



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 “NETWORKING ZONE” - ALQUILER DE OFICINAS AMOBLADAS	17
4.2.	DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN (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 SERVICIO	20
4.6.2.	DETERMINAR CUÁNTOS COMPETIDORES EXISTEN EN EL MERCADO 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 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

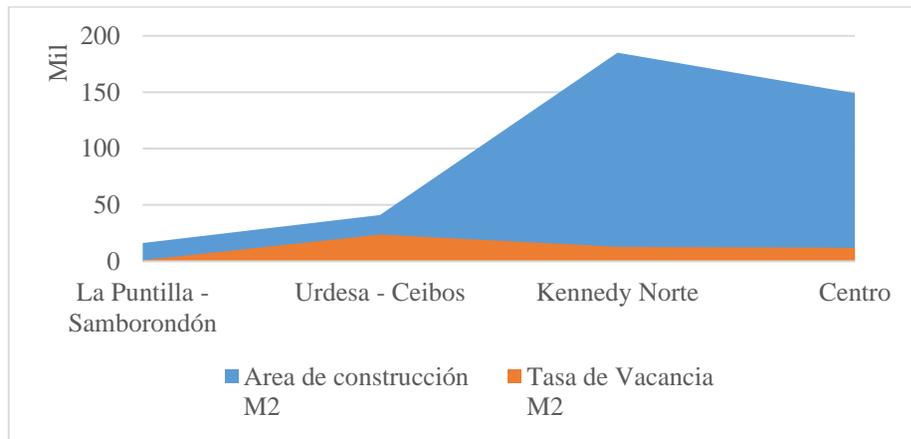
1.1.LA INDUSTRIA

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”

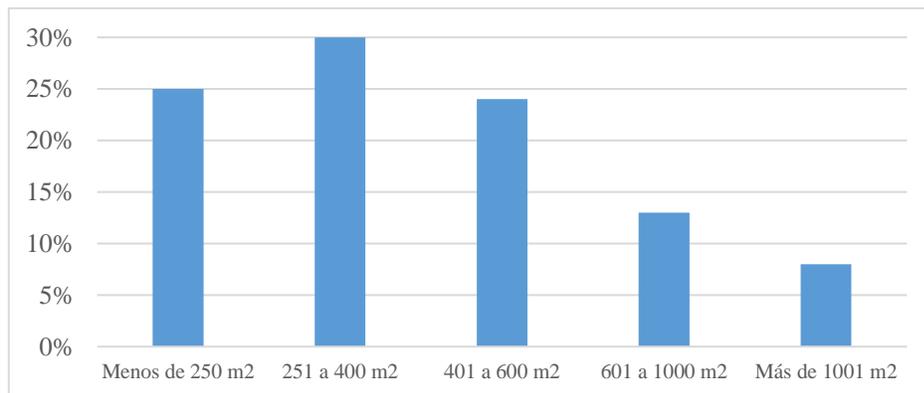
Gráfico 1.- Composición de m² de los Centros de Negocios de Guayaquil VS área vacante



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.

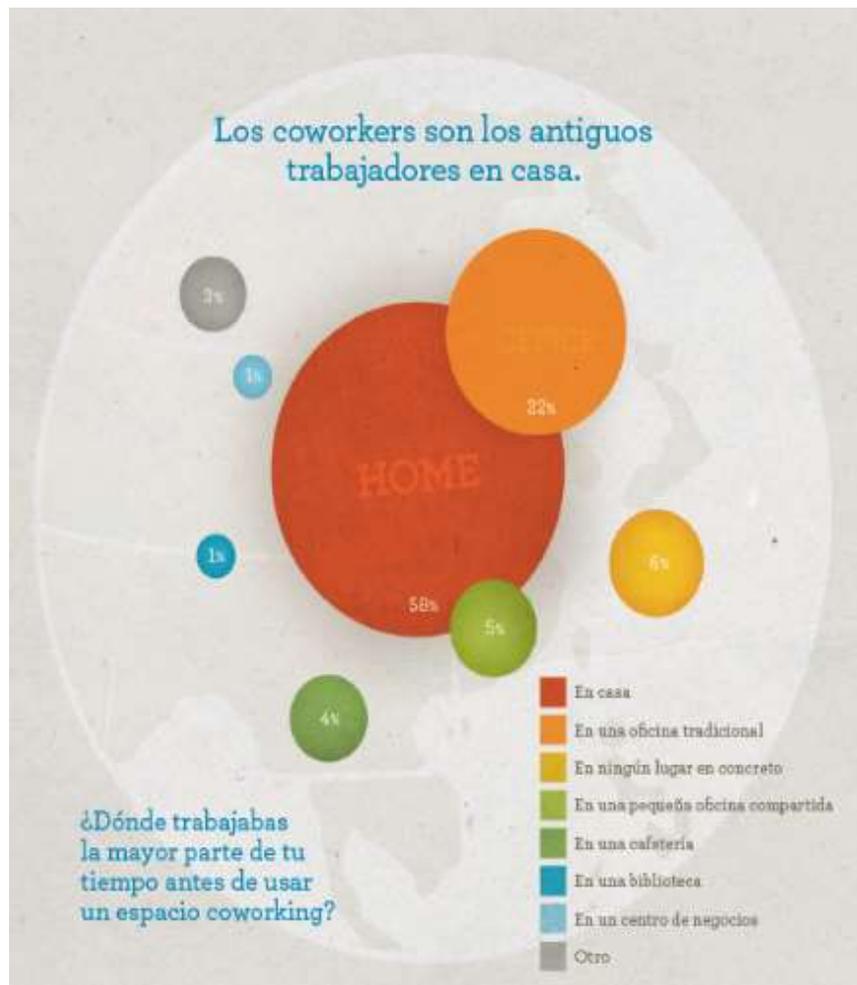
1.1.3. FACTORES DE ÉXITO DEL NEGOCIO

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 microempresarios¹ 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.

¹ 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 Central², 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 INEC³.

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

³ 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.

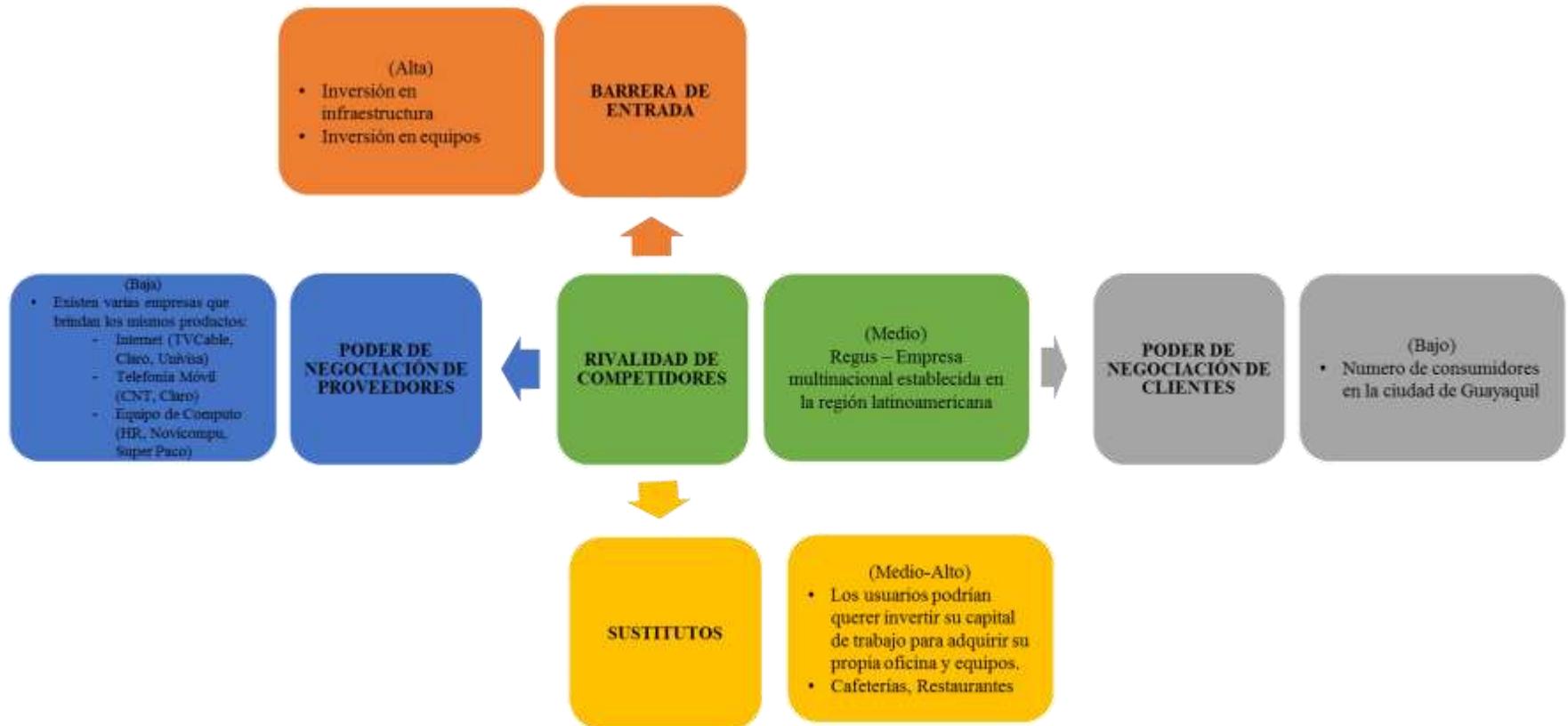
Los productos sustitutos, tienen una condición media-alta; en la actualidad se brindan servicios de alquiler de espacios para oficinas y cada microempresario, FreeLancer o profesional independiente debe ir amoblando de acuerdo a sus ingresos y necesidades.

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 persona brinda 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 ofrecen oficinas amobladas 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 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 brinda 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 oficinas amobladas?	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

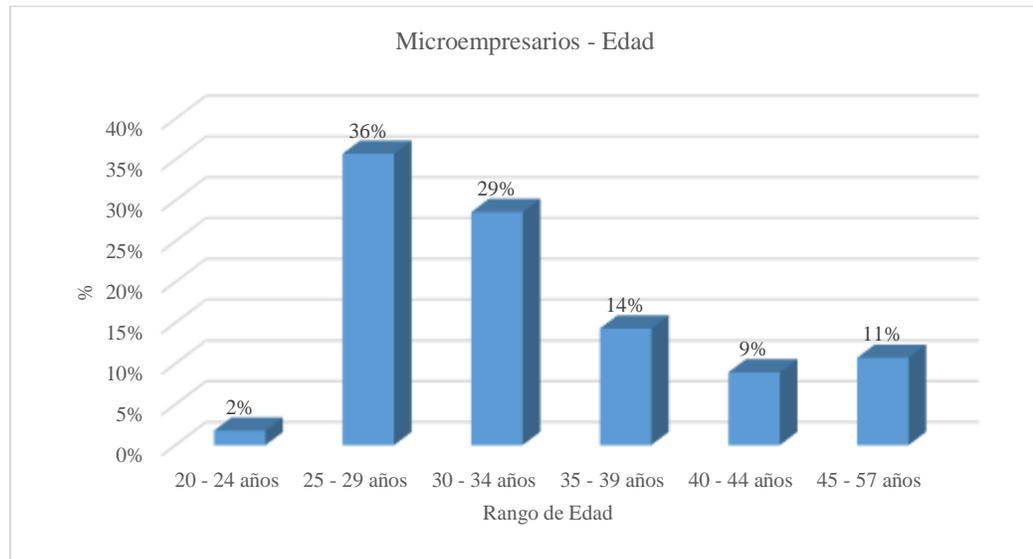
4.6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

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

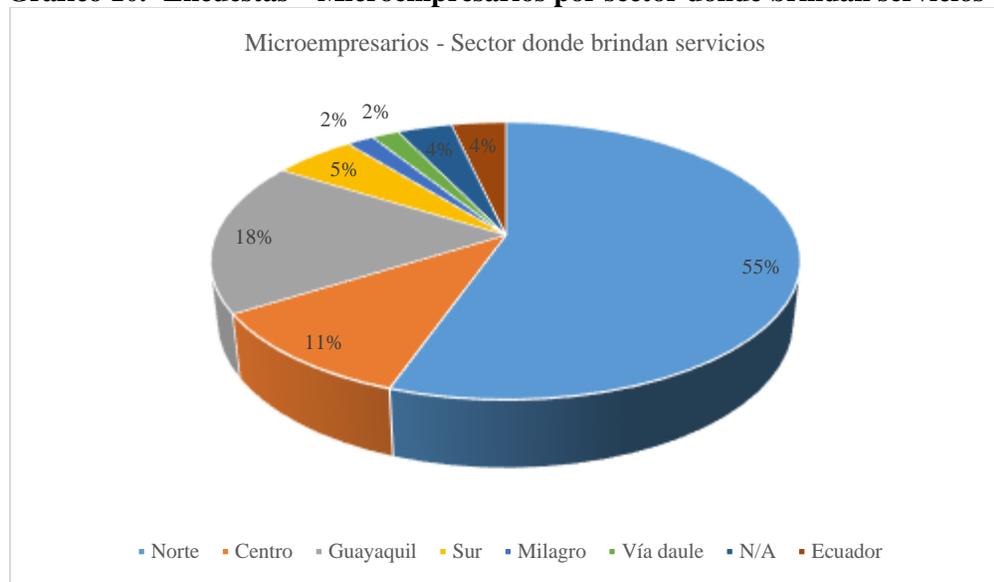


Fuente: Autores de Tesis

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



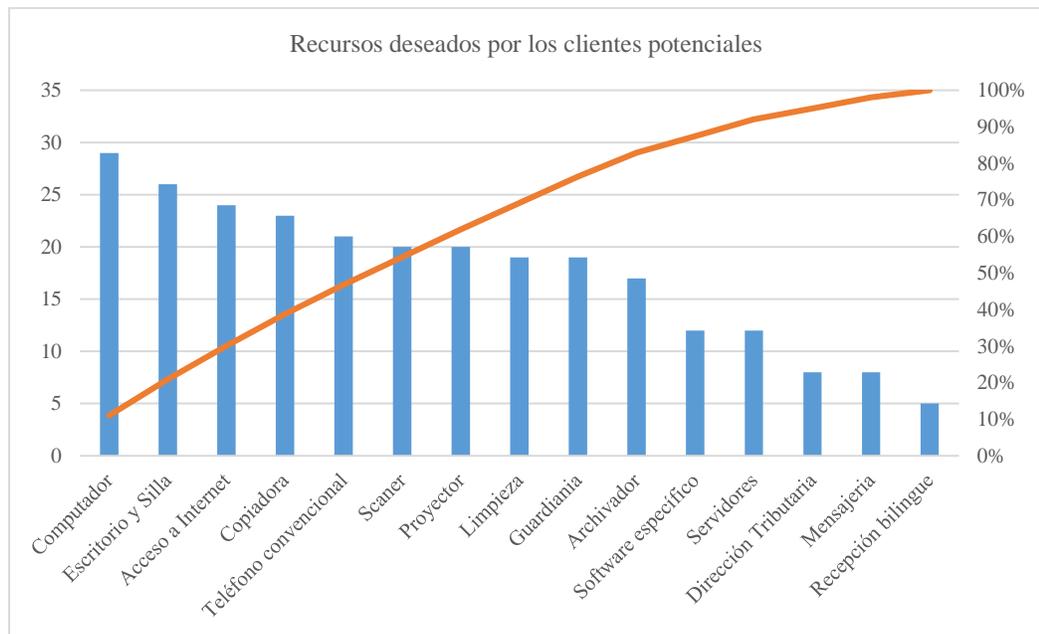
Fuente: Autores de la tesis

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

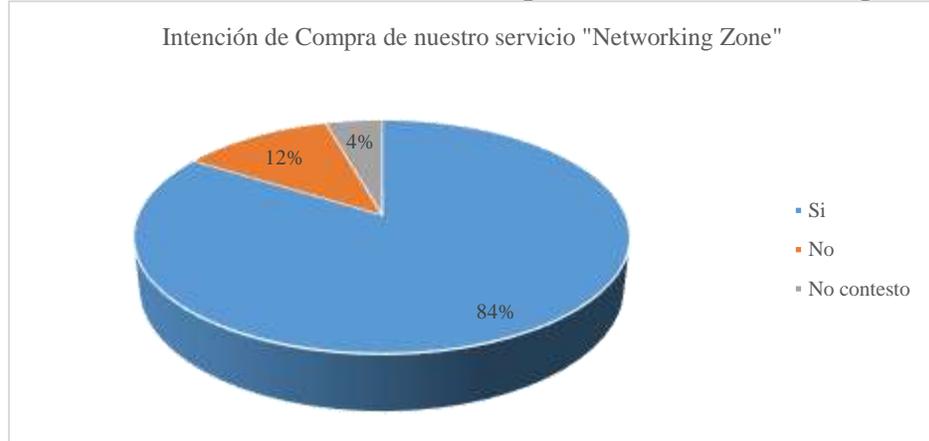
Los recursos que los microempresarios han considerado necesarios para tener una oficina acorde a sus actividades son: equipos de cómputo, muebles de oficina, acceso de internet de alta velocidad, telefonía convencional y recepción. Además, servicios limpieza, guardianía, mensajería y dirección tributaria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

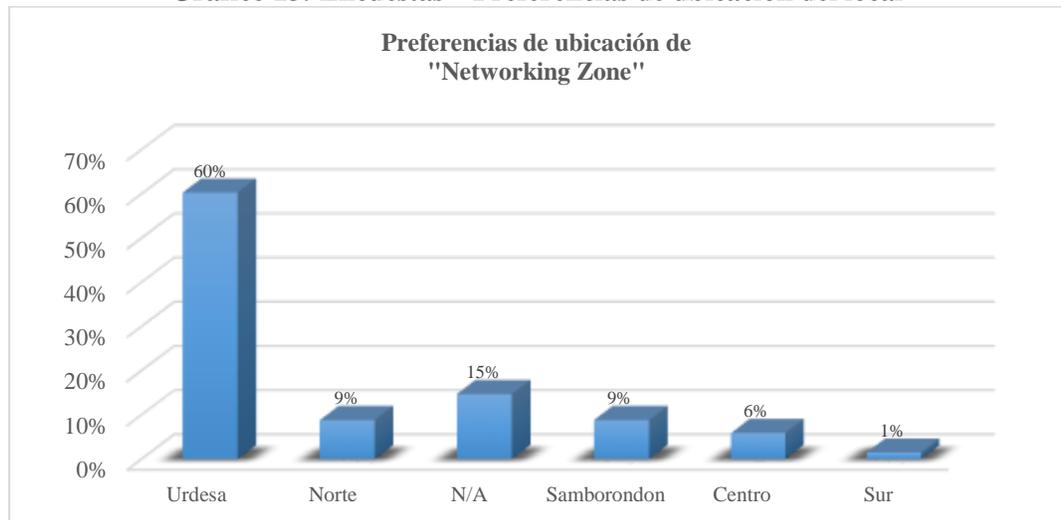
Gráfico 12.-Encuestas – Intención de compra de servicios Networking Zone



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).

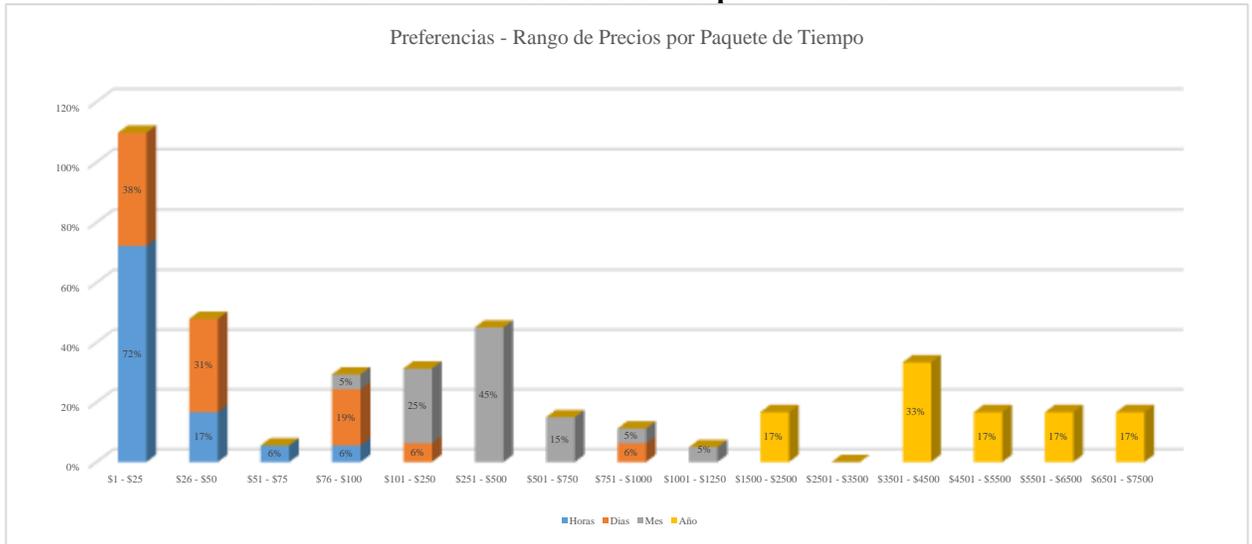
Gráfico 14.- Encuestas – Preferencias en tipo de pago



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

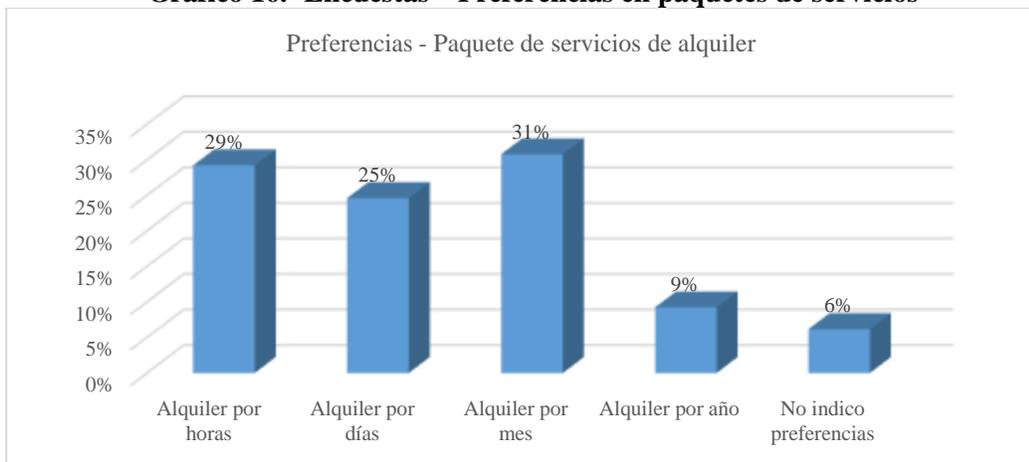


Fuente: Autores de Tesis

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



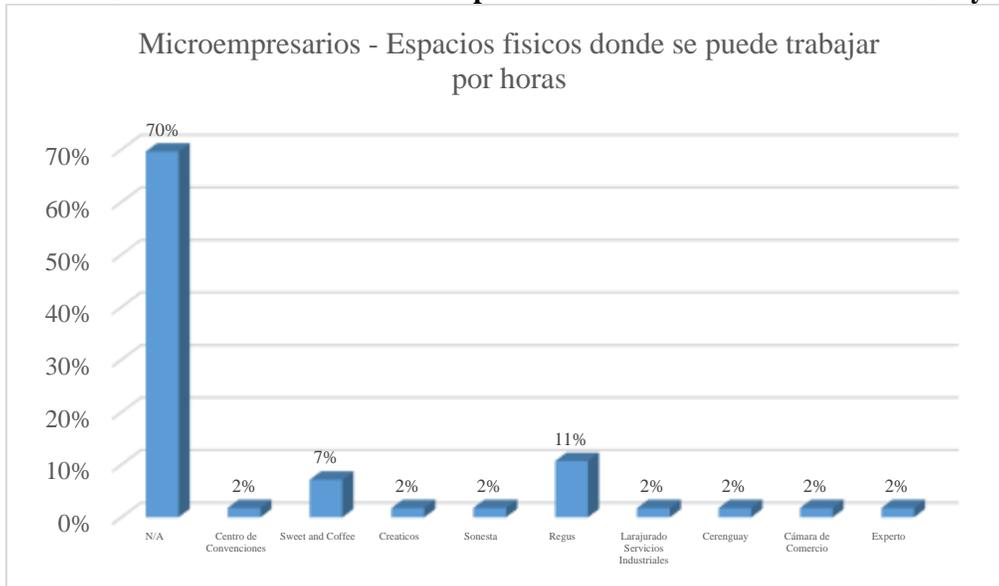
Fuente: Autores de Tesis

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



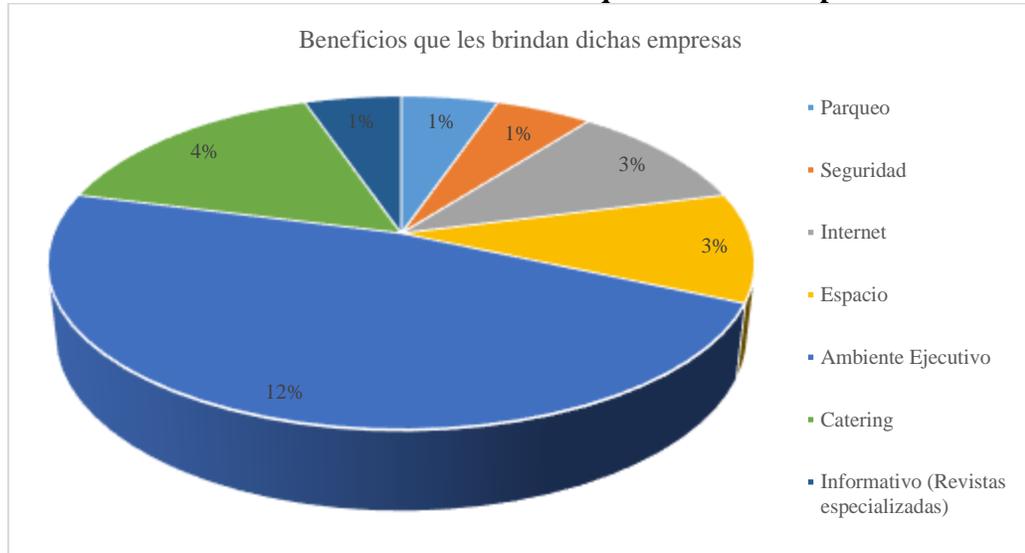
Fuente: Autores de Tesis

- ¿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

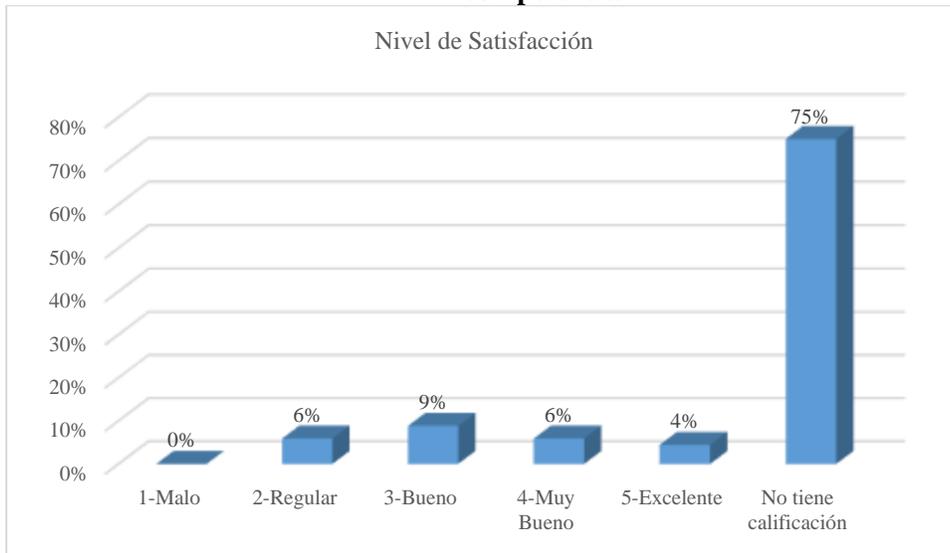


Fuente: Autores de Tesis

- ¿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

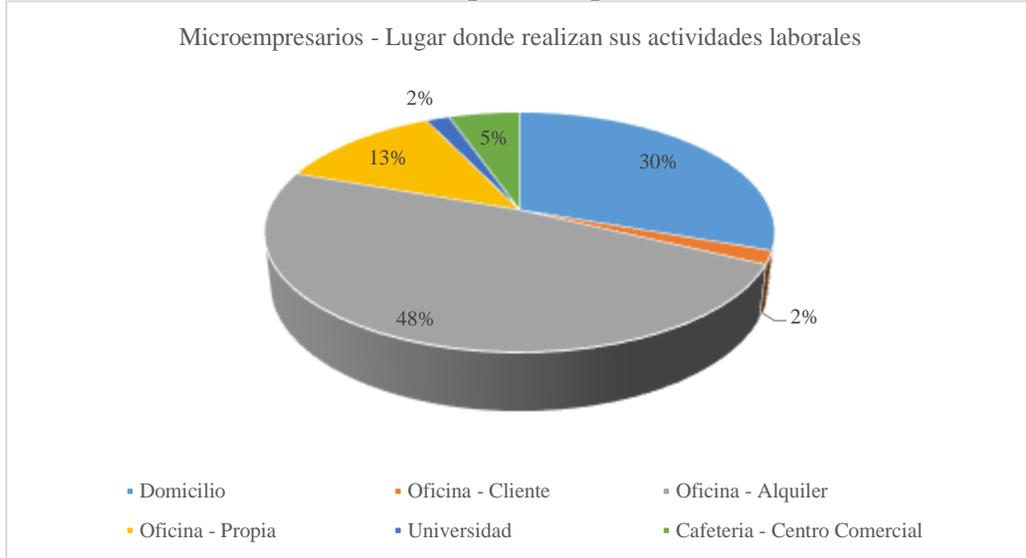


Fuente: Autores de Tesis

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

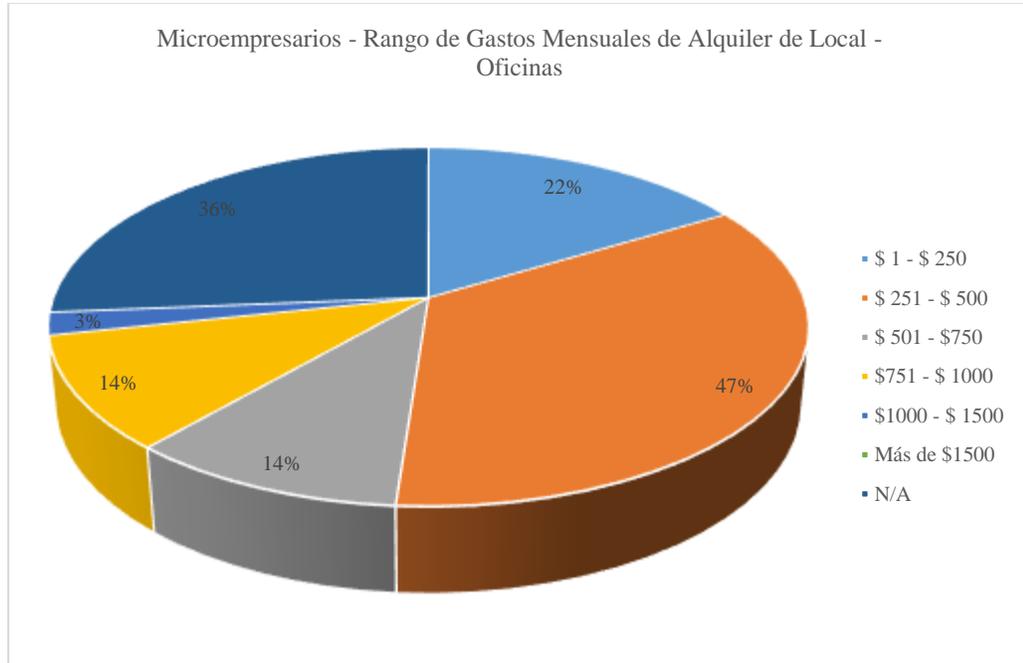


Fuente: Autores de Tesis

- ¿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

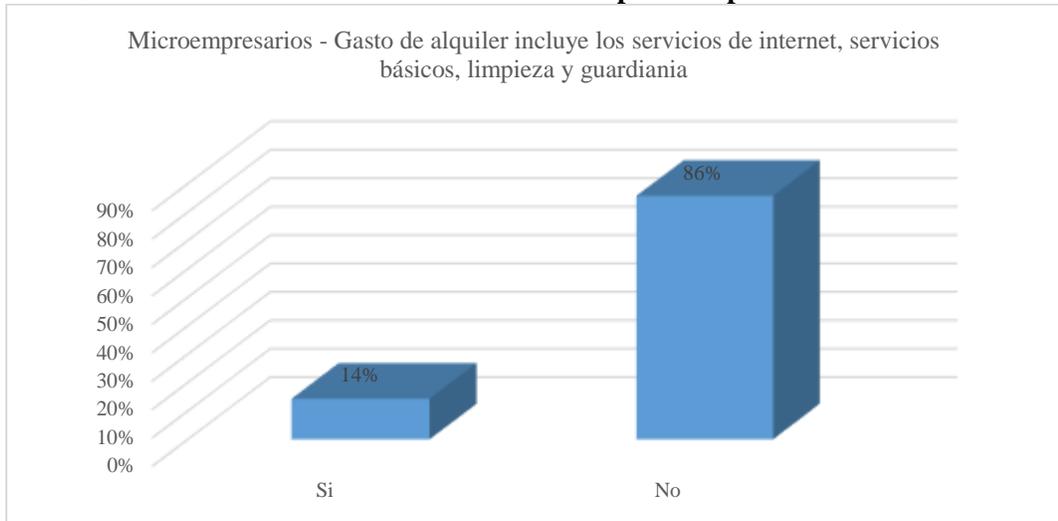


Fuente: Autores de Tesis

- ¿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

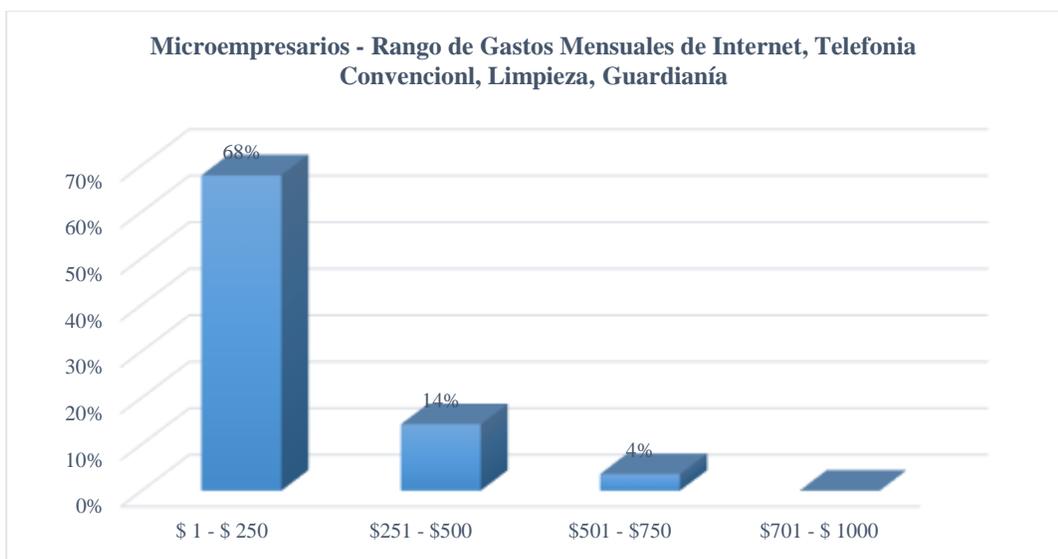


Fuente: Autores de Tesis

- ¿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

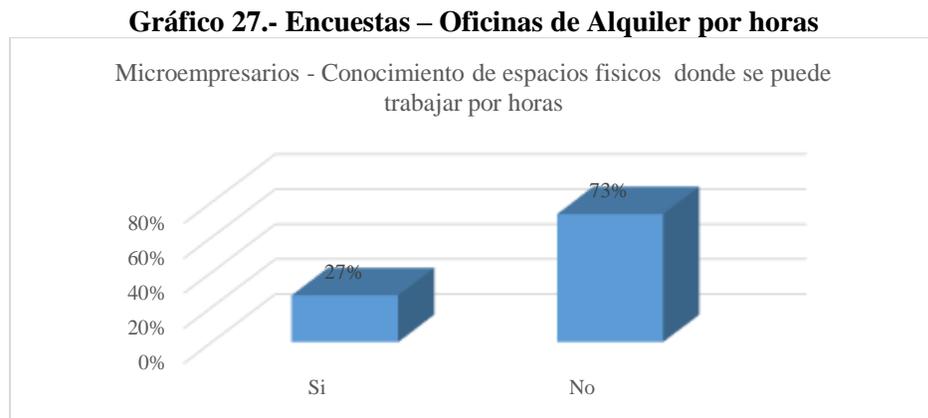


Fuente: Autores de Tesis

4.6.3. CONOCER LOS SUSTITUTOS DE UNA OFICINA PROFESIONAL

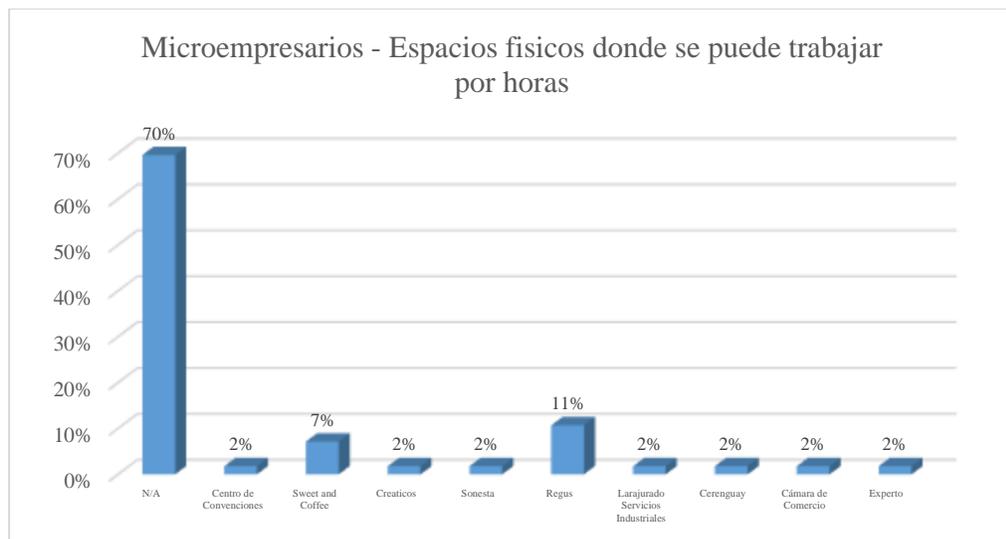
- ¿Conoce algún lugar donde se reúnan los profesionales independientes / FreeLancer con sus clientes, para el desarrollo de sus actividades y proyectos?

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

Fuente: Autores de Tesis

PAQUETE ORO

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

Fuente: Autores de Tesis

PAQUETE BRONCE

Nombre del Paquete	Oficina Virtual 1	Oficina Virtual 2
Detalle del Paquete	Dirección Fiscal Recepción y Manejo profesional de llamadas locales (Ilimitado)	Dirección Fiscal Recepción y Manejo profesional de llamadas locales (Ilimitado) 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
Platinum	Oficina Gerencial	5.616	520	-	-
	Oficina Ejecutiva	4.320	400	29,75	-
Oro	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
Bronce	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 2016⁴, 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">• 5 publicaciones en Facebook, 5 en Twitter y 5 en Instagram por semana.• Atención al cliente de lunes a viernes en horario de oficina.• Generación de contenidos.• Publicidad en Facebook.• Cuña radial	\$ 700
Nota Adicional: Alcance mensual de 2.000 personas en redes sociales con una frecuencia de 1 a 2 veces por persona	

Fuente: Comuna Digital⁵

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.

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

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

Tabla 6.- Cotización Sitio Web

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

Horarios de atención
 Lunes a Viernes: 08h00 - 12h00
 Sábado: 08h00 - 12h00

Ubicamos en:
 Av. Plaza Bahin y avenida 23 No.
 4063584324 2-381104
 networkingzone@hotmail.com

NETWORKING ZONE

Síguenos en:
 @networkingzone

NETWORKING ZONE
 Trabajando independientemente, pero no solos

OLVIDATE DE TRABAJAR EN PIJAMAS

NETWORKINGZONE FACILITA TU TRABAJO

Gráfico 29.- Diseño Interior Tríptico – Networking Zone

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

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

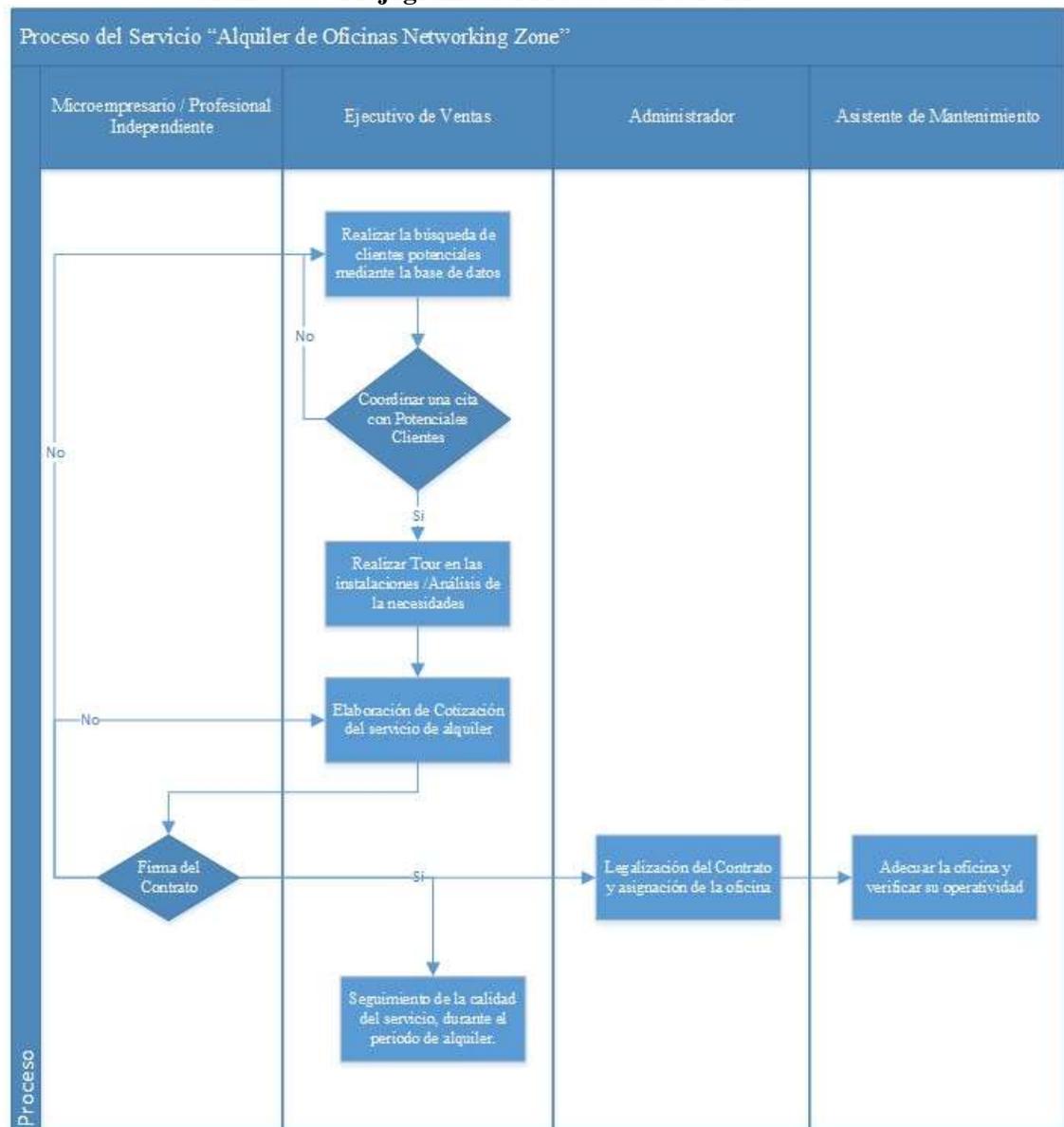
6.1. PROCESOS DEL SERVICIO

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 m², 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 m² por área son:

- ✚ Oficinas de Alquiler
 - 7 oficinas de 12 m²
 - 10 oficinas de 10 m²
 - 17 oficinas de 15 m²
- ✚ Sala de Reuniones
 - 2 salas de 20 m²
 - 2 salas de 22 m²
- ✚ Áreas de Esparcimiento
 - 2 salas de 20 m²

Networking Zone S.A.

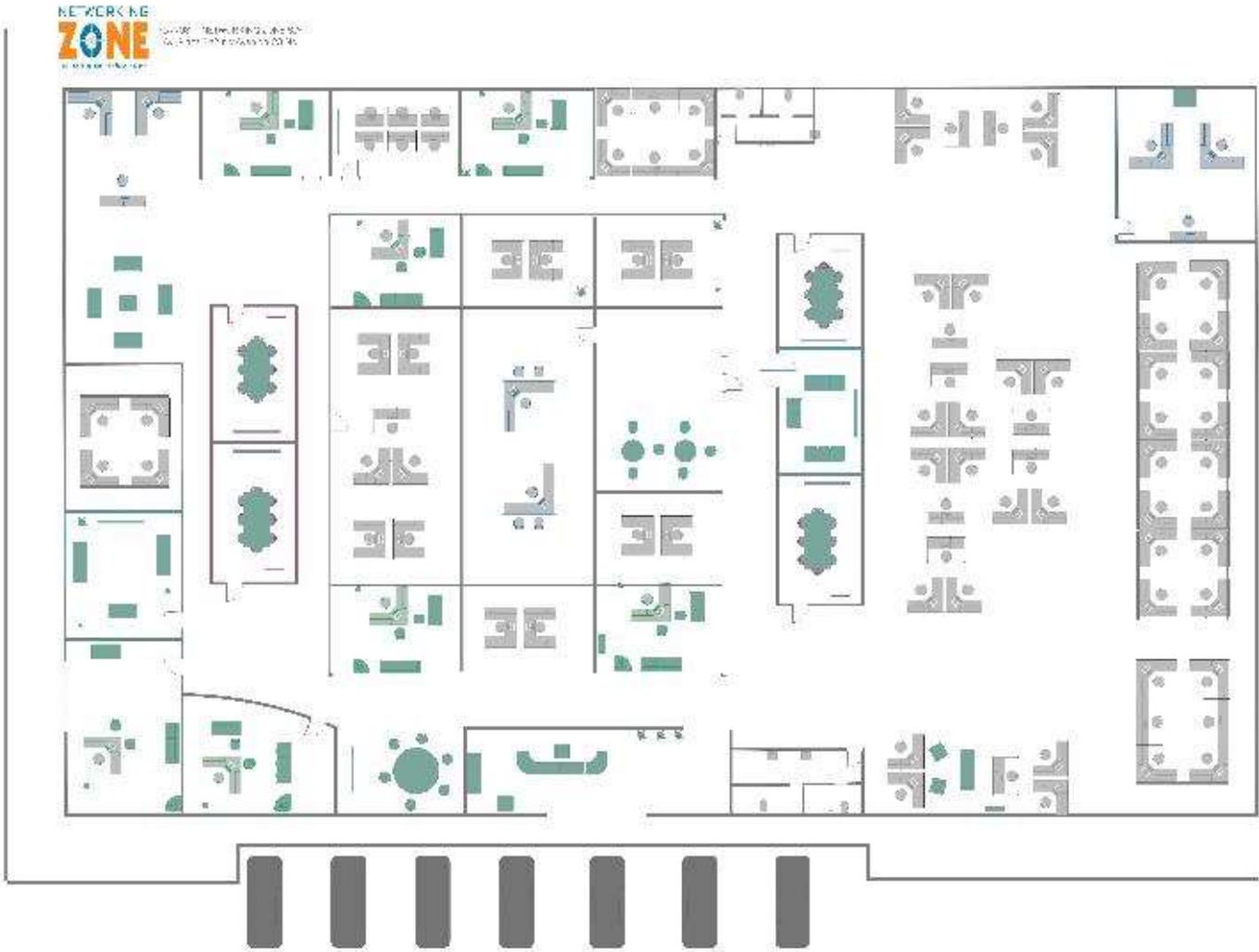
- ✚ Oficinas Administrativas
 - 6 oficinas de 10 m²
 - 1 oficina de 12 m²
- ✚ Cafetería
 - 1 sala de 15 m²
- ✚ Servicios Higiénicos
 - 2 secciones de 15 m²
- ✚ Lobby
 - 1 sala de 30 m²

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

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

Manual De Funciones
Misión
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.
Actividades esenciales
<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar, organizar, dirigir y coordinar con las distintas áreas administrativas de la compañía, la elaboración del Planes estratégicos de la Institución. 2. Planificar, organizar, dirigir y coordinar la elaboración y consolidación del Plan Anual, en concordancia con los planes estratégicos de la institución. 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. 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.

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.

Manual De Funciones
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

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

Manual De Funciones
Misión
La misión del Contador es ofrecerte información financiera, útil, oportuna y confiable para la toma de decisiones y el control gerencial
Actividades esenciales
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

Manual De Funciones	
<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>	
Otras actividades	
<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

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

Perfil del Supervisor de Ventas	
Conocimientos requeridos	Conocimientos de utilitarios, elaboración de datos estadísticos, tablas macros, pronósticos de ventas.

Manual De Funciones	
Misión	
<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>	
Actividades esenciales	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar, organizar, dirigir y coordinar, junto a los Ejecutivos de Ventas de la compañía, las estrategias de la compañía. 2. Elaboración de los pronósticos de ventas. (Aprobados por la administración) 3. Evaluar y controlar a los Ejecutivos de ventas. 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 5. Contribuir al aseguramiento de la asignación de recursos para la ejecución de los proyectos 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. 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. 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 	
Otras actividades	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar, documentar iniciativas para el desarrollo de la compañía. 	

Manual De Funciones
<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

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

Manual De Funciones
Misión
<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>

Manual De Funciones	
contribuyendo a la sostenibilidad de la organización invirtiendo la mínima cantidad de recursos.	
Actividades esenciales	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Control continuo a las actividades de venta. 2. Realizar continuamente investigación de mercados, publicidad, y servicio al cliente en un régimen más continuo y experto. 3. Elaborar y analizar informes de avance de ventas para enviar al supervisor de ventas. 4. Elaborar pronósticos de ventas. 5. El departamento de ventas debe mantener una relación directa con el cliente a fin de satisfacer las necesidades. 6. Ética ante todas las labores de ventas. 7. No deben existir preferencias entre clientes en cuanto a plazos, descuentos, a menos que sean autorizados por la administración. 8. Captar la mayoría de clientes, para cubrir todos los espacios disponibles de Networking Zone. Cumpliendo las políticas de la empresa. 9. Hacer cumplir las políticas internas de la compañía de forma ética y responsable. 10. Optimizar las actividades de ventas. 11. Cumplir con las cuotas asignadas por el supervisor de ventas. 12. Mantener conocimiento del mercado 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. 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. 	

7.1.4.5 SECRETARIA

Perfil de Secretaria		
Educación	Formación	Titulo Superior. Idiomas. Comercio exterior.

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

Manual De Funciones
Misión
<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>
Actividades esenciales
<ol style="list-style-type: none"> 1. Programar citas de los distintos clientes que se tenga en la compañía 2. Realizar la coordinación de las reuniones ajustándose a las necesidades de los clientes y acorde a los planes que escojan los mismos. 3. Mantener al día la base de datos de los clientes para tener eficiencia en el desarrollo 4. Procesar todas las reservaciones que se realicen del día a día, para que no existan conflictos de espacios físicos. 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. 6. El servicio al cliente tiene que ser optimo y transparente, al realizar las llamadas y receptándolas. 7. Cumplir y hacer cumplir los códigos de ética y moral dentro de la empresa. 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.
Otras actividades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ayuda a los usuarios en tema logístico.

Manual De Funciones
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.**

Entidad	Monto USD	Plazo (Años)	Tasa de Interes	Intereses a Pagar	Total del Préstamo
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
Total	160.000			13.577	173.577
		Promedio	8,69%		

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
Total Inversión Inicial	<u>160.000</u>

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
Total Anual	70.839	69.768	78.299	77.599	76.599	78.599

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
Costos Fijos						
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	-	-	-	-
Total - Gastos Fijos	226.967	190.345	193.872	187.753	190.045	190.045

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
Costos Variables						
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
Total - Gastos Variables	48.966	44.150	49.436	48.724	52.294	54.829

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.**

Concepto	Monto USD \$	Nro. De Años	Dep. Mensual	Dep. Anual	Nro. De Meses en Gastos
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	-	-	-	-
Total	21.864	16.229	11.847	7.629	7.629	7.629

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
VENTAS						
Ingresos por Servicios						
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
Total de Ventas de Servicios (USD \$)	216.685	322.591	359.347	423.067	448.244	456.751
Incremento Anual		49%	11%	18%	6%	2%
Promedio Ventas	371.114					

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 Inicial	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Activos							
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
TOTAL ACTIVOS	160.000	70.180	125.023	171.408	313.903	448.905	582.537
Pasivos							
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
TOTAL PASIVO CORRIENTE	100.000	69.429	69.652	44.094	70.904	78.244	80.513
Patrimonio							
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
TOTAL PATRIMONIO	60.000	751	55.370	127.314	242.999	370.661	502.024
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	160.000	70.180	125.023	171.408	313.903	448.905	582.537

Fuente: Autores de Tesis

9.9.FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

	FLUJO DE EFECTIVO "NETWORKING ZONE"					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Actividades Operativas						
Flujo de Entrada						
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
Flujo de Salida						
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
Telefonía 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
Capacitación	1.000	650	1.700	1.000	-	2.000
Suscripción de Cámara 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
Papelería 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
Flujo neto Operativo	-97.042	106.858	95.794	149.630	141.587	140.354
Actividades de Inversión						
Flujo de Entrada / Aportación Accionari	60.000					
Flujo de Salida	-					
Flujo neto de Inversión	60.000	-	-	-	-	-
Actividades de Financiamiento						
Flujo de Entrada						
Préstamos solicitados	100.000					
Flujo de Salida						
Capital del Préstamo	30.571	33.253	36.176			
Intereses del Préstamo	7.288	4.606	1.682	-	-	-
Dividendos de Accionistas	-					
Préstamos Accionistas	0					
Flujo neto de financiamiento	62.141	-37.859	-37.858	-	-	-
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
Saldo Final	25.099	94.097	152.033	301.663	443.250	583.604

Fuente: Autores de Tesis

9.10. ESTADO DE RESULTADO

ESTADO DE RESULTADOS - PROYECCION
"NETWORKING ZONE"

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS						
Ingresos por Servicios						
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
Total de Ventas de Servicios (USD \$)	216.685	322.591	359.347	423.067	448.244	456.751
GASTOS						
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
Total Gastos Operativos	118.035	99.160	104.529	106.944	111.666	111.666
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
Total Sueldos y Salarios	70.839	69.768	78.299	77.599	76.599	78.599
Suscripcion de Camara de Comercio	277	283	283	283	307	307
Total de Suscripciones	277	283	283	283	307	307
Honorarios Profesionales	8.300	7.800	7.800	8.410	8.411	8.411
Total de Honorarios Profesionales	8.300	7.800	7.800	8.410	8.411	8.411
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	-	-	-
Total 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
Total Gastos de Constitución	3.100	-	250	750	250	750
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
Total Gastos de Constitución	1.730	909	941	974	1.008	1.044
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
Total Gastos de Mantenimiento	14.000	13.850	16.500	13.400	15.000	15.000
Prestamos	-	-	-	-	-	-
Intereses	7.288	4.606	1.682	-	-	-
Total Gastos de Financieros	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
Total Gastos de Depreciación	13.866	12.230	11.847	7.629	7.629	7.629
Eventos Networking						
Eventos - Desayunos Networking	8.250	8.250	8.250	8.250	8.800	8.800
Total de Eventos Networking	8.250	8.250	8.250	8.250	8.800	8.800
Amortización						
Gastos de primer establecimiento	7.998	3.999	-	-	-	-
Total de Amortización	7.998	3.999	-	-	-	-
Total de Gastos	275.933	234.496	243.309	236.477	242.338	244.874
UTILIDAD BRUTA	-59.249	88.095	116.038	186.589	205.905	211.877
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
UTILIDAD / PERDIDA NETA	-59.249	54.619	71.944	115.685	127.661	131.364

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.

Punto de Equilibrio 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	48.966	44.150	49.436	48.724	52.294	54.829
PUNTO DE EQUILIBRIO %						
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

Networking Zone S.A.						
Ratio	2017	2018	2019	2020	2021	2022
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%	CAPM (Ke)	27,57%

DATOS		WACC	
Fecha	24/5/2016	Ke (E/(E+D))	10,34%
CAPM (Ke)	27,57%	Kd (1-T) (D/(E+D))	3,60%
Deuda (D)	\$ 100.000,00	WACC	13,94%
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			
Flujo del Proyecto Financiado	-60.000,00	-67.955	37.596	47.614	123.314	135.290	138.992
Retorno deseado por inversionistas	25%						
VAN	65.353						
TIR	41,31%						

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	-	-	-
Flujo del Proyecto Financiado	-160.000	-37.384	70.848	83.791	123.314	135.290	138.992
WACC	13,94%						
VAN	125.590						
TIR	29,95%						

% 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 (Manteniendo el valor proyectado de Costos y Gastos)	-65.127	10%	-46.882	8%
	20% Aumento de los Costos (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 (Manteniendo el valor proyectado de Costos y Gastos)	130.592	59%	211.826	41%
	10% Disminución de los Costos (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								
Detalle	Inversión Inicial	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
(=) 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				
Flujo del Proyecto Financiado	-60.000,00	-111.292	-2.406	3.055	70.854	79.708	109.642	
Retorno deseado por inversionistas	25%							
VAN	-65.127							
TIR	9,83%							

Cálculo VAN y TIR Negocio

Rentabilidad del Proyecto								
Detalle	Inversión Inicial	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
(=) 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				
Flujo del Proyecto Financiado	-160.000	-80.721	30.847	39.232	70.854	79.708	109.642	
WACC	13,94%							
VAN	-46.882							
TIR	7,81%							

% 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			
Flujo del Proyecto Financiado	-60.000,00	-101.138	20.833	29.915	105.723	116.852	120.493
Retorno deseado por inversionistas	25%						
VAN	920						
TIR	25,21%						

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			
Flujo del Proyecto Financiado	-160.000	-70.567	54.086	66.091	105.723	116.852	120.493
WACC	13,94%						
VAN	43.088						
TIR	19,32%						

% Ocupación	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			
Flujo del Proyecto Financiado	-60.000,00	-46.287	57.596	69.894	149.544	163.081	153.668
Retorno deseado por inversionistas	25%						
VAN	130.592						
TIR	59,01%						

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			
Flujo del Proyecto Financiado	-160.000	-15.716	90.849	106.070	149.544	163.081	153.668
WACC	13,94%						
VAN	211.826						
TIR	40,78%						

% Ocupación	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			
Flujo del Proyecto Financiado	-60.000,00	-51.364	45.977	56.464	132.110	144.509	148.242
Retorno deseado por inversionistas	25%						
VAN	97.569						
TIR	50,48%						

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			
Flujo del Proyecto Financiado	-160.000	-20.793	79.230	92.640	132.110	144.509	148.242
WACC	13,94%						
VAN	166.841						
TIR	35,46%						

% 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.

RESUMEN SÍNTESIS FODA # 2			
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
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>FO (ofensivas) 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>DO (adaptivas) 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>FA (reactivas) 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>DA (defensivas) 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.

- Sí
 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/ Selecciona 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?

Selecciona 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.
 ≥ 0 hora a < 3 horas
 ≥ 3 hora a < 5 horas
 ≥ 5 hora a < 7 horas
 ≥ 7 hora a < 9 horas
 ≥ 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

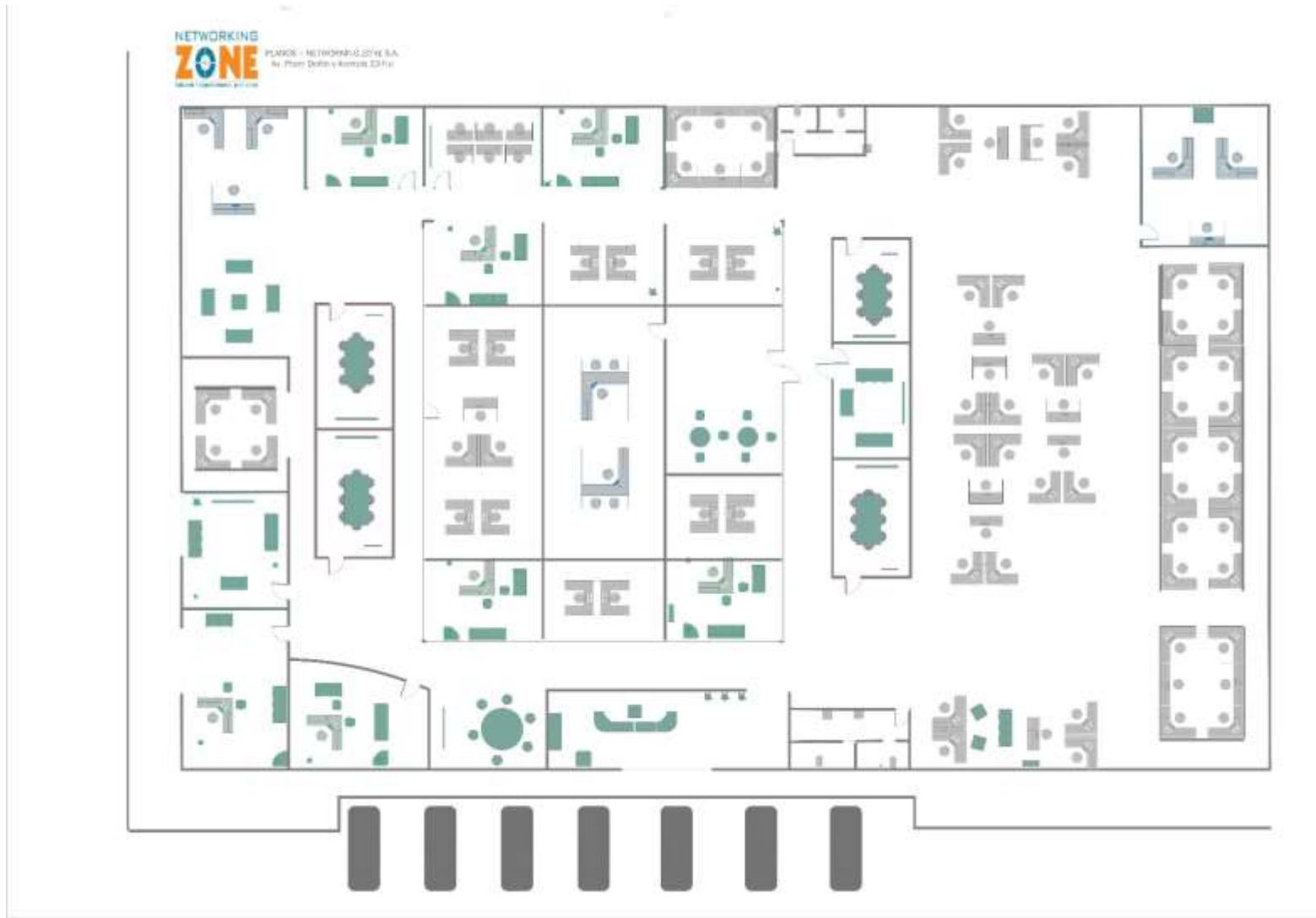
Anexo 3.1.- Listado de Muebles y Equipos de Oficina

Destino	Detalle	Cantidad	Precio	Total
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
	Mesa - Capacidad 10 personas	2	700	1.400
Sala de Reuniones B	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
	Muebles	2	1.300	2.600
Sala de Relajación	Televisor de 42"	1	850	850
	Muebles	6	220	1.320
Lobby	Estacion de Trabajo - Lobby	1	800	800
	Silla de Secretaria	1	60	60
	Ordenador Portatil	1	870	870
	Estacion de 4 puestos	1	350	350
Oficinas Ejecutivas (12 m2)	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
	TOTAL ACTIVOS FIJOS			

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	Para Diciembre del 2016 se contara con la infraestructura del local	305	1/4/2016	31/1/2017
		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
		Para Enero del 2016 se adquirira todos los equipos tecnologicos	204	11/7/2016	31/1/2017
		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		
	93	20/9/2016	22/12/2016		
PROY. 2	CLIENTES Y COMUNIDAD	Para diciembre del 2016 se tendra una cartera de clientes	92	20/9/2016	21/12/2016
		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
		Para diciembre del 2016 iniciara las promociones	29	23/11/2016	22/12/2016
		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		
	76	19/10/2016	3/1/2017		
PROY. 3	PROCESOS INTERNOS	Enero 2016 todo el personal es 100% calificado por puesto	76	19/10/2016	3/1/2017
		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		
	87	4/10/2016	30/12/2016		
PROY. 4	APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	En Diciembre del 2016 se contara con programas de capacitación y retroalimentación	87	4/10/2016	30/12/2016
		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” afiliar 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.- CONTROVERSIAS: 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. XXXXXXXXXXXX** 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 **XXXXXXXXXXXXX**, 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 Impuesto a la renta Utilidades 25% Declaraciones mensuales	Aportes mensuales de IESS, Decimos Fondos de reserva	Escritura Pública, Registro del Nombre, Afiliación a la cámara de Comercio, Permisos Municipales, 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