |                   | -              | -9.159        | -13.124       | -23.732        | -26.425        | -27.306        |
| (-) Impuesto a la Renta              |                   | -              | -14.043       | -20.123       | -36.390        | -40.518        | -41.869        |
| (-) Intereses                        |                   | -7.288         | -4.606        | -1.682        |                |                |                |
| <b>Flujo del Proyecto Financiado</b> | <b>-160.000</b>   | <b>-70.567</b> | <b>54.086</b> | <b>66.091</b> | <b>105.723</b> | <b>116.852</b> | <b>120.493</b> |
| WACC                                 | 13,94%            |                |               |               |                |                |                |
| <b>VAN</b>                           | <b>43.088</b>     |                |               |               |                |                |                |
| <b>TIR</b>                           | <b>19,32%</b>     |                |               |               |                |                |                |

|                    |     |     |     |     |     |     |
|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| <b>% Ocupación</b> | 31% | 56% | 63% | 74% | 78% | 80% |
|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

Fuente: Autores de Tesis

## 9.13.2. ESCENARIO OPTIMISTA

### 9.13.2.1. 10% Aumento de los Ingresos

PROYECCION - VAN / TIR  
Networking Zone S.A.

Cálculo VAN y TIR Accionistas

| Rentabilidad de Accionistas          |                   |                |               |               |                |                |                |
|--------------------------------------|-------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle                              | Inversión Inicial | 2017           | 2018          | 2019          | 2020           | 2021           | 2022           |
| (=) Utilidad Operacional             |                   | -30.292        | 124.961       | 153.655       | 228.896        | 250.730        | 235.546        |
| (+) Depreciación y amortización      |                   | 21.864         | 16.229        | 11.847        | 7.629          | 7.629          | 7.629          |
| (-) Participación Trabajadores       |                   | -              | -18.053       | -22.796       | -34.334        | -37.609        | -35.332        |
| (-) Impuesto a la Renta              |                   | -              | -27.681       | -34.954       | -52.646        | -57.668        | -54.176        |
| (-) Préstamo                         |                   | -30.571        | -33.253       | -36.176       |                |                |                |
| (-) Intereses                        |                   | -7.288         | -4.606        | -1.682        |                |                |                |
| <b>Flujo del Proyecto Financiado</b> | <b>-60.000,00</b> | <b>-46.287</b> | <b>57.596</b> | <b>69.894</b> | <b>149.544</b> | <b>163.081</b> | <b>153.668</b> |
| Retorno deseado por inversionistas   | 25%               |                |               |               |                |                |                |
| <b>VAN</b>                           | <b>130.592</b>    |                |               |               |                |                |                |
| <b>TIR</b>                           | <b>59,01%</b>     |                |               |               |                |                |                |

Cálculo VAN y TIR Negocio

| Rentabilidad del Proyecto            |                   |                |               |                |                |                |                |
|--------------------------------------|-------------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle                              | Inversión Inicial | 2017           | 2018          | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           |
| (=) Utilidad Operacional             |                   | -30.292        | 124.961       | 153.655        | 228.896        | 250.730        | 235.546        |
| (+) Depreciación y amortización      |                   | 21.864         | 16.229        | 11.847         | 7.629          | 7.629          | 7.629          |
| (-) Participación Trabajadores       |                   | -              | -18.053       | -22.796        | -34.334        | -37.609        | -35.332        |
| (-) Impuesto a la Renta              |                   | -              | -27.681       | -34.954        | -52.646        | -57.668        | -54.176        |
| (-) Intereses                        |                   | -7.288         | -4.606        | -1.682         |                |                |                |
| <b>Flujo del Proyecto Financiado</b> | <b>-160.000</b>   | <b>-15.716</b> | <b>90.849</b> | <b>106.070</b> | <b>149.544</b> | <b>163.081</b> | <b>153.668</b> |
| WACC                                 | 13,94%            |                |               |                |                |                |                |
| <b>VAN</b>                           | <b>211.826</b>    |                |               |                |                |                |                |
| <b>TIR</b>                           | <b>40,78%</b>     |                |               |                |                |                |                |

|                    |     |     |     |     |     |     |
|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| <b>% Ocupación</b> | 34% | 62% | 69% | 81% | 86% | 88% |
|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

Fuente: Autores de Tesis

### 9.13.2.2. 10% Disminuyen los Gastos

PROYECCION - VAN / TIR  
Networking Zone S.A.

Cálculo VAN y TIR Accionistas

| Rentabilidad de Accionistas          |                   |                |               |               |                |                |                |
|--------------------------------------|-------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle                              | Inversión Inicial | 2017           | 2018          | 2019          | 2020           | 2021           | 2022           |
| (=) Utilidad Operacional             |                   | -35.369        | 106.220       | 131.994       | 200.776        | 220.774        | 226.796        |
| (+) Depreciación y amortización      |                   | 21.864         | 16.229        | 11.847        | 7.629          | 7.629          | 7.629          |
| (-) Participación Trabajadores       |                   | -              | -15.242       | -19.547       | -30.116        | -33.116        | -34.019        |
| (-) Impuesto a la Renta              |                   | -              | -23.371       | -29.972       | -46.178        | -50.778        | -52.163        |
| (-) Préstamo                         |                   | -30.571        | -33.253       | -36.176       |                |                |                |
| (-) Intereses                        |                   | -7.288         | -4.606        | -1.682        |                |                |                |
| <b>Flujo del Proyecto Financiado</b> | <b>-60.000,00</b> | <b>-51.364</b> | <b>45.977</b> | <b>56.464</b> | <b>132.110</b> | <b>144.509</b> | <b>148.242</b> |
| Retorno deseado por inversionistas   | 25%               |                |               |               |                |                |                |
| <b>VAN</b>                           | <b>97.569</b>     |                |               |               |                |                |                |
| <b>TIR</b>                           | <b>50,48%</b>     |                |               |               |                |                |                |

Cálculo VAN y TIR Negocio

| Rentabilidad del Proyecto            |                   |                |               |               |                |                |                |
|--------------------------------------|-------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle                              | Inversión Inicial | 2017           | 2018          | 2019          | 2020           | 2021           | 2022           |
| (=) Utilidad Operacional             |                   | -35.369        | 106.220       | 131.994       | 200.776        | 220.774        | 226.796        |
| (+) Depreciación y amortización      |                   | 21.864         | 16.229        | 11.847        | 7.629          | 7.629          | 7.629          |
| (-) Participación Trabajadores       |                   | -              | -15.242       | -19.547       | -30.116        | -33.116        | -34.019        |
| (-) Impuesto a la Renta              |                   | -              | -23.371       | -29.972       | -46.178        | -50.778        | -52.163        |
| (-) Intereses                        |                   | -7.288         | -4.606        | -1.682        |                |                |                |
| <b>Flujo del Proyecto Financiado</b> | <b>-160.000</b>   | <b>-20.793</b> | <b>79.230</b> | <b>92.640</b> | <b>132.110</b> | <b>144.509</b> | <b>148.242</b> |
| WACC                                 | 13,94%            |                |               |               |                |                |                |
| <b>VAN</b>                           | <b>166.841</b>    |                |               |               |                |                |                |
| <b>TIR</b>                           | <b>35,46%</b>     |                |               |               |                |                |                |

|             |     |     |     |     |     |     |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| % Ocupación | 31% | 56% | 63% | 74% | 78% | 80% |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

Fuente: Autores de Tesis

## 9.14. ANALISIS DE RIESGOS E INTENGIBLES

### 9.14.1. RIESGOS DE MERCADO

Entre los riesgos del mercado, es importante analizar los competidores directos que tiene Networking Zone, como se indica en el Capítulo 4. De aquí partimos con el mayor riesgo que es ser nuevo en el mercado y la fácil replica de este negocio, que solo será posible si se cuenta con el capital necesario para emprenderlo.

Además, el negocio de alquiler de oficinas es muy común en la ciudad de Guayaquil, como por ejemplo tenemos las oficinas del Hotel Sonesta, Parque Empresarial Colón, Centro de Convenciones, entre otras. Pero la gran diferencia es que éstos solo ofrecen el espacio físico. De igual forma se las considera una amenaza indirecta, como también punto de encuentro en locales comerciales y cafeterías.

### **9.14.2. RIESGOS TÉCNICOS**

La ubicación de este negocio debe ser logísticamente adecuado para cubrir las necesidades del consumidor. La cercanía de los principales bancos y negocios de la ciudad es clave para un centro de alquiler de oficinas, ya que los usuarios pueden necesitar de estos sitios comunes.

La negociación con proveedores es baja, como se mencionó en el Capítulo 3. De tal forma que se debe manejar las negociaciones al menor costo posible y llegar a un acuerdo de “Ganar-Ganar”.

### **9.14.3. RIESGOS ECONÓMICOS**

Se puede considerar como riesgo económico la disminución del poder adquisitivo de la demanda en Guayaquil, ocasionando una falta de interés hacia los servicios de alquiler de oficina, para su desarrollo profesional.

Otro punto de riesgo, es el alza en costos de equipos oficina como muebles, software, suministros, etc. También podemos incluir costos de arrendamiento del local, es decir, uso de suelo. Este último es un costo proporcional en el precio ofrecido al público, que puede ocasionar una posible resistencia por parte de ellos.

### **9.14.4. RIESGOS FINANCIEROS**

La inversión inicial es alta, esto se verá reflejado en el capítulo financiero, por ende se solicitará un préstamo bancario para cubrir todos los costos que incurre en el desarrollo normal de la compañía. A su vez al hacer Networking Zone una compañía de sociedad anónima, llamaremos la atención a futuros inversionistas para obtener un mejor financiamiento de la empresa.

## ANEXOS

## Anexos 1. Análisis FODA

## Anexo 1.1.- Matriz de Análisis FODA

MATRIZ ANALISIS FODA

| MATRIZ IFAS |        |   |   |                  |          |
|-------------|--------|---|---|------------------|----------|
| CUALIDAD    | CODIGO | FACTORES  | CALIFICACIONES                                    |                  |          |
|             |        |   | (1 AL 5) (5 VALOR MÁS ALTO Y 1 EL VALOR MÁS BAJO) |                  |          |
|             |        |   | Daniel Cárdenas                                   | Ivette Seminario | Promedio |
| FORTALEZAS  | F01    | Servicio personalizado                          | 5   | 3                | 4,00     |
|             | F02    | Ubicación estratégica                           | 4   | 5                | 4,50     |
|             | F03    | Calidad de servicio                             | 5   | 5                | 5,00     |
|             | F04    | Espacio confortable                             | 5   | 3                | 4,00     |
|             | F05    | Conocimiento de las necesidades del cliente     | 4   | 5                | 4,50     |
|             | F06    | Baja inversión para el cliente                  | 5   | 5                | 5,00     |
|             | F07    | Contactos y redes sociales                      | 4   | 4                | 4,00     |
|             | F08    | Paquetes de servicios diferenciados             | 5   | 2                | 3,50     |
|             | F09    | Tecnología apropiada para el trabajo diario     | 4   | 3                | 3,50     |
|             | F10    | Proveedor de espacios flexibles para el trabajo | 3   | 2                | 2,50     |
| DEBILIDADES | D01    | Nuevos en el mercado (COMPETIDOR REGUS)         | 3   | 5                | 4,00     |
|             | D02    | Inversión inicial alta                          | 5   | 5                | 5,00     |
|             | D03    | Rotación de clientes                            | 3   | 4                | 3,50     |

| MATRIZ EFAS   |        |  |   |                  |          |
|---------------|--------|--|---|------------------|----------|
| CUALIDAD      | CODIGO | FACTORES                                       | CALIFICACIONES                                    |                  |          |
|               |        |  | (1 AL 5) (5 VALOR MÁS ALTO Y 1 EL VALOR MÁS BAJO) |                  |          |
|               |        |  | Daniel Cárdenas                                   | Ivette Seminario | Promedio |
| OPORTUNIDADES | O01    | Nueva alternativa de espacios para negocios    | 5   | 4                | 4,50     |
|               | O02    | Crecimiento del mercado microempresario        | 5   | 4                | 4,50     |
|               | O03    | Nuevos clientes por referencia de los actuales | 4   | 3                | 3,50     |
|               | O04    | Ganancias por el volumen de clientes           | 4   | 5                | 4,50     |
|               | O05    | Diversificación de servicios según necesidades | 3   | 2                | 2,50     |
|               | O06    | Baja competencia                               | 3   | 2                | 2,50     |
| AMENAZAS      | A01    | Cambio de políticas gubernamentales            | 4   | 5                | 4,50     |
|               | A02    | Que se concidere un servicio informal          | 3   | 2                | 2,50     |
|               | A03    | Bajo poder de negociación con proveedores      | 5   | 2                | 3,50     |
|               | A04    | Altas barreras de entrada                      | 5   | 5                | 5,00     |
|               | A05    | Descuidar la imagen del servicio               | 4   | 5                | 4,50     |
|               | A06    | No tener la captación de clientes deseados     | 3   | 5                | 4,00     |
|               | A07    | No contar con el espacio físico adecuado       | 5   | 5                | 5,00     |





## Anexo 1.1.1 Resultados Síntesis FODA

| RESUMEN SÍNTESIS FODA # 1 |      |   |       |
|---------------------------|------|---|-------|
| Cód.                      | Peso | Factores  | Media |
| F10                       | 2,50 | Proveedor de espacios flexibles para el trabajo | 4,18  |
| F09                       | 3,50 | Tecnología apropiada para el trabajo diario     | 4,13  |
| F03                       | 4,50 | Ubicación estratégica                           | 4,08  |
| F06                       | 4,00 | Servicio personalizado                          | 4,04  |
| F08                       | 3,50 | Paquetes de servicios diferenciados             | 3,97  |
| F07                       | 4,00 | Contactos y redes sociales                      | 3,93  |
| F01                       | 5,00 | Baja inversión para el cliente                  | 3,92  |
| F05                       | 4,00 | Espacio confortable                             | 3,92  |
| F02                       | 5,00 | Calidad de servicio                             | 3,87  |
| F04                       | 4,50 | Conocimiento de las necesidades del cliente     | 3,86  |
| D01                       | 5,00 | Inversión inicial alta                          | 4,13  |
| D03                       | 3,50 | Rotación de clientes                            | 4,07  |
| D02                       | 4,00 | Nuevos en el mercado (Competidor Regus)         | 4,00  |
| O06                       | 2,50 | Baja competencia                                | 4,44  |
| O05                       | 2,50 | Diversificación de servicios según necesidades  | 4,16  |
| O01                       | 4,50 | Nueva alternativa de espacios para negocios     | 4,07  |
| O02                       | 4,50 | Crecimiento del mercado microempresario         | 4,00  |
| O04                       | 3,5  | Nuevos clientes por referencia de los actuales  | 4,00  |
| O03                       | 4,50 | Ganancias por el volumen de clientes            | 3,75  |
| A07                       | 2,50 | Que se considere un servicio informal           | 4,18  |
| A06                       | 3,50 | Bajo poder de negociación con proveedores       | 4,17  |
| A03                       | 4,50 | Cambio de políticas gubernamentales             | 4,06  |
| A02                       | 5,00 | No contar con el espacio físico adecuado        | 4,03  |
| A01                       | 5,00 | Altas barreras de entrada                       | 4,00  |
| A04                       | 4,50 | Descuidar la imagen del servicio                | 3,94  |
| A05                       | 4,00 | No tener la captación de clientes deseados      | 3,93  |

**Networking Zone S.A.**

| <b>RESUMEN SÍNTESIS FODA # 2</b> |             |   |              |
|----------------------------------|-------------|---|--------------|
| <b>Cód.</b>                      | <b>Peso</b> | <b>Factores</b>                                 | <b>Media</b> |
| F10                              | 2,50        | Proveedor de espacios flexibles para el trabajo | 4,18         |
| F09                              | 3,50        | Tecnología apropiada para el trabajo diario     | 4,13         |
| F03                              | 4,50        | Ubicación estratégica                           | 4,08         |
| F06                              | 4,00        | Servicio personalizado                          | 4,04         |
| F08                              | 3,50        | Paquetes de servicios diferenciados             | 3,97         |
| D01                              | 5,00        | Inversión inicial alta                          | 4,13         |
| D03                              | 3,50        | Rotacion de clientes                            | 4,07         |
| D02                              | 4,00        | Nuevos en el mercado (Competidor Regus)         | 4,00         |
| O06                              | 2,50        | Baja competencia                                | 4,44         |
| O05                              | 2,50        | Diversificación de servicios según necesidades  | 4,16         |
| O01                              | 4,50        | Nueva alternativa de espacios para negocios     | 4,07         |
| O02                              | 4,50        | Crecimiento del mercado microempresario         | 4,00         |
| O04                              | 3,5         | Nuevos clientes por referencia de los actuales  | 4,00         |
| A07                              | 2,50        | Que se concidere un servicio informal           | 4,18         |
| A06                              | 3,50        | Bajo poder de negociación con proveedores       | 4,17         |
| A03                              | 4,50        | Cambio de políticas gubernamentales             | 4,06         |
| A02                              | 5,00        | No contar con el espacio físico adecuado        | 4,03         |
| A01                              | 5,00        | Altas barreras de entrada                       | 4,00         |

## Anexo 1.2 Matriz de Alternativas Estratégicas

| MATRIZ DE ALTERNATIVAS ESTRATEGICAS   |   |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
|---|---|--|-------------|------------|---------------------------------------|------------|---|-------------|--|-----|--|--|--|-----|--|--|---------|---|-----|-----|---|---|----------------------|-----------|---------------------------------------|------------|-----|---------|---|-----|-----|--|-----|---------|---|--|--|--|--|--|--|
| ANALISIS INTERNO  |   |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| <p>Por medio de la gerencia estratégica se enfocara en obtener beneficios de las fortalezas internas, aprovechando las oportunidades externas; mitigar las debilidades internas y evitar el impacto de las amenazas externas.</p>   |   | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">FORTALEZAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>F10</td> <td>Proveedor de espacios flexibles para el trabajo</td> </tr> <tr> <td>F09</td> <td>Tecnología apropiada para el trabajo diario</td> </tr> <tr> <td>F03</td> <td>Ubicación estratégica</td> </tr> <tr> <td>F06</td> <td>Servicio personalizado</td> </tr> <tr> <td>F08</td> <td>Paquetes de servicios diferenciados</td> </tr> </tbody> </table>   |             | FORTALEZAS |                                       | F10        | Proveedor de espacios flexibles para el trabajo | F09         | Tecnología apropiada para el trabajo diario  | F03 | Ubicación estratégica                    | F06  | Servicio personalizado                         | F08 | Paquetes de servicios diferenciados  | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">DEBILIDADES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>D01</td> <td>Inversión inicial alta</td> </tr> <tr> <td>D03</td> <td>Rotación de clientes</td> </tr> <tr> <td>D02</td> <td>Nuevos en el mercado (Competir REGUS)</td> </tr> </tbody> </table> |         | DEBILIDADES   |     | D01 | Inversión inicial alta  | D03   | Rotación de clientes | D02       | Nuevos en el mercado (Competir REGUS) |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
|   |   | FORTALEZAS   |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F10   | Proveedor de espacios flexibles para el trabajo |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F09   | Tecnología apropiada para el trabajo diario     |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F03   | Ubicación estratégica                           |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F06   | Servicio personalizado                          |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F08   | Paquetes de servicios diferenciados             |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| DEBILIDADES   |   |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| D01   | Inversión inicial alta                          |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| D03   | Rotación de clientes                            |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| D02   | Nuevos en el mercado (Competir REGUS)           |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| <p>ANALISIS EXTERNO</p>   |   | <p><b>FO (ofensivas)</b><br/>Estrategias que enlazan las fortalezas con las oportunidades</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Fortaleza</th> <th>Oportunidad</th> <th>Estrategia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>F10</td> <td>O01-O05</td> <td>Se cubrirá una amplia gama de necesidades que requiere el cliente de sus labores diarias</td> </tr> <tr> <td>F03</td> <td>O02</td> <td>Se aprovechara el espacio físico de fácil accesibilidad ya q es fundamental para los clientes.</td> </tr> <tr> <td>F08</td> <td>O05</td> <td>Se comprenderá las necesidades de los clientes y se innovará los servicios</td> </tr> <tr> <td>F10</td> <td>O06-O04</td> <td>Se dará retroalimentaciones de servicios para fidelizar los clientes</td> </tr> <tr> <td>F09</td> <td>O05</td> <td>Brindar siempre programas y productos tecnológicos de última generación</td> </tr> </tbody> </table> |             | Fortaleza  | Oportunidad                           | Estrategia | F10   | O01-O05     | Se cubrirá una amplia gama de necesidades que requiere el cliente de sus labores diarias | F03 | O02                                      | Se aprovechara el espacio físico de fácil accesibilidad ya q es fundamental para los clientes. | F08  | O05 | Se comprenderá las necesidades de los clientes y se innovará los servicios | F10  | O06-O04 | Se dará retroalimentaciones de servicios para fidelizar los clientes  | F09 | O05 | Brindar siempre programas y productos tecnológicos de última generación | <p><b>DO (adaptivas)</b><br/>Aprovechar las oportunidades para cubrir las debilidades</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Debilidad</th> <th>Oportunidad</th> <th>Estrategia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>D01</td> <td>O06-O02</td> <td>Se publicaran constantemente informaciones sobre los distintos servicios que ofrece la compañía</td> </tr> <tr> <td>D03</td> <td>O02</td> <td>Se podra fidelizar al cliente por medio del excelente sservicio y atención para cubrir las necesidades que tenga en la oficina</td> </tr> <tr> <td>D02</td> <td>O01-O05</td> <td>Crear valor a traves de los servicios funcionales y simbólicos</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>                    |                      | Debilidad | Oportunidad                           | Estrategia | D01 | O06-O02 | Se publicaran constantemente informaciones sobre los distintos servicios que ofrece la compañía | D03 | O02 | Se podra fidelizar al cliente por medio del excelente sservicio y atención para cubrir las necesidades que tenga en la oficina | D02 | O01-O05 | Crear valor a traves de los servicios funcionales y simbólicos  |  |  |  |  |  |  |
|   |   | Fortaleza  | Oportunidad | Estrategia |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F10   | O01-O05   | Se cubrirá una amplia gama de necesidades que requiere el cliente de sus labores diarias   |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F03   | O02   | Se aprovechara el espacio físico de fácil accesibilidad ya q es fundamental para los clientes.   |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F08   | O05   | Se comprenderá las necesidades de los clientes y se innovará los servicios   |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F10   | O06-O04   | Se dará retroalimentaciones de servicios para fidelizar los clientes   |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F09   | O05   | Brindar siempre programas y productos tecnológicos de última generación  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| Debilidad   | Oportunidad                                     | Estrategia   |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| D01   | O06-O02   | Se publicaran constantemente informaciones sobre los distintos servicios que ofrece la compañía  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| D03   | O02   | Se podra fidelizar al cliente por medio del excelente sservicio y atención para cubrir las necesidades que tenga en la oficina   |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| D02   | O01-O05   | Crear valor a traves de los servicios funcionales y simbólicos   |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| <p>AMENAZAS</p>   |   | <p><b>FA (reactivas)</b><br/>Crear estrategias para que las fortalezas combatan a las amenazas</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Fortaleza</th> <th>Amenaza</th> <th>Estrategia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>F10</td> <td>A07-A02-A01</td> <td>Realizar promociones constantes para hacer conocido el lugar y la ubicación</td> </tr> <tr> <td>A01</td> <td>F06</td> <td>Tener una sala de relajamiento para distracción y relax</td> </tr> <tr> <td>F09</td> <td>A07</td> <td>Fidelizar al cliente por medio de la comodidad de la tecnología.</td> </tr> <tr> <td>F08</td> <td>A06-A07</td> <td>Tener siempre a la mano proveedores de aparatos tecnologicos y proveedores de muebles para cualquier emergencia</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>  |             | Fortaleza  | Amenaza                               | Estrategia | F10   | A07-A02-A01 | Realizar promociones constantes para hacer conocido el lugar y la ubicación              | A01 | F06                                      | Tener una sala de relajamiento para distracción y relax  | F09  | A07 | Fidelizar al cliente por medio de la comodidad de la tecnología.           | F08  | A06-A07 | Tener siempre a la mano proveedores de aparatos tecnologicos y proveedores de muebles para cualquier emergencia |     |     |   | <p><b>DA (defensivas)</b><br/>Crear estrategias que minimicen las debilidades y eliminen las amenazas</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Debilidad</th> <th>Amenaza</th> <th>Estrategia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>D01</td> <td>A01</td> <td>Se inyectara capital suficiente para tener una ventaja en ser primeros en el mercado</td> </tr> <tr> <td>D03</td> <td>A02</td> <td>Se acoplaran adecuadamente las oficinas según las necesidades de los consumidores</td> </tr> <tr> <td>D02</td> <td>A06-A07</td> <td>Se realizaran constantes publicaciones de información por medio de las redes sociales para explicar y detallar nuestros servicios</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> |                      | Debilidad | Amenaza                               | Estrategia | D01 | A01     | Se inyectara capital suficiente para tener una ventaja en ser primeros en el mercado            | D03 | A02 | Se acoplaran adecuadamente las oficinas según las necesidades de los consumidores  | D02 | A06-A07 | Se realizaran constantes publicaciones de información por medio de las redes sociales para explicar y detallar nuestros servicios |  |  |  |  |  |  |
|   |   | Fortaleza  | Amenaza     | Estrategia |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F10   | A07-A02-A01                                     | Realizar promociones constantes para hacer conocido el lugar y la ubicación  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| A01   | F06   | Tener una sala de relajamiento para distracción y relax  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F09   | A07   | Fidelizar al cliente por medio de la comodidad de la tecnología.   |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| F08   | A06-A07   | Tener siempre a la mano proveedores de aparatos tecnologicos y proveedores de muebles para cualquier emergencia  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| Debilidad   | Amenaza   | Estrategia   |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| D01   | A01   | Se inyectara capital suficiente para tener una ventaja en ser primeros en el mercado   |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| D03   | A02   | Se acoplaran adecuadamente las oficinas según las necesidades de los consumidores  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| D02   | A06-A07   | Se realizaran constantes publicaciones de información por medio de las redes sociales para explicar y detallar nuestros servicios  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| <p>OPORTUNIDADES</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Oportunidad</th> <th>Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>O06</td> <td>Baja competencia</td> </tr> <tr> <td>O05</td> <td>Diversificación de servicios según necesidades</td> </tr> <tr> <td>O01</td> <td>Nueva alternativa de espacios para negocios</td> </tr> <tr> <td>O02</td> <td>Crecimiento del mercado microempresario</td> </tr> <tr> <td>O04</td> <td>Nuevos clientes por referencia de los actuales</td> </tr> </tbody> </table> |   | Oportunidad  | Descripción | O06        | Baja competencia                      | O05        | Diversificación de servicios según necesidades  | O01         | Nueva alternativa de espacios para negocios  | O02 | Crecimiento del mercado microempresario  | O04  | Nuevos clientes por referencia de los actuales |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| Oportunidad   | Descripción                                     |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| O06   | Baja competencia                                |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| O05   | Diversificación de servicios según necesidades  |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| O01   | Nueva alternativa de espacios para negocios     |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| O02   | Crecimiento del mercado microempresario         |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| O04   | Nuevos clientes por referencia de los actuales  |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| <p>AMENAZAS</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Amenaza</th> <th>Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A07</td> <td>Que se considere un servicio informal</td> </tr> <tr> <td>A06</td> <td>Bajo poder de negociación con proveedores</td> </tr> <tr> <td>A03</td> <td>Cambio de políticas gubernamentales</td> </tr> <tr> <td>A02</td> <td>No contar con el espacio físico adecuado</td> </tr> <tr> <td>A01</td> <td>Altas barreras de entrada</td> </tr> </tbody> </table>                      |   | Amenaza  | Descripción | A07        | Que se considere un servicio informal | A06        | Bajo poder de negociación con proveedores       | A03         | Cambio de políticas gubernamentales  | A02 | No contar con el espacio físico adecuado | A01  | Altas barreras de entrada                      |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| Amenaza   | Descripción                                     |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| A07   | Que se considere un servicio informal           |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| A06   | Bajo poder de negociación con proveedores       |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| A03   | Cambio de políticas gubernamentales             |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| A02   | No contar con el espacio físico adecuado        |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |
| A01   | Altas barreras de entrada                       |  |             |            |                                       |            |   |             |  |     |  |  |  |     |  |  |         |   |     |     |   |   |                      |           |                                       |            |     |         |   |     |     |  |     |         |   |  |  |  |  |  |  |

## Anexo 2.- Modelo de la Encuesta

Networking Zone

**\*Obligatorio**

### Sección I

1. -Edad: \*

.....

2. -Género: \*

*Marca solo un óvalo.*

Masculino

Femenino

3. -Lugar de Residencia \*

*Indicar el país, provincia y ciudad* .....

4. -Es usted un profesional independiente/ FreeLancer / Microempresario \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

Profesional Independiente

FreeLancer

Microempresario

Profesional bajo dependencia \* Culminar encuesta

5. -Indique su ocupación:

*Selecciona todos los que correspondan.*

Periodista

Redactor

Consultor

Abogado

Publicista

Diseñador Web

Contador

Arquitecto

Otro:

.....

## Networking Zone S.A.

6. - ¿Qué tipo de software usted más utiliza?

*Marca solo un óvalo.*

- Office
- Adobe
- AutoCAD
- Otro:

.....

7. -Indique en que sector de la ciudad de Guayaquil usted brinda sus servicios profesionales a sus clientes

.....

8. - ¿Dónde usted realiza el desarrollo de sus actividades laborales?

\* Si su respuesta es "Oficina - Propia" dar por terminada la encuesta, sino continuar a la siguiente pregunta

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Domicilio
- Oficina - Alquiler
- Oficina - Propia
- Cafetería - Centro Comercial
- Otro:

.....

9. -Si usted tiene oficina alquilada, podría indicar: ¿Cuánto es su gasto mensual de arrendamiento?

- \$ 1 - \$ 250
- \$ 251 - \$ 500
- \$ 501 - \$750
- \$751 - \$ 1000
- \$1000 - \$ 1500
- Más de \$1500

10. - Podría indicar: ¿Cuánto es su gasto mensual promedio entre Internet, telefonía convencional, limpieza, guardianía?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- \$ 1 - \$ 250
- \$251 - \$500
- \$501 - \$750
- \$751 - \$1000

## Networking Zone S.A.

11. - ¿Considera usted que le da el uso adecuado a su oficina?

*Marca solo un óvalo.*

- Si  
 No

12. - Dentro de sus actividades diarias como profesional independiente / FreeLancer, ¿Cuánto tiempo usted, dedica a estar frente a un computador realizando sus proyectos?

*Expresado en horas/ Seleccione todos los que correspondan.*

- 0 - 2 horas diarias  
 3 - 4 horas diarias  
 5 - 6 horas diarias  
 más de 9 horas diarias

13. - ¿Cuántos días a la semana, necesita usted estar frente al computador para realizar sus proyectos como profesional independiente / FreeLancer?

*Seleccione todos los que correspondan.*

- 1 día  
 2 días  
 3 días  
 4 días  
 5 días  
 6 días  
 Todos los días de la semana

14. - ¿Qué medio de comunicación utiliza usted para recibir notificaciones de promociones publicitarias?

- Redes Sociales  
 Mails  
 Mensajes de Texto al móvil  
 Anuncios en sitios Web y revistas digitales  
 Sitio Web  
 Periódicos y Revistas impresas  
 Otro:

## Networking Zone S.A.

### Sección II

1. ¿Conoce usted espacios físicos para recibir clientes o trabajar determinadas horas del día?  
Si su respuesta es NO pase a la siguiente sección / *Marca solo un óvalo.*  
 SI .....
- NO
  
2. -Podría indicarnos usted: ¿Cuál es el nombre comercial de este lugar?
  
3. .-Podría indicarnos usted: ¿Qué beneficios ofrece el lugar y donde se encuentra ubicado?
  
4. Podría usted indicarnos: ¿Cómo califica su grado de satisfacción con el servicio de alquiler de oficinas amuebladas de la empresa mencionada?  
1-Malo a 5-Excelente/ *Marca solo un óvalo.*  
 1-Malo  
 2-Regular  
 3-Bueno  
 4-Muy Bueno  
 5-Excelente
  
- 5.- Podría indicarnos usted: ¿Qué servicio/producto le agregaría a la empresa contratada, para que logre obtener 100% de su satisfacción?  
.....

### Sección III

Somos una empresa de profesionales que buscamos facilitar la vida de empresarios y emprendedores en la industria de la comercialización en Redes, que a través de espacios físicos adecuados podrán realizar sus actividades diarias de trabajo. Estamos comprometidos a causar una diferencia en la vida de las personas, brindándoles una oportunidad real de crecimiento personal, contribución social y de lograr la independencia financiera.





## Networking Zone S.A.

### Oficinas



1. ¿Le gustaría a usted, alquilar un espacio físico totalmente amoblado para trabajar con flexibilidad ajustada a sus necesidades?  
Amoblado con escritorios, internet, telefonía fija, sala de reuniones, bar cafetería, recepcionista fija, etc. /*Marca solo un óvalo.*  
 Si  
 No
  
2. - Podría usted, indicarnos: ¿Dónde le gustaría que este ubicado el local?
  
3. -Si usted tuviera que alquilar una oficina amoblada para realizar sus proyectos, ¿Qué tipo de alquiler le gustaría obtener?  
*Marca solo un óvalo.*  
 Alquiler por horas  
 Alquiler por días  
 Alquiler por mes  
 Alquiler por año
  
4. -Sírvese indicar que días de la semana estaría dispuesto a alquilar el servicio de alquiler de oficinas?  
*Selecciona todos los que correspondan.*  
 Lunes  
 Martes  
 Miércoles  
 Jueves  
 Viernes  
 Sábado  
 Todos los días de la semana
  
5. ¿Sírvese indicar cuantas horas al día estaría dispuesto a alquilar diariamente?  
*Marca solo un óvalo.*  
  $\geq 0$  hora a  $< 3$  horas  
  $\geq 3$  hora a  $< 5$  horas  
  $\geq 5$  hora a  $< 7$  horas  
  $\geq 7$  hora a  $< 9$  horas  
  $\geq 9$  horas

## Networking Zone S.A.

6. ¿Podría indicarnos: ¿Cuánto dinero usted estaría dispuesto a pagar por el alquiler de un oficina amoblada? \*

El valor monetario que vaya a establecer será en base a la respuesta número 3

7. Podría indicarnos usted: ¿Qué método de pago le gustaría aplicar para el alquiler de su oficina amoblada? \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Efectivo
- Cheques certificados
- Tarjeta de Débito
- Tarjeta de Crédito
- Todas las opciones

8. Podría indicarnos usted: ¿Qué recursos necesitaría que se incluyan en la oficina para realizar sus proyectos? \*

Equipos de Oficina / Tecnología / Servicios Administrativos

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Equipo de Oficina - Computador
- Equipo de Oficina - Scanner
- Equipo de Oficina - Copiadora
- Equipo de Oficina - Archivador
- Equipo de Oficina - Proyector
- Equipo de Oficina - Escritorio y Silla
- Equipo de Oficina - Teléfono convencional
- Tecnología - Acceso a Internet
- Tecnología - Software específico
- Tecnología - Servidores
- Servicios Administrativos - Limpieza
- Servicios Administrativos -Guardianía
- Servicios Administrativos - Dirección Tributaria
- Servicios Administrativos - Mensajería
- Servicios Administrativos - Recepción bilingüe

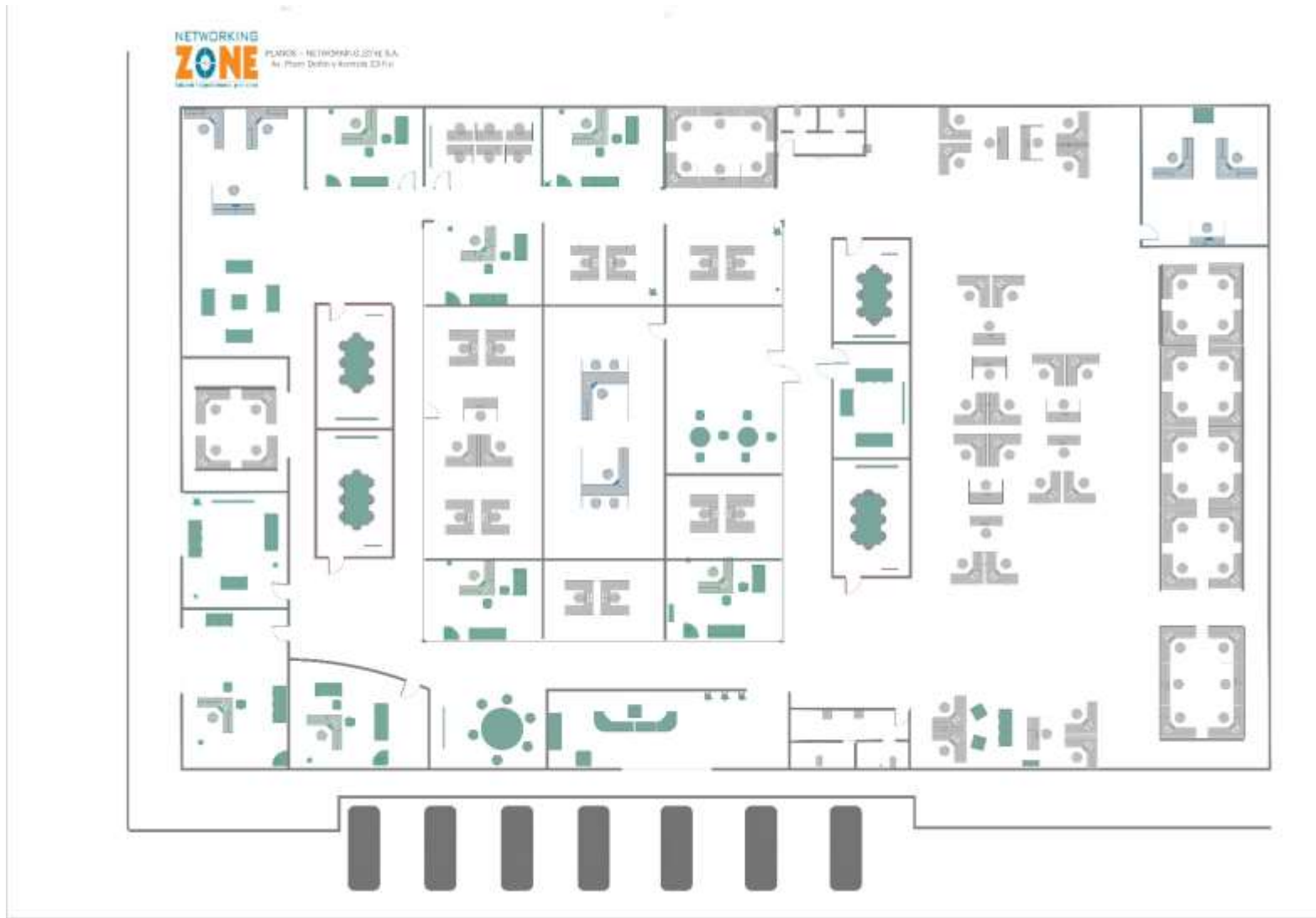
**Anexo 3.1.- Listado de Muebles y Equipos de Oficina**

| <b>Destino</b>              | <b>Detalle</b>                | <b>Cantidad</b> | <b>Precio</b> | <b>Total</b> |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------|---------------|--------------|
| Oficina Accionistas         | Escritorios Gerenciales       | 2               | 550           | 1.100        |
|                             | Sillas Gerenciales            | 2               | 180           | 360          |
|                             | Sillas de Oficina - Invitados | 4               | 40            | 160          |
|                             | Archivadores                  | 2               | 100           | 200          |
|                             | Pizarra de Vidrio             | 1               | 100           | 100          |
|                             | Ordenador Portatil            | 2               | 870           | 1.740        |
| Personal Administrativo     | Escritorios Simples           | 6               | 99            | 594          |
|                             | Sillas de Secretaria          | 6               | 60            | 360          |
|                             | Archivadores Aereos           | 6               | 80            | 480          |
|                             | Computadoras de Escritorio    | 5               | 550           | 2.750        |
|                             | Ordenador Portatil            | 1               | 870           | 870          |
| Personal de Soporte         | Escritorio Simple             | 1               | 50            | 50           |
|                             | Silla de oficina              | 1               | 40            | 40           |
|                             | Repisas de Bodegas            | 2               | 100           | 200          |
| Sala de Reuniones A         | Mesa - Capacidad 15 personas  | 1               | 2.300         | 2.300        |
|                             | Sillas - Sala de Reuniones    | 15              | 40            | 600          |
|                             | Pizarra de Vidrio             | 1               | 100           | 100          |
|                             | Infocus                       | 1               | 635           | 635          |
|                             | Televisor de 42"              | 1               | 850           | 850          |
| Sala de Reuniones B         | Mesa - Capacidad 10 personas  | 2               | 700           | 1.400        |
|                             | Sillas - Sala de Reuniones    | 20              | 40            | 800          |
|                             | Pizarra de Vidrio             | 1               | 100           | 100          |
|                             | Infocus                       | 2               | 635           | 1.270        |
|                             | Televisor de 42"              | 2               | 850           | 1.700        |
| Sala de Relajación          | Muebles                       | 2               | 1.300         | 2.600        |
|                             | Televisor de 42"              | 1               | 850           | 850          |
| Lobby                       | Muebles                       | 6               | 220           | 1.320        |
|                             | Estacion de Trabajo - Lobby   | 1               | 800           | 800          |
|                             | Silla de Secretaria           | 1               | 60            | 60           |
|                             | Ordenador Portatil            | 1               | 870           | 870          |
| Oficinas Ejecutivas (12 m2) | Estacion de 4 puestos         | 1               | 350           | 350          |
|                             | Estacion de 6 puestos         | 3               | 400           | 1.200        |
|                             | Estacion de 3 puestos         | 2               | 250           | 500          |
|                             | Escritorios Gerenciales       | 2               | 550           | 1.100        |
|                             | Sillas de Secretarias         | 28              | 60            | 1.680        |
|                             | Sillas Gerenciales            | 2               | 180           | 360          |
|                             | Sillas de Oficinas Invitados  | 4               | 40            | 160          |
| Archivadores Aereos         | 8                             | 60              | 480           |              |

Networking Zone S.A.

| Destino                      | Detalle                      | Cantidad              | Precio | Total |
|------------------------------|------------------------------|-----------------------|--------|-------|
| Oficinas Ejecutivas (10 m2)  | Estacion de 4 puestos        | 4                     | 350    | 1.400 |
|                              | Estacion de 3 puestos        | 2                     | 250    | 500   |
|                              | Estacion de 2 puestos        | 2                     | 200    | 400   |
|                              | Escritorios Gerenciales      | 2                     | 550    | 1.100 |
|                              | Sillas de Secretarias        | 26                    | 60     | 1.560 |
|                              | Sillas Gerenciales           | 2                     | 180    | 360   |
|                              | Sillas de Oficinas Invitados | 4                     | 40     | 160   |
|                              | Archivadores Aereos          | 10                    | 60     | 600   |
|                              | Archivadores                 | 3                     | 100    | 300   |
|                              | Oficinas Ejecutivas (9 m2)   | Estacion de 3 puestos | 6      | 250   |
| Estacion de 2 puestos        |                              | 6                     | 200    | 1.200 |
| Escritorios Gerenciales      |                              | 3                     | 550    | 1.650 |
| Sillas de Secretarias        |                              | 30                    | 60     | 1.800 |
| Sillas Gerenciales           |                              | 3                     | 180    | 540   |
| Sillas de Oficinas Invitados |                              | 6                     | 40     | 240   |
| Archivadores Aereos          |                              | 6                     | 60     | 360   |
| Archivadores                 |                              | 4                     | 100    | 400   |
| General                      | Aire Acondicionado Central   | 1                     | 6.000  | 6.000 |
|                              | Telefonos                    | 10                    | 20     | 200   |
|                              | Copiadora Multifuncional     | 2                     | 1.000  | 2.000 |
|                              | Impresora Multifuncional     | 1                     | 270    | 270   |
|                              | Silla de Bar                 | 12                    | 85     | 1.020 |
|                              | Mesa - Tipo Bar              | 1                     | 300    | 300   |
|                              | <b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>   |                       |        |       |

Anexo 3.2.- Plano de Networking Zone S.A.

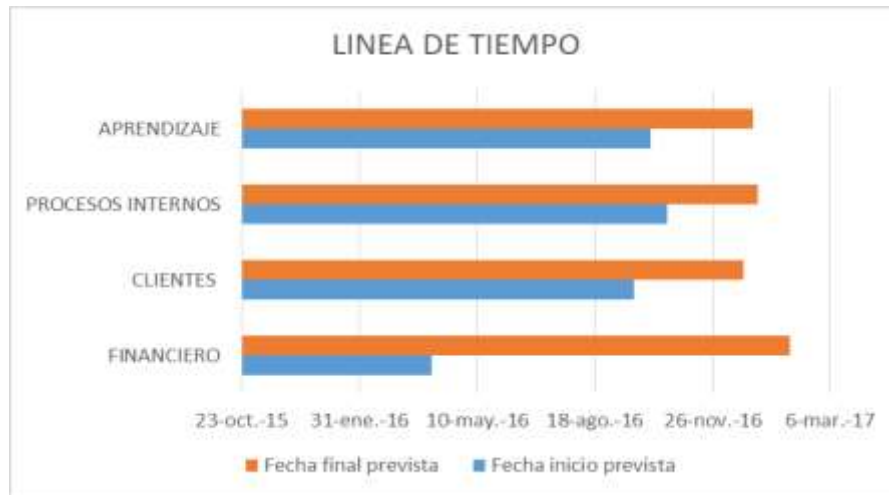


## Anexo 3.3.- Cronograma de Planificación de Networking Zone S.A.

|   |                           | NOMBRE DE LA TAREA  | DURACIÓN          | INICIO            | FINAL             |
|---|---------------------------|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| PROY. 1   | FINANCIERO                | <b>Para Diciembre del 2016 se contara con la infraestructura del local</b>                | <b>305</b>        | <b>1/4/2016</b>   | <b>31/1/2017</b>  |
|   |                           | Tener el diseño, planos y cotización de infraestructura de edificio                       | 264               | 1/4/2016          | 21/12/2016        |
|   |                           | Presupuesto aprobado para la decoración interior  | 42                | 1/4/2016          | 13/5/2016         |
|   |                           | Adquisición de muebles  | 21                | 2/5/2016          | 23/5/2016         |
|   |                           | Alquiler del local ubicado en Urdesa Central  | 43                | 27/10/2016        | 9/12/2016         |
|   |                           | Trabajos de mantenimiento, adecuación y remodelación de las oficinas                      | 39                | 16/5/2016         | 24/6/2016         |
|   |                           |   | 180               | 24/6/2016         | 21/12/2016        |
|   |                           | <b>Para Enero del 2016 se adquirira todos los equipos tecnologicos</b>                    | <b>204</b>        | <b>11/7/2016</b>  | <b>31/1/2017</b>  |
|   |                           | Selección y cotización de equipos a utilizar  | 21                | 11/7/2016         | 1/8/2016          |
|   |                           | Orden de compra de equipos  | 133               | 2/8/2016          | 13/12/2016        |
|   |                           | Instalaciones de equipos  | 22                | 21/12/2016        | 12/1/2017         |
|   |                           | Capacitación del personal con los equipos   | 8                 | 12/1/2017         | 20/1/2017         |
|   |                           | Inauguración  | 11                | 20/1/2017         | 31/1/2017         |
|   |                           | Coordinación de mantenimientos trimestrales de equipos                                    | 9                 | 26/12/2016        | 4/1/2017          |
|   |                           | Inicio del mantenimiento del equipo   | 1                 | 4/1/2017          | 5/1/2017          |
| Compra de suministros de oficina                      | 43                        | 31/10/2016  | 13/12/2016        |                   |                   |
|   |                           | <b>93</b>   | <b>20/9/2016</b>  | <b>22/12/2016</b> |                   |
| PROY. 2   | CLIENTES Y COMUNIDAD      | <b>Para diciembre del 2016 se tendra una cartera de clientes</b>                          | <b>92</b>         | <b>20/9/2016</b>  | <b>21/12/2016</b> |
|   |                           | Recopilación de base de datos de clientes   | 65                | 20/9/2016         | 24/11/2016        |
|   |                           | Contratar servicios para implementar pagina web y redes sociales                          | 43                | 12/10/2016        | 24/11/2016        |
|   |                           | Aprobación de la pagina Web y redes sociales  | 21                | 25/11/2016        | 16/12/2016        |
|   |                           | Inicio de campañas por medios web y redes sociales  | 1                 | 20/12/2016        | 21/12/2016        |
|   |                           | <b>Para diciembre del 2016 iniciara las promociones</b>                                   | <b>29</b>         | <b>23/11/2016</b> | <b>22/12/2016</b> |
|   |                           | Planeación de las promociones   | 9                 | 23/11/2016        | 2/12/2016         |
|   |                           | Inicio de la elaboración de las promociones   | 4                 | 5/12/2016         | 9/12/2016         |
| Aprobación mediante junta de las promociones          | 2                         | 14/12/2016  | 16/12/2016        |                   |                   |
|   |                           | <b>76</b>   | <b>19/10/2016</b> | <b>3/1/2017</b>   |                   |
| PROY. 3   | PROCESOS INTERNOS         | <b>Enero 2016 todo el personal es 100% calificado por puesto</b>                          | <b>76</b>         | <b>19/10/2016</b> | <b>3/1/2017</b>   |
|   |                           | Recursos humanos realizara busqueda del personal  | 9                 | 19/10/2016        | 28/10/2016        |
|   |                           | Contratar personal  | 43                | 2/11/2016         | 15/12/2016        |
|   |                           | Entrenamiento de personal   | 11                | 16/12/2016        | 27/12/2016        |
|   |                           | Uniformes   | 11                | 16/12/2016        | 27/12/2016        |
|   |                           | Capacitación por áreas  | 1                 | 27/12/2016        | 28/12/2016        |
|   |                           | Exámenes por áreas  | 6                 | 28/12/2016        | 3/1/2017          |
|   |                           | Elaboración de políticas internas y procedimientos por áreas                              | 43                | 2/11/2016         | 15/12/2016        |
| Establecimientos de horarios de atención              | 11                        | 16/12/2016  | 27/12/2016        |                   |                   |
|   |                           | <b>87</b>   | <b>4/10/2016</b>  | <b>30/12/2016</b> |                   |
| PROY. 4   | APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO | <b>En Diciembre del 2016 se contara con programas de capacitación y retroalimentación</b> | <b>87</b>         | <b>4/10/2016</b>  | <b>30/12/2016</b> |
|   |                           | Creación de programa por año de capacitación  | 43                | 17/11/2016        | 30/12/2016        |
|   |                           | Contratación de especialistas para capacitación de servicio al cliente                    | 43                | 4/10/2016         | 16/11/2016        |
|   |                           | Buscar nuevas tendencias y oportunidades de servicios                                     | 43                | 4/10/2016         | 16/11/2016        |
| Buscar alianzas con proveedores de insumos de oficina | 43                        | 4/10/2016   | 16/11/2016        |                   |                   |

**Networking Zone S.A.**

| Proyecto          | Fecha inicio prevista | Días trabajados | Fecha final prevista | Situación | Días para el final |
|-------------------|-----------------------|-----------------|----------------------|-----------|--------------------|
| Financiero        | 1-abr.-16             | 186             | 31-ene.-17           | En curso  | 119                |
| Cientes           | 20-sep.-16            | 14              | 22-dic.-16           | En curso  | 79                 |
| Procesos Internos | 19-oct.-16            | -15             | 3-ene.-17            | En curso  | 91                 |
| Aprendizaje       | 4-oct.-16             | 0               | 30-dic.-16           | En curso  | 87                 |



## **Anexo 4.1.- Manual Para La Atención De Usuarios Respecto De Reclamos En El Pago De Utilidades**

### **MANUAL PARA LA ATENCIÓN DE USUARIOS RESPECTO DE RECLAMOS EN EL PAGO DE UTILIDADES (Ministerio de Relaciones Laborales)**

1. Derecho al pago del 15% de participación de los trabajadores sobre las utilidades.

Todos los trabajadores tienen derecho a recibir el pago de las utilidades, excepto los operarios y aprendices de los artesanos calificados y, las personas que laboren en el servicio doméstico.

En las empresas en las cuales el Estado tenga participación mayoritaria, no habrá pago de utilidades.

Tampoco tienen derecho a la participación de utilidades los trabajadores que percibieron sobresueldos o gratificaciones, cuyo monto fuere igual o excediere al porcentaje de utilidades que se establezca a cada uno de los trabajadores. Si estos valores fueren menores, tendrán derecho a la diferencia.

Respecto a los trabajadores que se dedican a las actividades mineras o vinculadas a ellas, la participación en el reparto de utilidades corresponderá al 3% cuando se trate de la gran industria minera y al 10% para la pequeña minería.

Ref. Artículo 328 de la Constitución y Artículo 97 del Código del Trabajo.

2. Forma de cálculo del 15% de participación de utilidades a trabajadores.

El 15% de participación en el reparto de utilidades para los trabajadores, deberá ser calculado sobre las utilidades líquidas.

Se entenderá como utilidades líquidas o contables, aquellas ganancias obtenidas por los empleadores, personas naturales o jurídicas, determinadas en un ejercicio económico con base en sus operaciones.



## **Networking Zone S.A.**

Las utilidades líquidas o contables o del ejercicio equivalen a la diferencia entre el total de ingresos y el total de costos y gastos.

El ejercicio económico se entenderá como el período comprendido entre el 1ro de enero y el 31 de diciembre de cada año.

En virtud de lo señalado, el 15% de participación de utilidades líquidas por parte de los trabajadores, se calculará de la siguiente manera:

Total Ingresos - Total de Costos y Gastos = Utilidad Líquida (o contable).

Utilidad líquida x 15% = participación trabajadores.

### **3. Reparto del 15% de participación de los trabajadores sobre las utilidades.**

El 15% de participación de utilidades se reparte de la siguiente manera:

- a) El 10% se dividirá para todos los trabajadores, de acuerdo con el tiempo de trabajo en el año al que corresponden las utilidades; y,
- b) El 5% restante será entregado directamente a los trabajadores en proporción al número de cargas familiares.

Quienes no hubieren trabajado durante el año completo recibirán la parte proporcional al tiempo de servicios.

Ref. Artículo 97 inciso 2 y 3 del Código del Trabajo.

Se consideran cargas familiares a: El (la) cónyuge o el (la) conviviente en unión de hecho.

Si éstos trabajan en la misma empresa tienen derecho a recibir cada uno por separado el pago de utilidades correspondiente. Los hijos menores de edad, y;

Los hijos con discapacidades de cualquier edad.

Ref.: Art. 19 del Reglamento para el pago y legalización de la décima tercera, décima cuarta remuneraciones y del 15% de utilidades y Art. 97 inciso tercero.

**Networking Zone S.A.**

El Ministro de Relaciones Laborales resolverá las dudas que se presentarán en la aplicación de las disposiciones relativas al pago de utilidades.

## Anexo 4.2.- Modelo de Contrato de Trabajo

### MODELO DE CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO

En la ciudad de Guayaquil, a los DD días del mes de MM del año AAAA, comparecen al otorgamiento del presente contrato de trabajo; por una parte el SR(a). XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, en su calidad de REPRESENTANTE LEGAL de la Compañía Networking Zone, parte a la cual a efectos del presente contrato se denominará —EL EMPLEADOR”; y por otra parte el SR(a). XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX con C.I. No. XXXXXXXX por sus propios y personales derechos a quien a efectos del presente contrato se denominará “EL TRABAJADOR”. Los comparecientes, de manera libre y voluntaria y por así convenir a sus intereses, otorgan el presente Contrato de Trabajo, contenido en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO: Con estos antecedentes “EL EMPLEADOR”, conforme las disposiciones constantes en los artículos 3, 14, 15 y demás que fueran aplicables del Código del Trabajo, contrata los servicios lícitos y personales de “EL TRABAJADOR” para que éste se desempeñe en calidad de XXXXXXXX de conformidad con las condiciones determinadas en éste contrato, labores para las que el declara estar plenamente capacitado.

SEGUNDA.- JORNADA: “EL TRABAJADOR” prestará sus servicios, conforme el Art. 47 del Código del Trabajo, cumpliendo el horario establecido por EL EMPLEADOR,

Así mismo “EL TRABAJADOR”, declara conocer y aceptar la jornada de trabajo establecida, sin perjuicio de lo cual se compromete a laborar horas suplementarias y o extraordinarias de conformidad con la Ley o en cambio realizar las labores en jornadas parciales de conformidad con el Reglamento vigente para el efecto.

TERCERA.- REMUNERACIÓN: “EL EMPLEADOR” pagará a “EL TRABAJADOR” en concepto de remuneración mensual, la suma de US\$ \$, \$\$\$.\$\$ (XXXXXXXXXX 00/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA) más todos los beneficios de Ley, De esta remuneración se realizarán las deducciones que la ley establezca.

CUARTA.- PLAZO DEL CONTRATO: El presente contrato de trabajo tiene un plazo fijo de un año, contado a partir de la presente fecha. El contrato se considerará renovado en los mismos términos, esto es por un año adicional, si antes de la finalización del plazo indicado cualquiera de las partes no notifica a la otra, previo desahucio de acuerdo al Art. 184 del código de trabajo, su voluntad de que termine.

QUINTA.- TIEMPO DE PRUEBA: De conformidad con lo establecido en el artículo 15 del Código del Trabajo, los contratantes estipulan un tiempo de prueba para este contrato de 90 días, contados desde la presente fecha, lapso durante el que cualesquiera de las partes podrá darlo por terminado sin lugar a reclamo o indemnización de ninguna especie y sin que se requiera trámite ni formalidad alguna.

SEXTA.- EXCLUSIVIDAD: “EL TRABAJADOR”, no podrá dedicarse a ninguna actividad lucrativa distinta a la del objeto de este contrato, dentro de la jornada de trabajo establecida.

SEPTIMA.- OBLIGACIONES Y FALTAS GRAVES: “EL TRABAJADOR” prestará sus servicios sujetándose a las estipulaciones del presente contrato y las disposiciones legales aplicables, así como a las instrucciones que reciba de —EL EMPLEADOR|. EL TRABAJADOR| actuará con

## **Networking Zone S.A.**

responsabilidad, dedicación, honorabilidad, buena conducta y educación, cumpliendo estricta y puntualmente con el horario de trabajo establecido.

Se entienden incorporadas al presente contrato, todas las disposiciones pertinentes del Código del Trabajo y en especial las contenidas en los Arts. 45 y 46, constituyendo falta grave su inobservancia, que será sancionada por “EL EMPLEADOR” con amonestación, multa o terminación del contrato, conforme las normas legales vigentes.

Son también faltas graves las siguientes:

- Las previstas en el Art. 172 del Código del Trabajo. Dentro de ellas se entenderá como ineptitud la negligencia, irresponsabilidad y falta de colaboración del en el cumplimiento de sus funciones, así como el manejo indebido del equipo que le pudiera ser asignado.
- La violación o desobediencia de las órdenes superiores o de las regulaciones internas del —EMPLEADORI.
- Introducir al sitio de trabajo, o estar bajo los efectos de: licor, drogas de cualquier tipo, así como introducir o portar armas de fuego.
- El suministro de datos falsos para la obtención del empleo o para las deducciones del impuesto a la renta.
- El no dar oportuno aviso de su cambio de domicilio, estado civil o pérdida de los documentos que le autorizan a cumplir con sus funciones.
- El revelar información obtenida por el hecho de su trabajo. “EL TRABAJADOR” se encuentra debidamente informado sobre el alto nivel de confidencialidad que debe guardar y el hacer conocer a terceros, extraños o resto de trabajadores, de secretos u otra información técnica... La sola sospecha por parte de “EL EMPLEADOR” en tal sentido, será motivo suficiente para la terminación del contrato.
- El no cumplir con las normas y reglamentos de seguridad e higiene industrial debidamente establecidos.

Se aclara expresamente que habrá lugar a la responsabilidad civil y/o penal que pudiera originarse en la presente relación laboral.

**OCTAVA.- CONFIDENCIALIDAD:** Conforme las disposiciones constantes en el Art. 620 del Código Civil y el Art. 183 inciso primero de la Ley de Propiedad Intelectual y más disposiciones legales pertinentes, “EL TRABAJADOR” se obliga a no divulgar ningún tipo de información técnica o administrativa que pudiera llegar a su conocimiento en virtud de la actividad que desempeñe en cumplimiento del presente contrato de trabajo, a ninguna persona natural o jurídica ni a realizar competencia desleal.

La inobservancia de esta confidencialidad será considerada causa grave que faculta a “EL EMPLEADOR” a dar por terminado el presente Contrato de Trabajo, sin perjuicio de las indemnizaciones por daños y perjuicios que se pudieran ocasionar.

**NOVENA.- AFILIACIÓN AL IESS Y DEPENDENCIA LABORAL:** Es obligación de “EL EMPLEADOR” afiliarse al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), durante todo el tiempo por el cual efectivamente éste preste sus servicios en virtud del presente contrato, puesto que la relación de dependencia laboral queda establecida expresa y estrictamente entre “EL

**Networking Zone S.A.**

TRABAJADOR” y “EL EMPLEADOR”, y no con relación a tercero alguno. Por lo tanto y con excepción de las instrucciones que correspondan al normal desenvolvimiento de las actividades para las cuales se celebra este contrato, la relación laboral se entiende exclusivamente entre los comparecientes, tal como estos declaran entender y aceptar.

DECIMA.- DOMICILIO: Las partes incorporan a este contrato todas las disposiciones legales que le sean aplicables, y para que el caso de controversia, señalan como domicilio en la ciudad de Guayaquil, y se someten a los jueces de trabajo del Guayas, y al trámite verbal sumario.

DECIMA PRIMERA.- CONTROVERSIA: En caso de controversias con relación al presente contrato de trabajo, las partes se someten a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado.

Para constancia de la aceptación de todas y cada una de las cláusulas en las que el presente contrato se encuentra contenido, los comparecientes lo suscriben en el lugar y fecha antes señalados, en dos ejemplares de igual contenido y valor.

DECIMA SEGUNDA.- ACEPTACION: Para constancia de lo convenido, las partes se afirman, y ratifican en todas las estipulaciones que se contienen en las cláusulas que anteceden, sin reserva ni limitaciones de ninguna clase, por así convenir a sus intereses.

El presente contrato de trabajo deberá registrarse ante el Inspector del Trabajo correspondiente.

-----

NOMBRE DEL EMPLEADO

CEDULA DEL EMPLEADO

TRABAJADOR

-----

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL

CARGO DEL REPRESENTANTE LEGAL

NOMBRE DE LA EMPRESA

**MODELO DE CONTRATO EVENTUAL DE TRABAJO**

En la ciudad de Guayaquil, a los días **DD del mes de MM a los años AAAA**, celebran el presente contrato eventual de trabajo: Por una parte, el **SR(a). XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, a nombre y en representación de la compañía **Networking Zone**, y como tal, estatutariamente, representante legal de la misma, parte a la cual, para los efectos de este instrumento se le podrá denominar también como **EL EMPLEADOR** o la **ADMINISTRACION**; y por otra, el del presente contrato se denominará **—EL EMPLEADOR—**; y por otra parte el **SR(a). XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX** con **C.I. No. XXXXXXXXXX** por sus propios derechos,

## **Networking Zone S.A.**

parte a la cual, para los efectos de este instrumento, se le podrá denominar también como el TRABAJADOR.

Las partes antes mencionadas celebran el presente Contrato Eventual de Trabajo, al tenor de los acuerdos de voluntad y más declaraciones que constan en las cláusulas que a continuación se expresan:

**PRIMERA: De la clase de trabajo objeto del contrato.-** El TRABAJADOR se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales para NOMBRE DE LA EMPRESA, en calidad de **XXXXXXXXXXXXXX**, debiendo ejecutar todas las labores y funciones inherentes a dicho cargo y aquellas relacionadas con el mismo que le asigne la Administración.

**SEGUNDA: De la manera cómo ha de ejecutarse.-** El TRABAJADOR se obliga y acepta laborar por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal, de conformidad con la ley, en los turnos y dentro de los horarios establecidos o que establezca la Compañía.

En atención a lo prescrito en el artículo 50 del Código del Trabajo, los contratantes convienen en que si en razón de las circunstancias no puede interrumpirse el trabajo los días sábados y domingos, el TRABAJADOR Eventual laborará en tales días, en cuyo caso el Empleador le deberá asignar durante la semana otro tiempo igual para el descanso.

**TERCERA: De la cuantía y forma de pago de la remuneración.-** Por la prestación de los servicios lícitos y personales antes referidos, el Empleador pagará al TRABAJADOR Eventual una remuneración básica de **US\$ \$\$\$ 00/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA**), mensuales.

**CUARTA: Del tiempo de duración del contrato y su terminación.-** El presente contrato eventual de trabajo se lo suscribe para atender una mayor demanda de servicios en las actividades habituales del empleador, para efectos de los cuales este contrato no podrá tener una duración que exceda los ciento ochenta días continuos, contados desde el **DD,MM,AAAA** hasta el **DD,MM,AAAA**, inclusive, de manera que dentro del período anual de trescientos sesenta y cinco días comprendido entre el **DD,MM,AAAA1** hasta el **DD,MM,AAAA2**, inclusive, no se podrá suscribir otro contrato eventual con el mismo TRABAJADOR

En indicado periodo máximo de ciento ochenta días, no resta el derecho de cualquiera de las partes para poder dar por terminado este contrato libremente y en cualquier momento antes de que se venza el indicado plazo máximo.

De conformidad con lo prescrito en el numeral 1 del artículo 169 del Código del Trabajo, y siempre que este contrato por cualquier causa y libremente no se lo haya dado por terminado con anterioridad al referido plazo máximo, este contrato eventual de trabajo terminará automáticamente y sin necesidad de desahucio ni de ninguna otra formalidad, el día antes indicado en el que se cumplen los ciento ochenta días, causa prevista en este contrato para su terminación legal.

Por lo expresado, como norma general, considerando que el presente contrato eventual de trabajo no goza de garantía de estabilidad al tenor de lo establecido. En el artículo 14 del Código del Trabajo, sea cual fuere la causa de su terminación, en ningún caso habrá lugar al pago de indemnizaciones.

**QUINTA: Del lugar dónde debe ejecutarse el trabajo.-** Las labores propias de su trabajo las ejecutará en las oficinas del Empleador, debiendo sujetarse al horario establecido, esto es de **## H ## a.m. a las ## H ## p.m.**, o que posteriormente llegase a establecerse, sin embargo de acuerdo a las necesidades del Empleador, el TRABAJADOR, a requerimiento del Empleador, deberá movilizarse a cualquier parte del país en cumplimiento de las obligaciones laborales inherentes a su cargo, para lo cual el Empleador le suministrará los recursos económicos necesarios.

**SEXTA: De las leyes que rigen el presente Instrumento.-** Las partes contratantes declaran que el presente Contrato se encuentra regulado por el Código del Trabajo y más normas aplicables. Por su parte, el TRABAJADOR se compromete a ejecutar las labores a él encomendadas con la mayor disciplina, eficiencia y diligencia, sujetándose a las políticas, normas e instrucciones administrativas que para el efecto dicte el Empleador, al Reglamento Interno de Trabajo y al Reglamento de Higiene y Seguridad, debidamente aprobados por autoridad competente.

**SEPTIMA: De la obligación de registro del contrato ante Inspector del Trabajo.-** La Administración se compromete a dar cumplimiento a lo prescrito en el artículo 20 del Código del Trabajo, esto es, a registrar el presente contrato dentro de los treinta días siguientes a su suscripción ante el Inspector del Trabajo de la jurisdicción provincial dentro de la cual prestará el servicio el TRABAJADOR Eventual.

Para la debida y legal constancia de lo acordado, luego de ratificarse íntegramente en su contenido, los contratantes suscriben este contrato por triplicado en el lugar y fecha señalados inicialmente.

-----

**NOMBRE DEL EMPLEADO  
CEDULA DEL EMPLEADO  
TRABAJADOR**

-----

**NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL  
CARGO DEL REPRESENTANTE LEGAL  
NOMBRE DE LA EMPRESA**

Networking Zone S.A.

**Anexo 4.3.- Organigrama Networking Zone S.A.**



**Anexo 5.1 Aspectos Legales**

| ASPECTO LEGAL    |                  |         |   |   |  |  |                              |
|------------------|------------------|---------|---|---|--|--|------------------------------|
| TIPO DE EMPRESA  | NUMERO DE SOCIOS | CAPITAL | RESPONSABILIDAD                             | OBLIGACIONES FISCALES   | SEGURIDAD SOCIAL   | CONSTITUCIÓN   | ORGANOS RECTORES             |
| Sociedad Anónima | Socio 2          | 60000   | Limitada hasta el monto de sus aportaciones | IVA<br>Impuesto a la renta<br>Utilidades 25%<br>Declaraciones mensuales | Aportes mensuales de IESS,<br>Decimos<br>Fondos de reserva | Escritura Pública,<br>Registro del Nombre, Afiliación a la cámara de Comercio,<br>Permisos Municipales,<br>Cuerpo de Bomberos, MIMSS | Junta General de Accionistas |



## BIBLIOGRAFÍA

- Bienes Raíces Clave!, Sitio web, El Mercado Corporativo de oficina en Guayaquil, <http://www.clave.com.ec/index.php?idSeccion=634>
- Superintendencia de Compañías, Sitio Web, <http://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/principal.zul>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Sitio Web, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-septiembre-2015/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Sitio Web, Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Septiembre-2015/Informe%20de%20Economia%20Laboral\\_septiembre2015%20\(final\).pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Septiembre-2015/Informe%20de%20Economia%20Laboral_septiembre2015%20(final).pdf)
- WorkinCompany, Encuesta Anual Mundial sobre Coworking 2011