

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Factibilidad de la constitución de una compañía que brinda servicios técnicos ofrecidos como persona natural en la ciudad de Guayaquil.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Ingeniería Comercial y Empresarial

Presentado por:

Timmy Andrés López Murillo

Anddy Daniel Zambrano Ortega

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2019

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedicamos a nuestros padres quienes con su esfuerzo y sacrificio fueron pilar fundamental para culminar esta etapa, brindando su apoyo, consejos y motivación durante el transcurso de la carrera.

Este logro es por y para ellos.

Timmy López Murillo
Anddy Zambrano Ortega

AGRADECIMIENTOS

Nuestro más sincero agradecimiento a Dios por darnos la paciencia y sabiduría necesaria a lo largo de este ciclo.

A los maestros que supieron transmitir sus conocimientos, dedicando su tiempo y experiencia con la finalidad de prepararnos para el mundo profesional.

A los amigos que se presentaron en el transcurso de la carrera, que con su apoyo estuvieron en los momentos indicados, tanto de estudio como de ocio.

Gracias Totales.


Timmy López Murillo
Anddy Zambrano Ortega

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Timmy López Murillo* y *Anddy Zambrano Ortega* damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Timmy López Murillo



Anddy Zambrano
Ortega

EVALUADORES



MBA. Pablo Soriano Idrovo
PROFESOR DE LA MATERIA



MBA. Pablo Soriano Idrovo
PROFESOR TUTOR

RESUMEN

En el presente proyecto se tiene como objetivo el estudio de la factibilidad en la constitución de una compañía que brinda servicios técnicos en el área tecnológica, ofrecidos por una persona natural no obligada a llevar contabilidad quién ejerce la profesión desde hace varios años, con la finalidad aprovechar la creciente demanda en el mercado nacional.

Para el desarrollo del proyecto nos basamos en 4 ejes:

- Estudio cualitativo para comprender el entorno en el cual se han desarrollado las actividades del negocio.
- Análisis financiero de las actividades realizadas en los últimos 3 años de servicios para evaluar el rendimiento económico del negocio.
- Desarrollo de estrategias para mejorar el rendimiento de las actividades de la actividad con una proyección financiera de 5 años en donde se comparó el rendimiento del proyecto con la constitución de la compañía y sin la constitución de ella.
- Evaluación de los posibles riesgos de la ejecución del proyecto con sus respectivos planes de prevención y planes de acción.

Finalmente se evidenció que el proyecto no solamente es viable, sino que necesario para salud financiera del negocio debido que a medida que pasen los años, el nivel de riesgos y posible impacto serían cada vez de mayor consideración.

Palabras Clave: Factibilidad, Análisis Financiero, Riesgos y Salud Financiera.

ABSTRACT

This project aims to study the feasibility in the constitution of a company that provides technical services in the technological area, offered by a natural person not obliged to keep an account of who has been in the profession for several years, with the purpose Take advantage of the growing demand in the national market.

For the development of the project we rely on 4 axes:

- Qualitative study to understand the environment in which business activities have been developed.
- Financial analysis of the activities carried out in the last 3 years of services to evaluate the economic performance of the business.
- Development of strategies to improve the performance of the activities of the activity with a 5-year financial projection where the project performance was compared with the constitution of the company and without the constitution of it.
- Evaluation of the possible risks of project execution with their respective prevention plans and action plans.

Finally, it was shown that the project is not only viable, but necessary for the financial health of the business because as the years go by, the level of risks and possible impact would be increasingly considered. Use english to write the same as described before in the Resumen. Use cursive fonts in this section.

Keywords: Feasibility, Financial Analysis, Risks and Financial Health.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	I
ABSTRACT.....	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS.....	V
SIMBOLOGÍA.....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	VIII
CAPÍTULO 1.....	9
1. Introducción.....	9
1.1 Descripción del problema.....	10
1.2 Justificación del problema.....	10
1.3 Objetivos.....	10
1.3.1 Objetivo General.....	10
1.3.2 Objetivos Específicos.....	10
1.4 Marco teórico.....	11
1.4.1 Conceptos de metodología.....	11
1.4.2 Conceptos financieros.....	12
1.4.3 Marco Legal.....	14
CAPÍTULO 2.....	15
2. Metodología.....	15
2.1 Design Thinking.....	15
2.2 Análisis del Entorno.....	16
2.3 Análisis FODA.....	18
2.4 Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	18
2.5 Análisis Financiero.....	20

2.6	Análisis de Ratios Financieros.....	28
2.7	Planeación Estratégica	29
CAPÍTULO 3.....		31
3.	Resultados Y ANÁLISIS.....	31
3.1	Plan de Mercadeo.....	31
3.1.1	Análisis de Mercado	31
3.2	Análisis de las encuestas.....	32
3.3	Marketing Mix	37
3.4	Estrategias de Marketing	41
3.4.1	Estrategias basadas en la matriz FODA	41
3.4.2	Estrategia de precio	41
3.4.3	Estrategia de comunicación	42
3.4.4	Estrategia de nuevos clientes	42
3.5	Proyección Financiera	43
3.6	Objetivos Smart	45
3.7	Gestión del Riesgo	46
CAPÍTULO 4.....		49
4.	Conclusiones Y Recomendaciones.....	49
	Conclusiones	49
	Recomendaciones	51
BIBLIOGRAFÍA.....		52
ANEXOS.....		54

ABREVIATURAS

INEC	Instituto de Estadística y Censos
TIC	Tecnologías de Información y Comunicación
PEST	Político, Económico, Social y Tecnológico
PIB	Producto Interno Bruto
FODA	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
ROA	Rendimientos sobre los activos
ROE	Rendimientos sobre el capital
IVA	Impuesto al valor agregado
PVP	Precio de Venta al Público
LORTI	Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
VAN	Valor Actual Neto
TIR	Tasa Interna de Retorno
TMAR	Tasa Mínima Atractiva de Retorno
CCTV	Circuito Cerrado de Televisión

SIMBOLOGÍA

m	Metro
Km	Kilómetro
m ²	Metros cuadrados
No	Número

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 2.1 SEGMENTACIÓN DE CLIENTES AÑO 2018.....	15
FIGURA 2.2 PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE REALIZAN INVERSIÓN EN TIC, SEGÚN SECTOR ECONÓMICO.....	17
FIGURA 2.3 MATRIZ FODA	18
FIGURA 2.4 BALANCE GENERAL AÑO 2016.....	23
FIGURA 2.5 BALANCE GENERAL AÑO 2018.....	23
FIGURA 2.6 ESTADO DE RESULTADOS (2016 – 2018).....	24
FIGURA 2.7 ANÁLISIS VERTICAL (2016 – 2018).....	27
FIGURA 2.8 ESTADO DE RESULTADOS (2016 – 2018).....	27
FIGURA 3.1 PREGUNTA 1	32
FIGURA 3.2 PREGUNTA 2	33
FIGURA 3.3 PREGUNTA 3	33
FIGURA 3.4 PREGUNTA 4	34
FIGURA 3.5 PREGUNTA 5	34
FIGURA 3.6 PREGUNTA 6	35
FIGURA 3.7 PREGUNTA 7	35
FIGURA 3.8 PREGUNTA 8	36
FIGURA 3.9 PREGUNTA 9	36
FIGURA 3.10 ESQUEMA DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN	39
FIGURA 3.11 ESTRATEGIA BASADA EN MATRIZ FODA	41

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 2.1 ANÁLISIS VERTICAL DEL BALANCE GENERAL HISTÓRICO (2016 – 2018)	21
TABLA 2.2 ANÁLISIS HORIZONTAL DEL BALANCE GENERAL HISTÓRICO (2016 – 2018).....	22
TABLA 2.3 ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADO HISTÓRICO (2016 - 2018)	25
TABLA 2.4 ANÁLISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE RESULTADO HISTÓRICO (2016 - 2018).	26
TABLA 2.5 RATIOS FINANCIEROS	28
TABLA 3.1 MODELO CAPM.....	44
TABLA 3.2 INDICADORES DEL PROYECTO SIN PROYECTO	44
TABLA 3.3 INDICADORES DEL PROYECTO CON PROYECTO.....	45
TABLA 3.4 PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	46
TABLA 3.5 IMPACTO DE LOS EVENTOS	46
TABLA 3.6 MATRIZ DE RIESGOS.....	47
TABLA 3.7 MATRIZ DE NIVELES DE RIESGOS CON PLANES DE ACCIÓN	48
TABLA 4.1 BALANCE GENERAL HISTÓRICO (2016 – 2018)	54
TABLA 4.2 ESTADO DE RESULTADO HISTÓRICO (2016 – 2018).....	55

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

La aplicación de las nuevas tecnologías ha sido eje fundamental para el desarrollo de las organizaciones para obtener mejores resultados económicos, productivos, operativos, etc. El uso y manejo de las tecnologías en las oficinas es un factor muy importante con respecto al intercambio y seguridad de la información de las empresas. Dado a que las tecnologías se mantienen en una constante evolución, las organizaciones se ven en la necesidad de implementar sistemas de gestión para responder cada vez más rápido a los cambios que ofrece el entorno, siendo más productivas y evitando correr el riesgo de estancarse o perder competitividad en sus mercados.

La eficiencia de los procesos se mejora mediante el nivel de sinergia que exista entre los distintos departamentos de una empresa, yendo desde la obtención de la materia prima hasta el producto final a ser entregado al cliente, es por ello la necesidad empresarial de crear canales de información más cortos o metódicos para lograr una comunicación eficiente entre los distintos niveles de la compañía.

Desde hace 15 años, el Ingeniero en Sistemas Luis Cueva, brinda el servicio de manera personal de venta, mantenimiento e instalación de equipos de computación tanto a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) como a hogares de la ciudad de Guayaquil. Con el pasar del tiempo y los buenos resultados, el servicio ofrecido por el Ing. Cueva pasó a ser más variado y sofisticado, desde la venta de computadoras y el servicio de instalación de sistemas de seguridad a locales y hogares hasta diseño de cableado estructurado en las instalaciones de empresas de la comunidad guayaquileña.

Ningún viento es favorable para un barco que no sabe a qué puerto llegar (Séneca). Lo mismo sucede con cualquier emprendimiento o empresa nueva, una cualidad presente en las grandes empresas es la planificación constante, la creación de objetivos a corto, mediano y largo plazo sin perder el enfoque en la misión y visión de la empresa. Con la correcta planificación de las actividades de una empresa se permite evitar incidentes no deseados, o caso contrario una respuesta de acción oportuna para la pronta compensación ante un problema.

1.1 Descripción del problema

El Ing. Luis Cueva, persona natural dedicada a actividades comerciales de venta, instalación y mantenimiento de equipos tecnológicos con experiencia de más de 15 años en el mercado de la ciudad de Guayaquil y sus alrededores, en los últimos años ha incrementado su demanda de manera significativa, y en ciertos casos no cumple con todos los requisitos que exigen empresas grandes que tienen mayores exigencias legales y ocupacionales lo que ha impedido que gane posición en el mercado.

1.2 Justificación del problema

Ante la realidad del progreso y crecimiento del negocio ofrecido por el Ing. Cueva, resulta ser necesario diseñar distintas estrategias que permitan a la empresa poder trabajar con empresas de mayor tamaño y de igual manera ganar posicionamiento en el mercado. En la actualidad, las pequeñas y grandes empresas están en el mercado establecido, sin embargo, se pretende mirar más allá y empezar a trabajar con empresas grandes que se les pueda instalar sistemas de cableado estructurado y equipos de computación, estableciendo planes a futuro que se espera poder lograr en un tiempo no tan lejos.

Es sencilla la creación de una empresa, el verdadero reto es mantenerse con el tiempo y conseguir el crecimiento de la organización, así como sus utilidades y es por ello que se estudiará la factibilidad de constituir la compañía utilizando diferentes estrategias que le permitan crecer con el tiempo.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar la factibilidad de la constitución de una compañía que brinda servicios técnicos ofrecidos como persona natural para la aplicación de contratos con medianas y grandes empresas.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Examinar cualitativamente a través de la metodología FODA y las cinco fuerzas de Porter para la descripción de la situación del negocio de la persona natural.
2. Analizar la información comercial correspondientes al 2016, 2017 y 2018 para el diagnóstico de la situación financiera del negocio.

3. Diseñar estrategias de mercadeo y proyección financiera (2019 a 2024) para el incremento de las ventas
4. Identificar los riesgos del plan de marketing que afecte la proyección financiera.

1.4 Marco teórico

1.4.1 Conceptos de metodología

- **Design Thinking**

Se denomina “Design Thinking” a la herramienta para generar ideas innovadoras que solucionen las necesidades de los usuarios. Cuenta con 5 etapas para obtener los resultados: empatizar, identificar, idear, prototipar y testear. Las etapas se pueden realizar sin orden, para entender mejor cuales son las necesidades y así ir definiendo cada una de las características para lograr el prototipo final. (Mootee, 2014).

- **Entrevista estructurada**

Esta técnica se emplea en diversas disciplinas tanto sociales como de otras áreas, para realizar estudios de carácter exploratorio, ya que permite captar información abundante y básica sobre el problema. También se utiliza para fundamentar hipótesis y orientar las estrategias para aplicar otras técnicas de recolección de datos. (Soriano, 2006)

- **Entrevista no estructurada**

Es aquella en la que el entrevistador plantea preguntas abiertas y perspicaces. Este tipo de entrevista es integral y el entrevistador motiva al solicitante a ser el que más hable. (Soriano, 2006)

- **Análisis FODA**

Según Dyson (2004), el análisis FODA es una técnica comúnmente utilizada en la planeación estratégica, que ayuda a determinar la posición estratégica de la empresa. Además, se la considera como una buena herramienta para analizar el ambiente interno de una organización, sirviendo de apoyo para la toma de decisiones.

La herramienta FODA se expresa mediante una matriz que ayuda a identificar factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que influyen en cómo la empresa se va a desempeñar. (Nikulin, 2015)

- **Fuerzas de Porter**

Este postula que existen cinco fuerzas que conforman típicamente la estructura de la industria: la intensidad de la rivalidad entre los competidores, la amenaza de nuevos entrantes, la amenaza de sustitutos, el poder de negociación de los compradores y el poder de negociación de los proveedores. Estas fuerzas delimitan los precios, costos y requerimientos de inversión, que son los factores básicos que explican las perspectivas de rentabilidad a largo plazo y el atractivo de la industria. (Pedroza, 2001)

1.4.2 Conceptos financieros

- **Balance General**

Es una fotografía instantánea del valor contable de la empresa que reporta la posición financiera en un particular punto del tiempo. Cuenta con dos partes, una del lado izquierdo donde están los activos, mientras que en el lado derecho se encuentran los pasivos y el patrimonio. (Ross, 2012)

- **Estado de Resultados**

Se puede comparar como un video que mide el desempeño durante un periodo específico. Reporta los ingresos, gastos y ganancias en un periodo determinado de tiempo. (Ross, 2012)

- **Flujo de caja**

Indica como la posición del efectivo de la empresa ha cambiado durante un periodo específico de tiempo. Es el dinero que las empresas tienen disponible en las cuentas bancarias. (Ross, 2012)

- **Análisis Vertical**

Revisa la composición de la estructura del estado financiero, es decir que mediante ponderaciones busca determinar que tanto representa cada cuenta del activo con respecto al total del activo. Es una representación del valor porcentual de cada cuenta perteneciente al estado financiero en sentido del total de cuentas. (Ross, 2012)

- **Análisis Horizontal**

Evalúa la evolución de la estructura del estado financiero, mostrando cual fue el crecimiento o decrecimiento de cada una de las cuentas pertenecientes en un periodo

de tiempo determinado. Se debe evaluar un estado financiero con respecto a otro en un periodo de tiempo diferente. Es un análisis comparativo. (Ross, 2012)

- **Análisis de razones financieras**

Este análisis consiste en comparar e investigar las relaciones que existen entre los distintos elementos de la información financiera.

Los ratios financieros son indicadores que permiten cuantificar la salud financiera de una empresa y su capacidad para cumplir con las obligaciones y desarrollar su objeto social por el cual fue creado. Las razones financieras están clasificadas en las siguientes clases:

- **Razones de liquidez**

Sirven para medir la habilidad de una compañía en cubrir sus obligaciones financieras de corto plazo a tiempo.

- **Razones de rotación de activos**

Miden la efectividad del manejo de los activos de la compañía.

Razones de endeudamiento

Miden la cantidad de apalancamiento. Es decir, cómo las fuentes de financiamiento externo financian los activos de la compañía.

- **Razones de cobertura**

Muestra el número de veces que la compañía puede cubrir una obligación financiera en particular.

- **Razones de rentabilidad**

Determinan la eficacia de cómo la compañía genera sus ganancias.

- **Razones de valor de mercado**

Permite observar el desempeño de la empresa con respecto al valor de las acciones que se encuentran en el mercado.

- **Valor Actual Neto (VAN)**

Es el valor presente de los flujos de efectivo (Ingresos – Costos) de una propuesta, y se utiliza una tasa de descuento que mide la rentabilidad exigida por el proyecto que espera recuperar la inversión y obtener beneficios. (Lic. Marcos Mete, 2014).

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Es la alternativa más importante al método del valor actual neto. El resultado de la TIR es parecido al VAN, ya que es una tasa interna de rendimiento que proporciona una cifra

que resume el éxito de un proyecto. La tasa es intrínseca al proyecto y no depende de otra cosa que no sean los flujos de efectivos del proyecto.

1.4.3 Marco Legal

Mediante la aprobación de la ley orgánica para la reactivación de la economía, fortalecimiento de la dolarización y modernización de la gestión financiera en diciembre de 2017 se agregó en la Ley orgánica de Régimen Tributario Interno el artículo 9.6 que manifiesta lo siguiente: “Exoneración del pago del impuesto a la renta para nuevas microempresas. Las nuevas microempresas que inicien su actividad económica a partir de la vigencia de la Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera, gozarán de la exoneración del impuesto a la renta durante tres años contados a partir del primer ejercicio fiscal en el que se generen ingresos operacionales, siempre que generen empleo neto e incorporen valor agregado nacional en sus procesos productivos, de conformidad con los límites y condiciones que para el efecto establezca el reglamento a esta Ley.” Adicional a esto, el artículo 10.17 acerca de las deducciones manifiesta que “Para el cálculo del impuesto a la renta, durante el plazo de 5 años, las micro, pequeñas y medianas empresas, tendrán derecho a la deducción del 100% adicional de los gastos incurridos en rubros de capacitación, promoción y mejora de la productividad y desarrollo empresarial”.

En el ambiente político mediante estas acciones se pretende incentivar el mercado nacional para la reactivación económica del país.

Según la Ley de Fomento de Producción, se eliminará la deuda de pequeñas y medianas empresas del sector público como medida para impulsar la economía y la producción. Además, como incentivo para la inversión, se exonerará el Impuesto a la Renta (IR) de 10 a 12 años para empresas de distintos sectores económicos que invierten y producen en el interior del país.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1 Design Thinking

En presente capítulo se llevará a cabo una investigación de los factores que intervienen en el entorno externo e interno del negocio, donde se detallará el desenvolvimiento del negocio en medio de estos factores.

Para el diagnóstico de la situación actual del negocio se llevó a cabo una entrevista con el dueño de la microempresa para identificar el entorno interno de manera general y específica.

En la entrevista se manifestó que existe una cantidad muy variada de clientes con respecto a montos de compra o frecuencia de compra así que se decidió hacer una segmentación de clientes, actualmente no se cuenta con una base de datos de clientes por lo que se recopiló información del registro de facturas emitidas, usando dicha herramienta se extrajeron los datos de los nombres y valores facturados por cada cliente el periodo 2018, obteniendo los siguientes resultados.

Segmentación de clientes

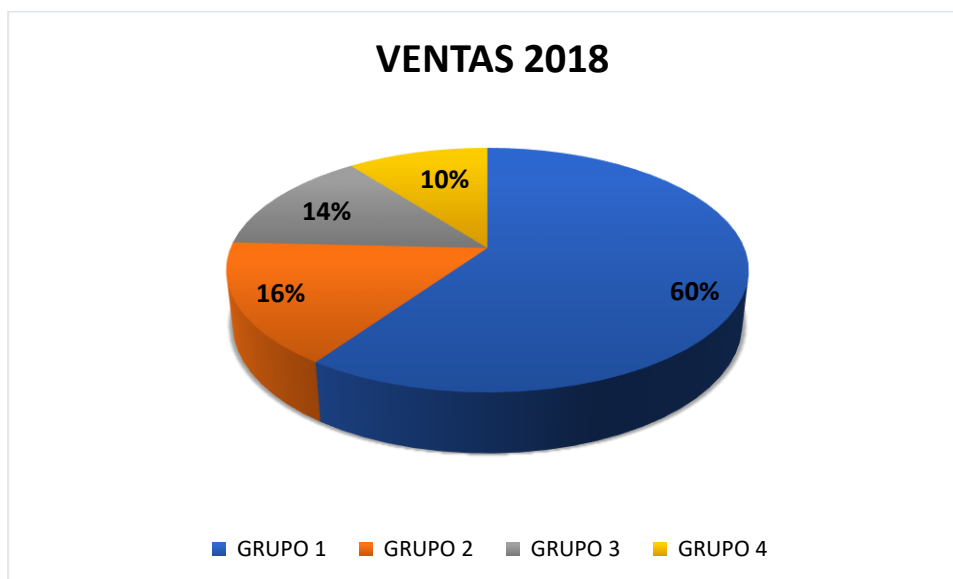


Figura 2.1 Segmentación de clientes año 2018

Fuente: Autores

Para el año 2018 se tuvo un total de 34 clientes diferentes, mismos que se los decidió agrupar acorde al volumen de compra, así obtenemos el Grupo 1, formado por 4

empresas que pertenecen al mismo consorcio abarcando el 60% del total de ventas del año, lo que significa que son un cliente de suma importancia para la generación de ingresos y hay que ponerle especial interés para no desestabilizar la economía de la empresa.

El grupo 2 lo conforman cuatro empresas que actúan de manera independiente, son clientes habituales con compras entre \$2500 y \$6500 en el año 2018, conformando el 16% de los ingresos totales del periodo.

El grupo 3 está formado por una sola compañía, misma que generó el 14% de ingresos al negocio y junto al grupo 1 hay que tener especial cuidado con modelo de trabajo que se tiene, y por último y no menos importante está el grupo 4 que equivale al 10% de los ingresos y está formado por un total de 26 clientes quienes participan de manera ocasional con facturas desde \$35 hasta \$2000 generando en promedio 2 facturas al año.

2.2 Análisis del Entorno

Para la comprensión del entorno en el que se encuentra la empresa se realizó un análisis PEST descrito a continuación:

Análisis Político

En la actual presidencia se sigue incentivando al desarrollo de negocios emprendedores y busca que la matriz productiva se siga transformando y avanzando en busca de un progreso para el país, mediante reducción de aranceles y creación de actividades tecnológicas que fomenten el desarrollo empresarial.

Análisis Económico

El país actualmente se encuentra en una situación económica poco alentadora, ocasionando que los incentivos económicos sean bajos en la actualidad. El gobierno actual busca de alguna forma mejorar la situación, por lo que ha realizado medidas para optimizar el estado ecuatoriano.

Sin embargo, según boletín del INEC en el año 2015 titulado “Empresas y TIC” con un marco muestral de 3245 empresas a nivel nacional con 5 o más personas ocupadas, se evidencia que el 66.7% de ellas realizan inversión en TIC. Situación que es bien vista

por aquellas empresas que se dedican a la venta o instalación de tecnología ya que es un mercado grande del que se pueden obtener buenos resultados si se aprovechan las oportunidades.

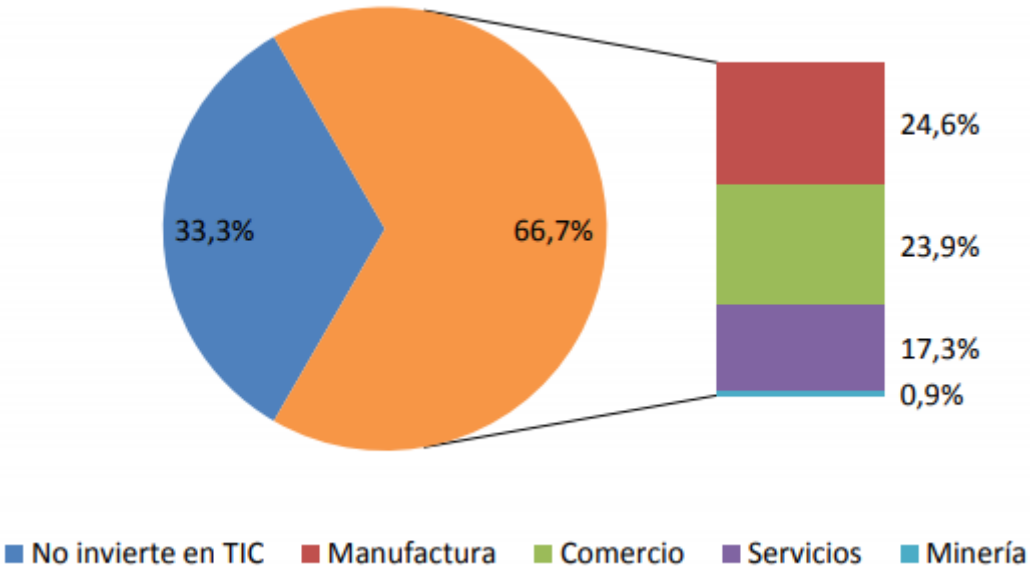


Figura 2.2 Porcentaje de empresas que realizan inversión en TIC, según sector económico

Fuente: INEC

Análisis Social

Según el Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones, el gobierno busca que la sociedad ecuatoriana sea más tecnológica, por esta razón realiza la implementación de plataformas tecnológicas de conectividad alta y busca cubrir a todos los servicios públicos.

Las empresas están conectadas permanentemente con el mundo y saben que deben manejar la información cuidadosamente, por lo que se necesita estar preparado y utilizar sistemas de red que permitan un buen uso de los datos y generen una ventaja competitiva.

Análisis Tecnológico

La idea del proyecto es buscar que las empresas cuenten con la transmisión de información de manera eficiente y rápido, mediante la implementación de un diseño de cableado estructurado que facilite los procesos para un mejor desarrollo empresarial.

Se busca que las redes se abastezcan de parte directa mediante los puntos de red, y así evitar procesos lentos y desactualizaciones de información por falta de conectividad. Los cambios tecnológicos se presentan constantemente y la empresa se verá preparada para no quedarse estancada y efectuar el trabajo de manera estratégica y eficaz.

2.3 Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Atención personalizada a cada cliente.	Nula inversión en publicidad y marketing.
Atención a domicilio en horarios flexibles.	Falta de capacitación al personal.
Precios más bajos con respecto a empresas con locales comerciales.	No se aceptan pagos con tarjetas de crédito.
Experiencia y conocimiento.	No todos los clientes son atendidos de manera inmediata.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Creciente demanda nacional de productos tecnológicos.	Cantidad alta de competidores.
Capacidad de crédito con grandes proveedores nacionales.	Fuertes inversiones en publicidad de empresas dedicadas a similar actividad.
Incentivos gubernamentales para creación de nuevas empresas.	Mejores posibilidades de financiación por los competidores.
El mercado objetivo es amplio.	Poder de negociación de los clientes.

Figura 2.3 Matriz FODA
Fuente: Autores

2.4 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Poder de negociación de los clientes

Los clientes tienen gran poder de negociación debido a factores como la gran cantidad de competencia en el ámbito formal e informal, por lo que éstos tienen la oportunidad de comparar precios y utilidad.

De igual manera al no encontrar satisfacción en algún ámbito, ellos pueden decidir por optar a la competencia.

Por otra parte, los clientes no cuentan con la opción de pagar con tarjetas de crédito así que se ven limitados a realizar pagos en efectivo y en caso de desear crédito, dependiendo del monto y a criterio personal se hace un acuerdo de palabra de hasta máximo 6 meses.

Rivalidad entre las empresas

Dentro de este tipo de mercados las empresas ofrecen constantemente grandes y variados catálogos de productos actualizados con amplios tiempos de garantía y atractivos métodos de pago buscando aumentar la captación de clientes.

Amenaza de nuevos entrantes

Actualmente las barreras de entrada para este mercado son bajas debido a que las empresas importadoras y mayoristas se comunican constantemente con los pequeños y medianos distribuidores mediante vía telefónica o correo electrónico ofertando las recientes promociones o novedades acerca de sus productos.

En el ámbito del mantenimiento o reparación de los equipos informáticos la amenaza también es alta debido a que, en esta área al ser un trabajo totalmente práctico, se puede realizar la adquisición de conocimiento y práctica mediante capacitaciones destinadas a este tipo de trabajo.

Poder de negociación de los proveedores

Los grandes competidores adquieren sus productos desde fuentes extranjeras, dado esto son ellos mismos quienes hacen el papel de proveedores para los menores competidores, así que el poder de negociación de los proveedores es bastante elevado. Debido a esto los grandes competidores son quienes tienen el control de la oferta y el precio base de los productos.

Amenaza de productos sustitutos

Referente al área que involucra la tecnología y la informática son solamente los lanzamientos de nuevos productos que sustituyen a los anteriores ya que se diferencian entre sí de la alta tecnología con la que fueron fabricados y es por esto por lo que es considerablemente baja la amenaza de productos sustitutos.

2.5 Análisis Financiero

Al ser una persona natural no obligada para llevar contabilidad, no existen estados financieros con propósito a control; no obstante, sí existe información histórica referente a la declaración de impuestos fuente IVA y renta, así como de estados de cuentas bancarias, cuentas por pagar y cuentas por cobrar, misma información que se utilizó para la creación de un resumen de estados financieros de los periodos 2016, 2017 & 2018.

Tabla 2.1 Análisis vertical del balance general histórico (2016 – 2018)

	2016	2017	2018
Activo			
Activo circulante	60%	64%	33%
Efectivo	2%	7%	6%
Cuentas por cobrar	3%	13%	6%
Inventario	12%	20%	10%
Crédito tributario Fuente IVA	43%	54%	65%
Activo no circulante	40%	36%	67%
Mobiliarios y equipos de oficina	8%	13%	8%
Equipos de computación	6%	8%	5%
Vehículo	26%	16%	54%
Total de Activo	100%	100%	100%
Pasivo			
Pasivo circulante	67%	32%	12%
Cuentas por pagar a corto plazo	59%	29%	11%
Proveedores	9%	3%	0%
Pasivo no circulante			
Cuentas por pagar a largo plazo	16%	47%	48%
Total pasivos	83%	80%	60%
Patrimonio			
Utilidad del ejercicio	8%	16%	34%
Utilidad retenida	9%	4%	7%
Total patrimonio	17%	20%	40%
Total pasivo + patrimonio	100%	100%	100%

Fuente: Autores

Tabla 2.2 Análisis horizontal del balance general histórico (2016 – 2018)

	2016	2017	2018		
Activo	AÑO BASE				
Activo circulante	100%	231%	\$ 4.571,11	296%	\$ 6.827,37
Efectivo	100%	719%	\$ 735,97	1473%	\$ 1.633,29
Cuentas por cobrar	100%	941%	\$ 1.430,00	1059%	\$ 1.630,00
Inventario	100%	357%	\$ 1.800,00	429%	\$ 2.300,00
Crédito tributario Fuente IVA	100%	124%	\$ 605,14	151%	\$ 1.264,08
Activo no circulante	100%	200%	\$ 2.300,00	913%	\$ 18.700,00
Mobiliarios y equipos de oficina	100%	356%	\$ 1.150,00	556%	\$ 2.050,00
Equipos de computación	100%	286%	\$ 650,00	429%	\$ 1.150,00
Vehículo	100%	133%	\$ 500,00	1133%	\$ 15.500,00
Total de Activo	100%	219%	\$ 6.871,11	541%	\$ 25.527,37
Pasivo					
Pasivo circulante	100%	105%	\$ 200,00	94%	\$ (226,46)
Cuentas por pagar a corto plazo	100%	109%	\$ 300,00	104%	\$ 123,54
Proveedores	100%	80%	\$ (100,00)	30%	\$ (350,00)
Pasivo no circulante					
Cuentas por pagar a largo plazo	100%	668%	\$ 5.112,50	1665%	\$ 14.088,75
Total pasivos	100%	211%	\$ 5.312,50	389%	\$ 13.862,29
Patrimonio					
Utilidad del ejercicio	100%	420%	\$ 1.568,44	2162%	\$ 10.106,47
Utilidad retenida	100%	98%	\$ (9,83)	412%	\$ 1.558,61
Total patrimonio	100%	257%	\$ 1.558,61	1278%	\$ 11.665,08
Total pasivo + patrimonio	100%	219%	\$ 6.871,11	541%	\$ 25.527,37

Fuente: Autores

Del análisis vertical al balance general histórico podemos concluir que en el año 2016 la suma de las cuentas por cobrar y el efectivo fue mucho menor a los pasivos circulantes por lo que se deduce que se debieron tener problemas para atender los pagos a corto plazo, situación que fue mejorando de manera empírica para los periodos siguientes donde para el año 2018 dicho resultado fue igual al total de pasivo circulante.

Para el año 2018 el total del activo circulante es mayor y cerca del triple al pasivo circulante para el año 2018, lo que garantiza la existencia de liquidez en el flujo del negocio; en cuanto al patrimonio el negocio se ha ido incrementando sustancialmente ya que en los periodos 2016 y 2017 estaba excesivamente endeudado y al finalizar el año 2018 se encontró con un capital correspondiente al 40% de los activos.

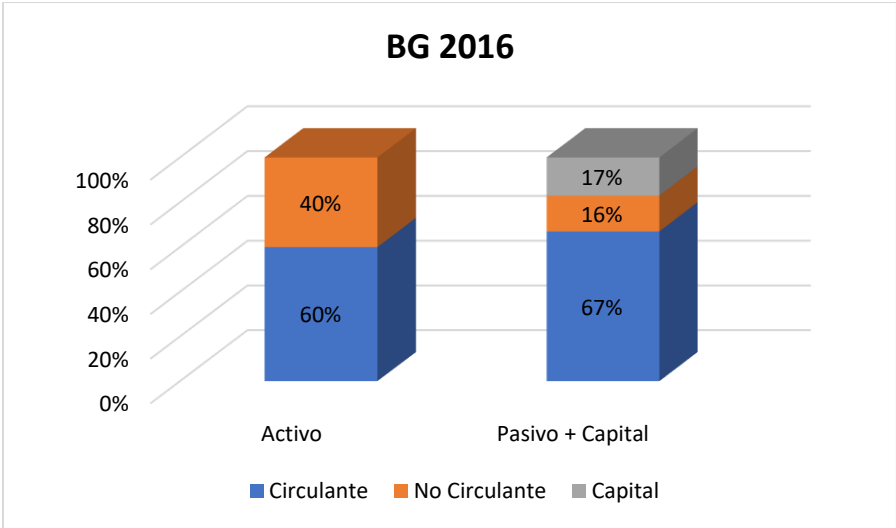


Figura 2.4 Balance General año 2016

Fuente: Autores

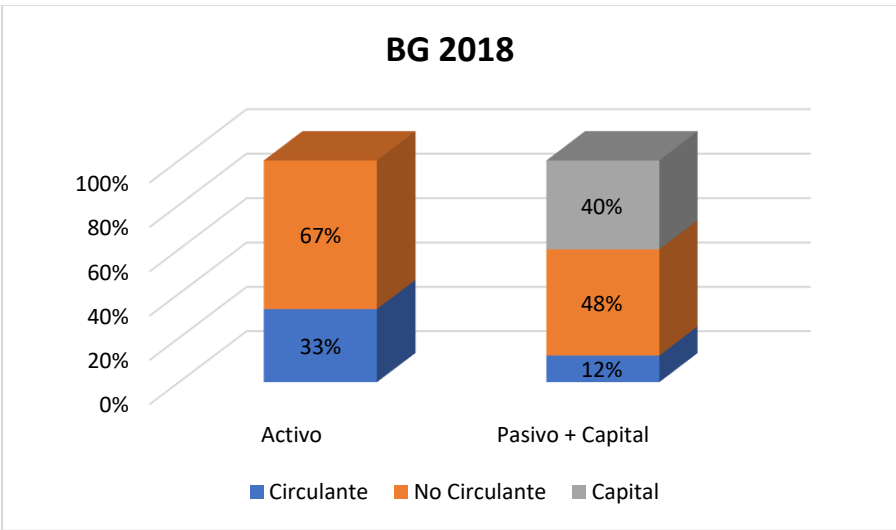


Figura 2.5 Balance General año 2018

Fuente: Autores

Del análisis horizontal al balance general histórico podemos apreciar como las actividades del negocio han aumentado de manera significativa sobre todo en el periodo 2018 donde las cuentas que aumentaron en mayor proporción fueron las de Efectivo, Cuentas por cobrar, Vehículos y los pasivos no circulantes debido a que se realizó un préstamo a largo plazo para la adquisición de un vehículo que reúna las condiciones para poder movilizarse fuera de la provincia debido a que un cliente importante decidió abrir nuevas sucursales y no se contaba con el medio de transporte adecuado, los resultados se reflejaron de manera inmediata consiguiendo el aumento significativo en las cuentas de efectivo y la utilidad neta del periodo.

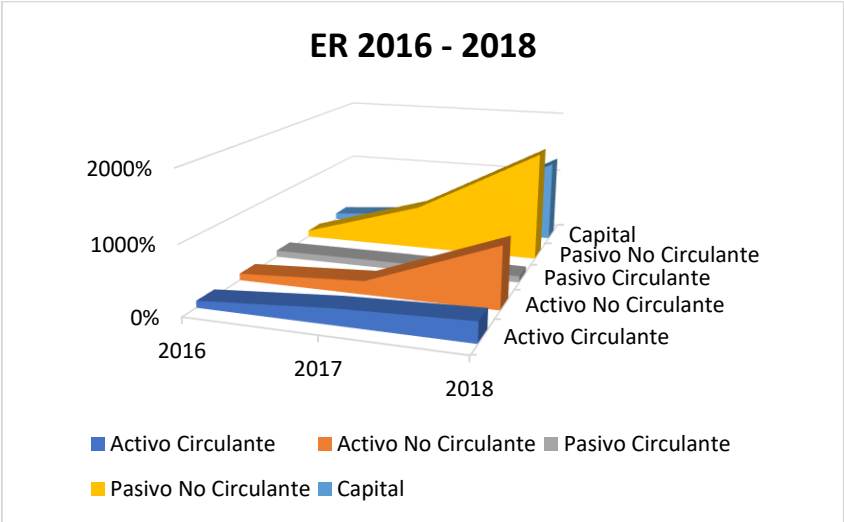


Figura 2.6 Estado de Resultados (2016 – 2018)

Fuente: Autores

Tabla 2.3 Análisis Vertical del Estado de Resultado Histórico (2016 - 2018)

	2016		2017		2018	
	USD	%	USD	%	USD	%
Ingresos						
Ventas	\$ 36,316.97	100%	\$ 71,013.33	100%	\$ 117,422.07	100%
Costo de ventas	\$ 25,178.14	69%	\$ 48,363.72	68%	\$ 77,722.90	66%
Utilidad bruta	\$ 11,138.83	31%	\$ 22,649.61	32%	\$ 39,699.17	34%
Gastos						
Sueldos	\$ 5,300.00	15%	\$ 13,962.27	20%	\$ 17,898.99	15%
Servicios básicos	\$ 600.00	2%	\$ 600.00	1%	\$ 600.00	1%
Pago de préstamos	\$ 1,800.00	5%	\$ 1,800.00	3%	\$ 2,800.00	2%
Otros gastos	\$ 3,340.00	9%	\$ 3,740.00	5%	\$ 2,780.00	2%
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 98.83	0%	\$ 2,547.34	4%	\$ 15,620.18	13%
Impuesto a la renta causado	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ 1,640.53	1%
(-)Retenciones en la fuente recibidos	\$ (271.34)		\$ (795.27)	-1%	\$ (1,316.99)	-1%
Total Impuestos	\$ (271.34)	-1%	\$ (795.27)	-1%	\$ 323.54	0%
Utilidad Neta	\$ 370.17	1%	\$ 3,342.61	5%	\$ 15,296.64	13%

Fuente: Autores

Tabla 2.4 Análisis Horizontal del Estado de Resultado Histórico (2016 - 2018)

	2016	2017	2018		
Ingresos	AÑO BASE	%	USD	%	USD
Ventas	1	96%	\$ 34,696.36	223%	\$ 81,105.10
Costo de ventas	1	92%	\$ 23,185.58	209%	\$ 52,544.76
Utilidad bruta	1	103%	\$ 11,510.78	256%	\$ 28,560.34
Gastos					
Sueldos	1	189%	\$ 10,042.27	298%	\$ 15,798.99
Servicios básicos	1	4%	\$ 24.00	11%	\$ 60.00
Pago de préstamos	1	0%	\$ -	56%	\$ 1,000.00
Otros gastos	1	12%	\$ 400.00	30%	\$ 1,000.00
Utilidad Antes de Impuestos	1	477%	\$ 1,044.51	4890%	\$ 10,701.35
Impuesto a la renta causado	1	0%	\$ -	1641%	\$ 1,640.53
(-)Retenciones en la fuente recibidos	1	193%	\$ (523.93)	385%	\$ (1,045.65)
Total Impuestos	1	193%	\$ (523.93)	-219%	\$ 594.88
Utilidad Neta	1	320%	\$ 1,568.44	2062%	\$ 10,106.47

Fuente: Autores

Del análisis vertical al Estado de Resultado histórico se observa la reducción porcentual en ciertos rubros como son el costo de ventas, el pago de préstamos y otros gastos generando como resultado un incremento sustancial en la utilidad del ejercicio, del 1% en el periodo 2016 al 13% en el periodo 2018.

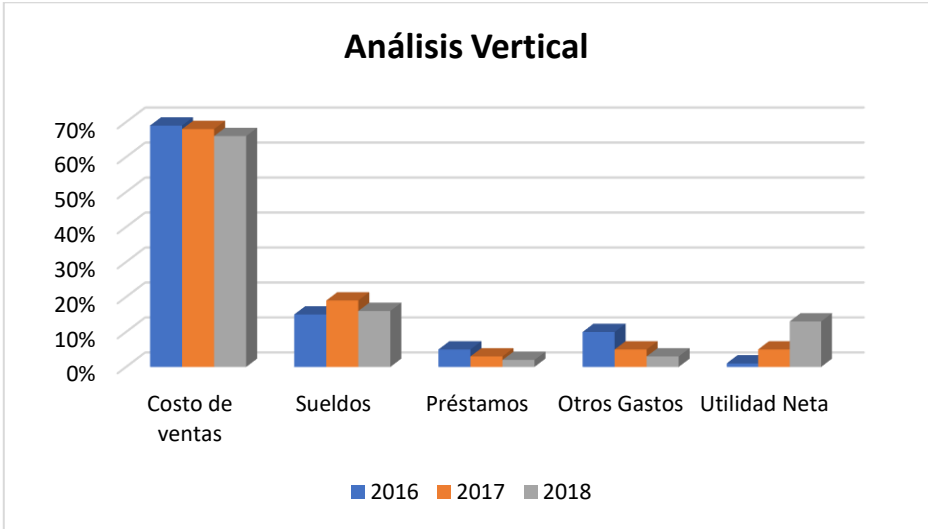


Figura 2.7 Análisis vertical (2016 – 2018)

Fuente: Autores

Del análisis horizontal al estado de resultado histórico se observa que el cambio porcentual en los ingresos influyó de manera significativa en la utilidad del ejercicio aún considerando el aumento en las otras cuentas como sueldos y los pagos en el impuesto a la renta.



Figura 2.8 Estado de Resultados (2016 – 2018)

Fuente: Autores

2.6 Análisis de Ratios Financieros

Con los valores correspondientes a cada cuenta de los estados financieros, podemos calcular las razones financieras detalladas en la siguiente tabla:

Tabla 2.5 Ratios Financieros

RAZONES FINANCIERAS				
		2016	2017	2018
Razones de Liquidez	Razón Circulante	0,89	1,97	1,78
	Razón de Efectivo	0,03	0,21	0,48
Razones de Endeudamiento	Razón de Deuda Total	0,83	0,80	0,60
Razones de Rendimiento	ROA	0,08	0,16	0,34
	ROE	0,50	0,81	0,84

Los resultados expresados en la tabla 2.5 demuestran que existe una variación de la razón circulante. Primero positiva cuando en el año 2016 sólo podía cubrir el 89% de su pasivo circulante, dando un buen paso al siguiente año donde cubría más del 100%. Y segundo, donde la variación positiva disminuyó a 1,78 en el año 2018.

El negocio ha ido aumentando la capacidad de cubrir los pagos a corto plazo, sin embargo, al encontrarse sus valores menores a 1, quiere decir que no son suficientes. Por lo que se recomienda mejorar el sistema de cobros de deudas que tiene con los clientes o si desea optar por una nueva medida que sería las aportaciones de socios, en sentido de la creación de la empresa.

Con respecto a las razones de endeudamiento, el valor ha aumentado debido a que se han realizado préstamos para cubrir las nuevas oportunidades de trabajo que se presentaron en los últimos años gracias al contrato con un cliente fijo. Según los indicadores, el negocio emplea entre 0,60 y 0,80 de dólar de deuda por cada dólar de activo.

Finalmente, en torno a los indicadores de rentabilidad, podemos inicialmente observar el rendimiento sobre activos (ROA), el cual ha aumentado considerablemente con el pasar de los años, demostrando que el Ingeniero ha usado de manera eficaz los recursos de la empresa. De igual manera, el rendimiento sobre capital (ROE), ha presentado variaciones positivas, siendo un atractivo para los accionistas ya que se demuestra la

utilidad neta disponible para los accionistas comunes. Es decir, los inversionistas pueden optar 84 dólares por cada dólar invertido.

2.7 Planeación Estratégica

Diagnóstico

Los servicios técnicos actualmente se realizan principalmente en la ciudad de Guayaquil, sin embargo, por el buen trabajo ofrecido y excelentes resultados, se ha ido expandiendo a los exteriores como son las ciudades de Durán, Daule y otras ciudades del país según los establezca el contrato.

Para la ejecución del trabajo solicitado por las empresas, el Ing. Luis Cueva trabaja en conjunto de ciertos trabajadores que son contratados según la situación por la prestación de sus servicios. De igual manera se realiza la contratación de los servicios de una contadora, encargada de llevar correctamente el control del pago de los impuestos gravados de los servicios prestados.

Misión

LC TECHNOLOGY es una empresa guayaquileña que busca satisfacer las necesidades tecnológicas y de comunicación de las empresas y hogares mediante el diseño e instalación de redes de cableado estructurado de voz y datos, mantenimiento de equipos tecnológicos e instalación de sistemas de seguridad. Todos nuestros servicios están garantizados con experiencia y calidad, con el deseo de beneficiar a nuestros clientes.

Visión

LC TECHNOLOGY tiene como compromiso llegar a ser una empresa líder e innovadora, reconocida a nivel nacional por el servicio de cableado estructurado, mantenimiento y venta de equipos tecnológicos e instalación de sistemas de seguridad.

Valores Corporativos

La empresa al buscar ser reconocida en el mercado debe manejar buenos ejemplos, fortaleciendo las relaciones que se sujeten en el ámbito laboral. Por lo que se detallan los valores destacados:

- Honestidad
- Ética
- Respeto
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Disposición al cambio

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

3.1 Plan de Mercadeo

3.1.1 Análisis de Mercado

Para obtener una cercanía de información real al mercado, se realizó la siguiente investigación para determinar los aspectos más considerados por las empresas en torno a la competencia.

- **Determinación de la población meta**

Se realizó una encuesta dedicada a trabajadores de medianas y grandes empresas de la ciudad de Guayaquil, con el fin de recopilar información necesaria para el análisis de la competencia y diseñar las estrategias a implementar.

- **Determinación del marco muestral**

Según las estadísticas del INEC, en el Ecuador existen 884.236 empresas, de las cuales el 0,93% son empresas medianas de tipo A, 0,62% son empresas medianas de tipo B y el 0,46% son empresas grandes según el tamaño. Según los datos del Directorio de empresas y establecimientos, existen 18.727 empresas que cuentan con servicios administrativos en el país, y en cuanto a la información del boletín comercial del INEC del año 2017, Guayas representa el 18,77% del total de las empresas del Ecuador. Por lo que el número de la población meta será 88 empresas, tomando en cuenta las tres categorías según su tamaño.

- **Selección técnica de muestreo**

Se escogió la técnica de muestro no probabilístico por conveniencia, en el cual no se seleccionará la muestra al azar.

- **Determinación del tamaño de la muestra**

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

En donde:

N = Total de la población

Z = Nivel de confianza (95%)

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

E = Error máximo permitido (5%)

Por lo que el número de la población meta será 88 empresas, tomando en cuenta las tres categorías según su tamaño.

3.2 Análisis de las encuestas

Pregunta 1.

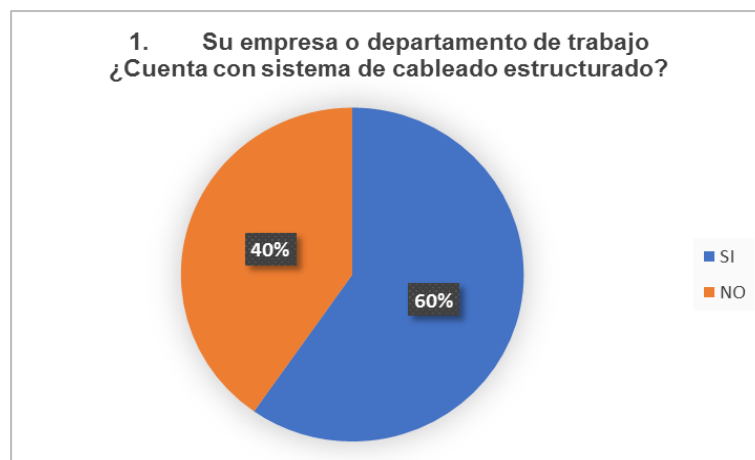


Figura 3.1 Pregunta 1

Fuente: Autores

Del total de empresas encuestadas, el 60% respondieron que sí cuentan con un sistema de cableado estructurado instalado dentro de su lugar de trabajo. Mientras que el 40% restante respondieron que no. Si bien es cierto, la encuesta luego estaba dirigida para los que respondieron que sí, el 40% es un valor que nos interesa a la empresa debido es que a ese porcentaje debemos llegar a intentar brindar nuestros servicios desde un principio.

Pregunta 2.

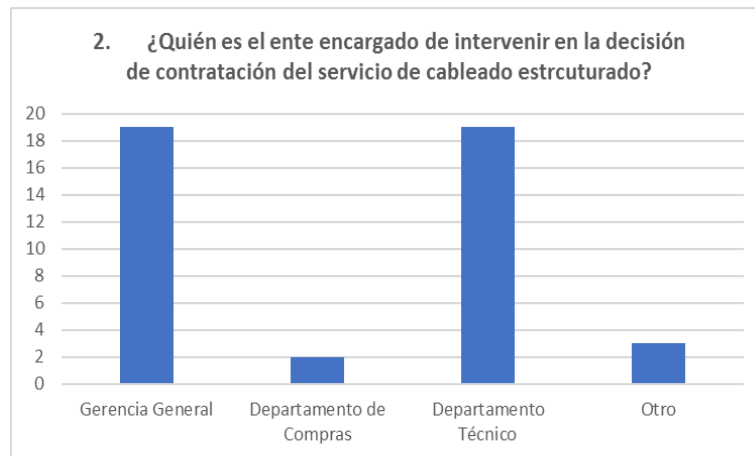


Figura 3.2 Pregunta 2

Fuente: Autores

De acuerdo a esta pregunta, nos indicaron los que, si contaban un sistema de cableado estructurado en sus oficinas, que la mayoría de las veces, las situaciones con respecto a la tecnología la evalúan los técnicos del trabajo. Pero que ellos diagnostican y luego le comentan al jefe o gerente de la empresa, para tomar la decisión de contratar o no un servicio relacionado a la situación que se presente.

Pregunta 3.

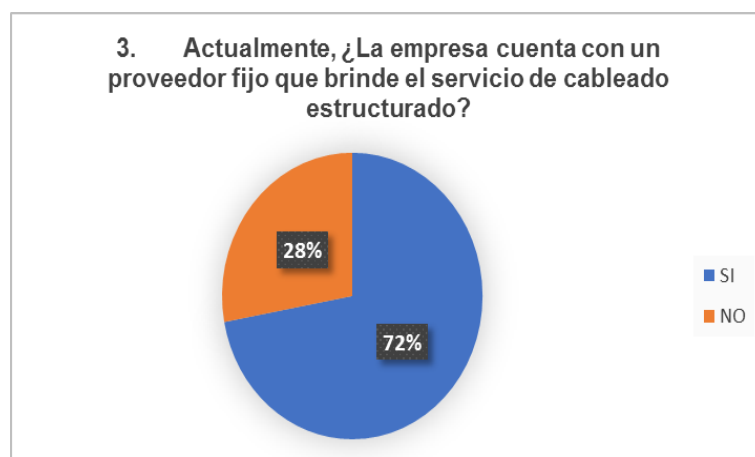


Figura 3.3 Pregunta 3

Fuente: Autores

El 72% de las empresas ya cuenta con un proveedor fijo que le brinde el servicio técnico, además cuentan con los integrantes del departamento técnico que se encargan de estos trabajos. EL 28% restante, realiza contratos para los proyectos, y cada vez que necesiten una ayuda contratan al proveedor.

Pregunta 4.

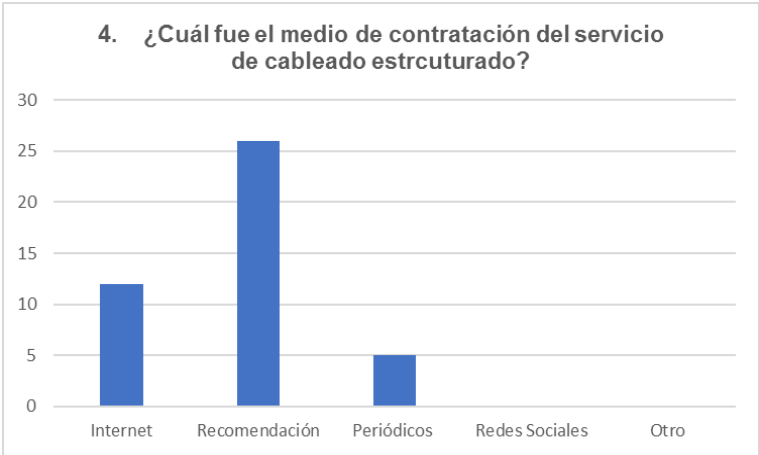


Figura 3.4 Pregunta 4

Fuente: Autores

Los resultados de la pregunta número 4, nos demuestran que la recomendación es el mejor medio de difusión de un buen servicio. Tal como nos ha pasado a nosotros, por brindar un buen servicio hemos ganado gran acogida por medio de las recomendaciones. Sin embargo, no hay que descuidar los otros medios, que están relacionados al ámbito del internet y los periódicos, por lo que se podría aplicar como estrategia sería buscar clientes por medios de anuncios publicitarios en medios masivos.

Pregunta 5.

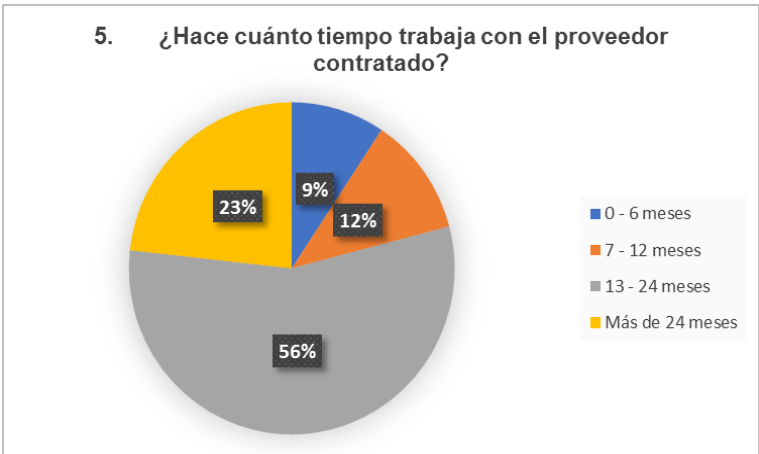


Figura 3.5 Pregunta 5

Fuente: Autores

La pregunta 5, nos da una pequeña noción de cómo podemos otorgar los contratos a firmar con las empresas, ya que la mayoría lo hacen por al menos 2 años. Siendo un tiempo bastante importante, que aseguraría el servicio a brindar.

Pregunta 6.

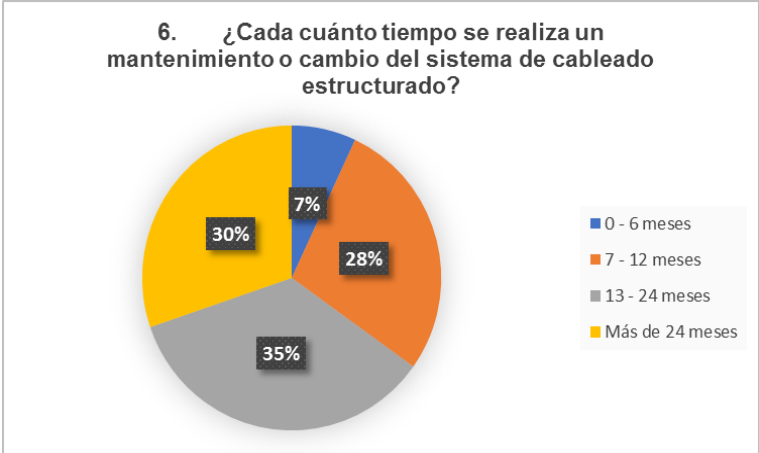


Figura 3.6 Pregunta 6

Fuente: Autores

La garantía y el servicio post venta es un factor importante para que las empresas te vuelvan a llamar. Según los resultados de la pregunta 6, el tiempo que realizan un mantenimiento o cambio del sistema está entre 1 a 3 años. Además, otro factor a considerar en base a esta pregunta es la calidad de los materiales que se utilicen para implementar el sistema, que no sufran daños tempranos y realicen un buen funcionamiento.

Pregunta 7.

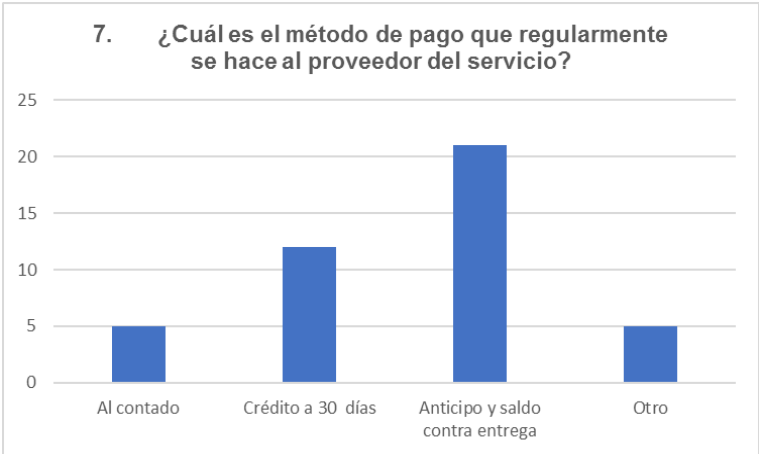


Figura 3.7 Pregunta 7

Fuente: Autores

El método preferido por las empresas encuestadas es el de anticipo y salgo contra entrega, seguido por el crédito por 30 días. Estas dos opciones deben estar dentro de nuestras prioridades para realizar las negociaciones con los clientes.

Pregunta 8.

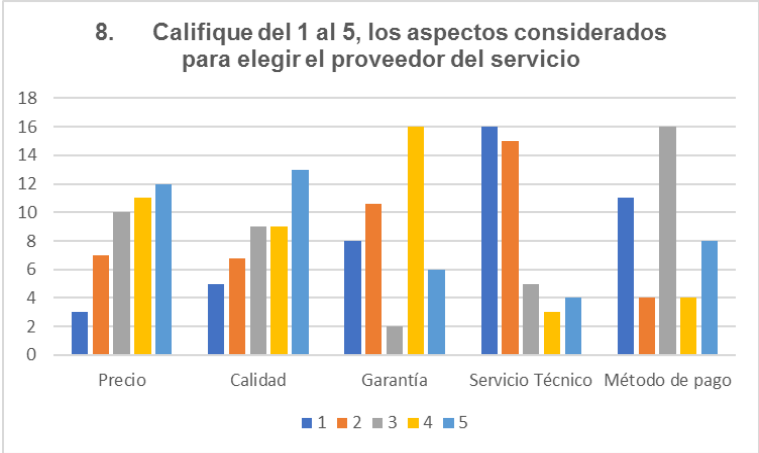


Figura 3.8 Pregunta 8

Fuente: Autores

Con respecto a la pregunta número 8, podemos notar que el factor que las empresas consideran más importante está entre el precio y la calidad del servicio. Dicha combinación debe ser una clave para el éxito de la empresa. Sin dejar a un lado la garantía que está relacionada con la calidad del servicio.

Pregunta 9.

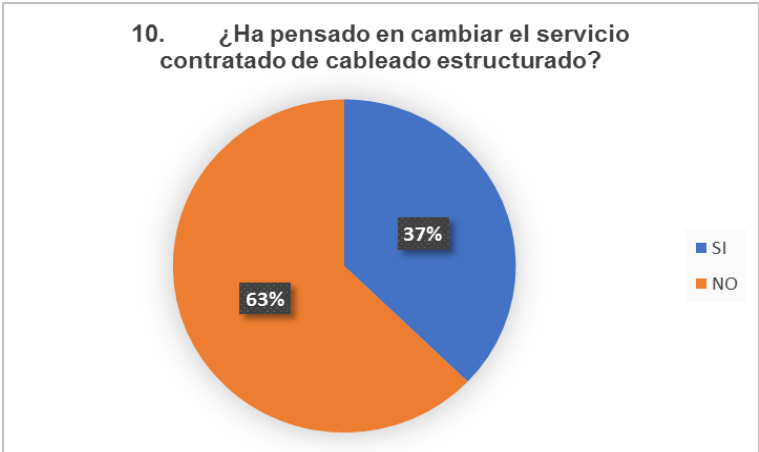


Figura 3.9 Pregunta 9

Fuente: Autores

El 63% de las empresas encuestadas que cuenta con un sistema de cableado en sus lugares de trabajo, al parecer se encuentran satisfechos con el servicio recibido debido a que no piensan en cambiar el proveedor. No obstante, el porcentaje restante del 37%, si han pensado en el cambio. Por lo que existe un indicador de oportunidad para la

empresa, que pueda intervenir como principal sustituto ante los proveedores que los piensan cambiar.

Luego de interpretar cada una de las respuestas, aclaramos ciertos puntos que podrían ser un soporte para implementar estrategias que permitan ganar un buen posicionamiento en el mercado no solo guayaquileño sino intentar llegar a las demás ciudades del país y a su vez consolidar el crecimiento de las ventas.

3.3 Marketing Mix

Producto

La cartera de productos que ofrece el negocio es muy variada:

- Cámaras de video vigilancia
- Sistemas monitoreados de alarma
- Circuito cerrado de televisión (CCTV)
- UPS y Reguladores de voltaje
- Digital video recorder (DVR)
- Puntos de red
- Computadoras y periféricos
- Laptops

Cabe destacar que el valor agregado que ofrece el negocio como factor diferenciador no consiste en la venta de los productos mencionados anteriormente, sino en las características que tiene el servicio que ofrece al realizar la compra de los equipos.

Los servicios ofrecidos son los siguientes:

- Venta
- Arquitectura
- Instalación
- Soporte
- Servicio postventa

Servicio

La descripción del servicio ofrecido se basa en la atención personalizada a cada cliente, garantizando siempre el profesionalismo involucrado en cada trabajo.

La comunicación es directa entre el cliente y el dueño del negocio, el cliente hace una descripción de su problema, necesidad o requerimiento y el experto le informa lo que necesita para dar solución a su pedido, dependiendo el tipo de descripción que del cliente en la mayoría de los casos es necesaria una inspección para dar una información más certera. Después del diagnóstico el experto detalla lo que se necesita hacer y se le pide una dirección de correo electrónica para el envío de una cotización que detalle los servicios, tiempos y precios ofrecidos, así como el método de pago y luego se espera la respuesta del cliente en caso de que este desee la realización del trabajo.

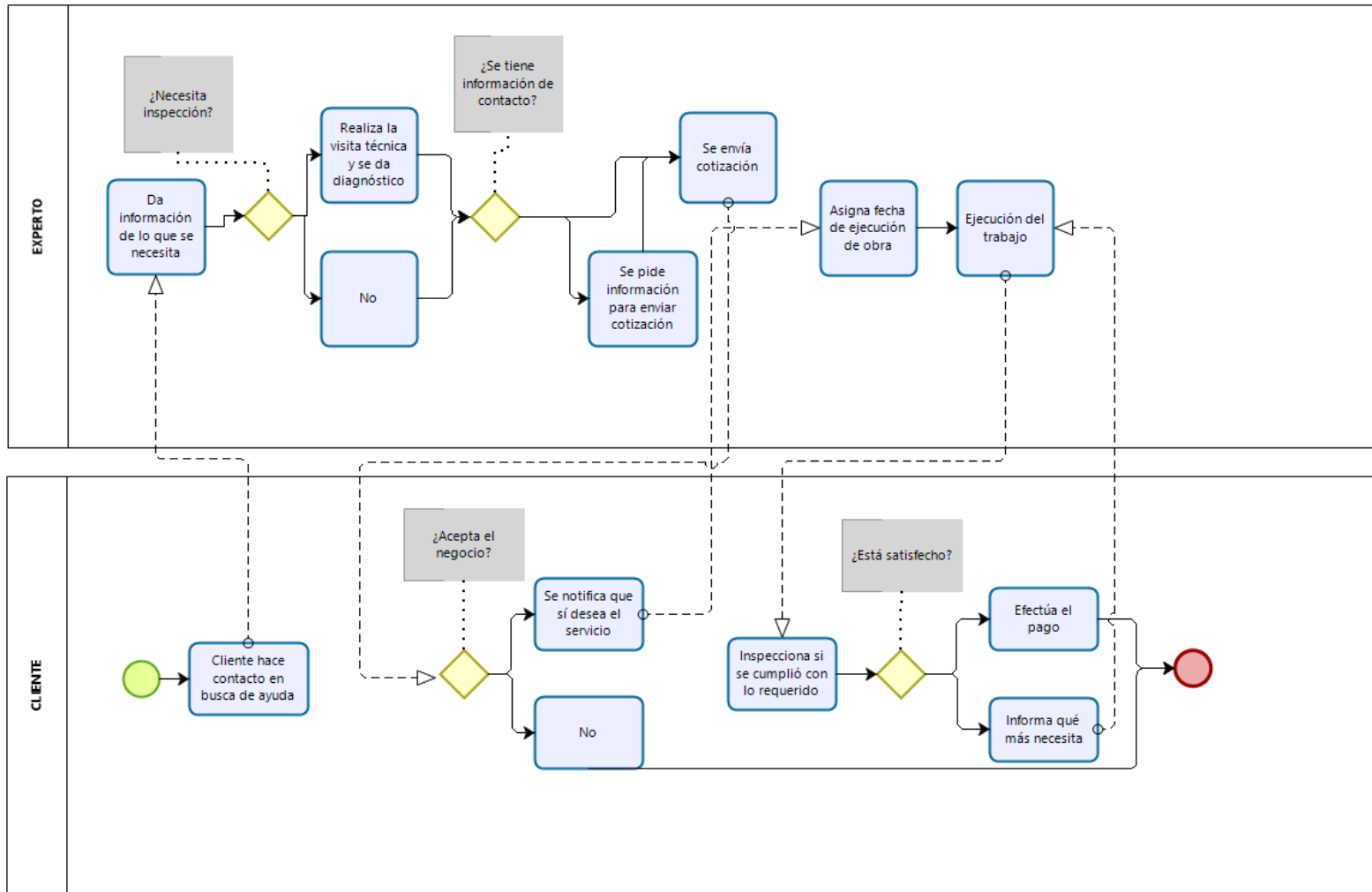


Figura 3.10 Esquema del proceso de contratación

Fuente: Autores

Precio

La estrategia de precios se basa en el tipo de servicio solicitado, el tipo de cliente que lo requiere y el método de pago deseado, en el caso de que sea solamente la venta de algún equipo el precio que se proporciona oscila entre el 10% y 20% del costo del producto, en el precio fijado se incluye la transportación de la mercancía hacia el destino de preferencia, siempre y cuando sea dentro de la ciudad de Guayaquil.

Para el caso de la necesidad de cableado estructurado, como instalación de puntos de red o de cámaras de videovigilancia, primero es importante realizar la inspección para garantizar la obtención completa de información como el alcance de la obra, el diagnóstico de la situación actual, se tiene en cuenta que cada caso es particular y por ello los precios que se establecen van detallados claramente en cada cotización.

Plaza

Debido a que el negocio se dedica a actividades de venta de productos, mantenimiento e instalación de redes; las modalidades para que el cliente reciba su producto o servicio son diferentes para cada caso.

Para la venta de productos, se hace la entrega en el domicilio del cliente o el establecimiento de la empresa y en caso de ser necesario se procede a la instalación de los equipos.

Para el mantenimiento o reparación se visitan las instalaciones del cliente para el respectivo diagnóstico y se procede a realizar el trabajo, en el caso de que sea necesario como el caso de que se necesite un tiempo mayor al disponible o se necesite otras herramientas o el lugar no sea apropiado se procede a retirar el equipo para ejecutar el servicio en las instalaciones de la empresa y después se devuelve el producto en pleno funcionamiento.

En el caso de la instalación de redes por el tipo de trabajo no existe otra manera mas que en el sitio a instalar.

Promoción

Actualmente no se realiza ningún tipo de inversión para la promoción de los servicios ofrecidos por el negocio.

Una vez definido que los clientes con mayor participación son diferentes empresas, se planifica realizar publicaciones en revistas de negocios, diarios, el uso de medios páginas digitales tales como Mercado Libre y OLX con la finalidad de llegar al mercado meta.

3.4 Estrategias de Marketing

3.4.1 Estrategias basadas en la matriz FODA

Luego de analizar internamente a la empresa y definir cuáles son sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, se procesa a realizar una combinación de las variables detectadas que dan origen a estrategias que se pueden tomar en cuenta para realizar en un futuro y obtener resultados positivos por el empleo de las mismas.

La tabla muestra estrategias resultantes del análisis de la combinación de cada dos variables; es decir fortalezas con oportunidades (estrategia FO), fortalezas con amenazas (estrategias FA), debilidades con oportunidades (estrategias DO) y debilidades con amenazas (estrategias DA).

ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
Realizar publicaciones en medios de comunicación tecnológicos para crear valor de la marca.	Invertir en publicidad y marketing,
Participar en ferias tecnológicas.	Crear una base de datos con información de proveedores y clientes.
Realizar cotizaciones del servicio, para ganar a los clientes.	Inversión en una oficina para operar y dar atención al cliente.
ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
Obtener información del comportamiento de los competidores.	Mantener un inventario alto de materia prima, que den facilidades.
Ofrecer a los clientes un servicio con garantía.	Mejorar las formas de negociación con los proveedores.
Elaborar un proceso sistematizado de negociación con los clientes.	Realizar un sondeo de posibles clientes, según las necesidades.

Figura 3.11 Estrategia basada en Matriz FODA

Fuente: Autores

3.4.2 Estrategia de precio

Se pretende contar con precios justos que estén netamente relacionados con los resultados de los proyectos entregados. Lo ideal es cobrar de acuerdo con el proceso

del servicio que incluya el diagnóstico de la zona donde se va a realizar la implementación y el servicio post venta.

Por tal motivo, una vez realizada la llamada para la prestación del servicio, se debe tener en cuenta cual va a ser el alcance de la situación desde el comienzo para poder aplicar un servicio que se adapte y de igual manera un precio que cubra los costos proyectados en todas las actividades que se deban realizar.

Para realizar un mejor planteamiento de los precios con respecto a los materiales a utilizar, es recomendable utilizar la tabla de la construcción de la cámara de comercio de Guayaquil.

3.4.3 Estrategia de comunicación

Se busca por medio de la comunicación, que la empresa obtenga posicionamiento y obtenga una mejor participación en el mercado. Para obtener dichos resultados se pretende realizar actividades como:

- Participación en ferias que realiza la cámara de Comercio de Guayaquil.
- Realizar una base de datos de clientes potenciales y los que se busca potenciar.
- Impulsar la publicidad por medio de posts en redes sociales.
- Crear una página web que explique todos los servicios que se quieren ofrecer, y especifique los números de contacto para servicio al cliente.

Todas estas actividades tienen el propósito de incrementar la tendencia de que las empresas se vuelvan más tecnológicas y su forma de transmitir información sea por medio de redes.

3.4.4 Estrategia de nuevos clientes

Se pretende realizar informes que demuestren un control a la gestión realizada que ayuden a consolidar la base de datos que se quiere crear con los clientes nuevos. La Cámara de Comercio de Guayaquil será un soporte necesario para identificar clientes y las necesidades que se puedan solucionar.

Al crear un base de datos, no aseguramos que tengamos toda la información del mercado. Por tal motivo es indispensable recurrir a la estrategia de comunicación la cual será el nexo para relacionarnos con nuevos clientes.

La idea es que las estrategias interactúen entre sí, para obtener resultados a corto plazo y generen un excelente rendimiento por la aplicación del plan correctamente.

3.5 Proyección Financiera

Una acción importante para determinar la factibilidad de la constitución de la empresa es la proyección financiera a 5 años. Donde se evaluarán ciertos puntos que se plantearon de acuerdo a como se ha venido mostrando el desenvolvimiento del negocio, antes de constituirse como empresa. La proyección se realizará para el año 2024, y se tomarán en cuenta rubros ya utilizados y se añadirá el valor de inversión para la constitución formal.

La viabilidad del proyecto será evaluada por medio de dos variables financieras que son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Luego de obtener los valores, se realizará una comparación de los flujos de efectivo sin empresa y con los valores añadidos necesarios para la creación de la empresa y se evaluarán los resultados.

Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)

Esta tasa es utilizada en las proyecciones que se realizan para determinar la viabilidad de un proyecto, es decir se utiliza para obtener el VAN. Por lo que se realizó el cálculo de la tasa por medio del Modelo de Valoración de Activos Financieros (CAPM) que utiliza la ecuación mostrada:

Ecuación 3.1 Fórmula CAPM

$$r_e = r_f + \beta (r_m - r_f) + \sigma_{Ecuador}$$

Fuente: Autores

En donde:

r_e : TMAR

r_f : Tasa Libre de Riesgo

β : Beta de la empresa

r_m : Rendimiento del mercado

$\sigma_{Ecuador}$: Riesgo País

Tabla 3.1 Modelo CAPM

MODELO CAPM	
Tasa libre de riesgo	1,75%
Beta de la empresa	1,57%
Rendimiento del mercado	4,20%
Riesgo país	6,60%
TMAR	8,39%

Fuente: Autores

Una vez reemplazando los valores, y efectuando la ecuación se determinó que la tasa TMAR es de 8,39%.

Flujo de caja sin proyecto

Para el periodo 2020 se pronostica que los ingresos totales disminuyan considerablemente, debido a que el principal cliente empezará a reducir su tasa de crecimiento, provocando una reducción en los ingresos del 30% en un escenario pesimista. Esta situación se irá superando en años siguientes a un ritmo como se venía haciendo en años anteriores, creciendo a una tasa del 5% y 8%.

Los costos variables a lo largo de la historia del microempresario han representado el 60% de los ingresos totales. Los costos fijos involucran los sueldos. En la depreciación están incluidos valores como la pérdida de valor en vehículo y equipos de oficina.

Tabla 3.2 Indicadores del Proyecto sin proyecto

VARIABLES	RESULTADOS
VAN	\$5.630,63
TIR	27%
PAYBACK	4,90

Fuente: Autores

Flujo de caja con proyecto

Para el año 2020 como primer año de operaciones de la compañía con las inversiones en las estrategias para la búsqueda de nuevos clientes se pronostica como escenario que los ingresos totales sean equivalentes al 90% de los ingresos del año 2018, con un incremento del 5% para el periodo 2021 y 2022 y del 10% para los años 2023 y 2024.

Los costos variables se tomaron en cuenta partiendo del 59% respecto a los ingresos totales y con una reducción del 1% anual como lo ha venido haciendo el negocio según datos históricos. Los gastos administrativos oscilan alrededor del 2% del total de ingresos, los gastos administrativos incluyen los suministros de oficinas, servicios básicos y suscripciones. En los costos fijos está el gasto en salarios. Para la adecuación del espacio físico de oficina para las actividades del negocio se necesitará una inversión de \$6000 y se iniciará las actividades con un capital de trabajo de \$7000.

El pago del impuesto a la renta es de \$0 para los primeros tres periodos debido a la ley orgánica para la reactivación de la economía, fortalecimiento de la dolarización y modernización de la gestión financiera que exonera a las nuevas empresas de dichos pagos no obstante, los últimos dos periodos sí se calcula acorde al 25% de las utilidades netas.

Tabla 3.3 Indicadores del Proyecto con proyecto

VARIABLES	RESULTADOS
VAN	\$26.300,07
TIR	53%
PAYBACK	2,39

Fuente: Autores

3.6 Objetivos Smart

Para llevar un control oportuno del correcto desempeño de la organización se establecerán objetivos que son medibles y dentro de un plazo de tiempo determinado.

- Aumentar el número de clientes 10% en el año 2020
- Aumentar los ingresos por ventas 5% en los años 2021 y 2022.
- Aumentar los ingresos por ventas 10% en los años 2023 y 2024.

Para garantizar el correcto cumplimiento de los objetivos trazados se necesita que se verifique de manera trimestral el progreso de ellos comparando con el mismo trimestre del año anterior.

3.7 Gestión del Riesgo

Se elaborará una matriz de riesgos, para determinar los riesgos asociados al proyecto que nos ayude a visualizar y determinar cómo actuar ante los distintos tipos de eventos que pueden ocurrir a lo largo de los años.

Primero se determinará cual puede ser la probabilidad de que ocurran los eventos, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3.4 Probabilidad de Ocurrencia

PROBABILIDAD	PUNTUACIÓN	SIGNIFICADO
MUY BAJO	10	Ocurre muy rara vez
BAJO	20	Ocurre de vez en cuando
MEDIO	30	Ocurre a veces
ALTO	40	Ocurre normalmente
MUY ALTO	50	Ocurre con seguridad

Fuente: Autores

Segundo, se detalla el impacto que puede generar la ocurrencia de los eventos, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3.5 Impacto de los eventos

IMPACTO	PUNTUACIÓN	SIGNIFICADO
ALTO	30	El hecho puede generar una repercusión operacional y financiera muy elevada, ocasionando la pérdida total del proyecto.
MEDIO	20	El hecho puede generar una repercusión operacional y financiera a un corto plazo.
BAJO	10	El hecho no genera una repercusión operacional ni financiera en el proyecto.

Fuente: Autores

La interrelación de las dos variables, dan como resultado la matriz de riesgo. La cual se compone de la multiplicación de los valores de la probabilidad de ocurrencia con el impacto de los eventos.

Tabla 3.6 Matriz de Riesgos

INDICADORES		IMPACTO		
		ALTO (30)	MEDIO (20)	BAJO (10)
PROBABILIDAD	MUY ALTO (50)	1500	1000	500
	ALTO (40)	1200	800	400
	MEDIO (30)	900	600	300
	BAJO (20)	600	400	200
	MUY BAJO (10)	300	200	100

Fuente: Autores

Los colores observados en la tabla 3.3 representa los tres niveles de riesgos: alto, medio y bajo. Los cuales fueron considerados bajo el siguiente criterio:

- Riesgo ALTO (rojo): ponderación es mayor o igual que 800.
- Riesgo MEDIO (amarillo): ponderación entre 400 y 800.
- Riesgo BAJO (verde): ponderación es menor a 400.

Una vez determinadas las tres variables de riesgo, se las clasificará en las distintas posibles situaciones que pueden ocurrir en el proyecto, acompañada de su plan de contingencia.

Tabla 3.7 Matriz de niveles de riesgos con planes de acción

SITUACIÓN	PROBABILIDAD	IMPACTO	NIVEL DE RIESGO	PLAN DE ACCIÓN
Desastre Natural	Muy Bajo	Alto	Riesgo Bajo	Contratación de un seguro para las instalaciones.
Incendio en las instalaciones	Muy Bajo	Alto	Riesgo Bajo	Contratación de un seguro contra incendios.
Incremento en aranceles de importaciones.	Medio	Medio	Riesgo Medio	Realizar una buena planificación de inventario.
Productos ofrecidos en mal estado.	Bajo	Medio	Riesgo Medio	Exigir garantía a los proveedores.
Incumplimiento de presencia de trabajadores.	Bajo	Medio	Riesgo Medio	Realizar planificación de procesos de trabajos.
Retrasos en las movilizaciones para realizar servicio.	Alto	Medio	Riesgo Alto	Realizar planificación de procesos de trabajo.
Pérdida de clientes potenciales	Medio	Alto	Riesgo Alto	Conseguir nuevos clientes para reducir el impacto.
Accidentes en la prestación del servicio.	Alto	Alto	Riesgo Alto	Establecer protocolos de seguridad.
Quejas de los clientes	Muy Alto	Alto	Riesgo Alto	Tener opciones de garantías y servicio post venta.

Fuente: Autores

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Mediante el presente trabajo se pone en evidencia la importancia por la cuál es necesaria la investigación, el análisis y la planificación al momento de emprender una actividad económica o comercial, el cual debe responder a las preguntas: ¿Qué se tiene?, ¿Qué deseo lograr? Y ¿Cómo se va a conseguir?

Conclusiones

- Respecto al Objetivo Específico No. 1 que menciona la descripción cualitativa del negocio mediante el uso de metodología FODA y las cinco fuerzas de Porter se realizó una entrevista donde los resultados de mayor importancia fueron:
 - El mercado posee pocas barreras de entrada por lo que existe gran cantidad de competidores.
 - Debido a la creciente cantidad de inversión de las empresas en las TIC existe un mercado con muchas oportunidades de negocio.
 - El 60% de los ingresos del último periodo provienen de un único cliente, lo que genera una alta dependencia a las solicitudes de ellos.
 - Existe nula inversión en promoción, situación que limita las oportunidades de conseguir nuevos clientes.
- Respecto al Objetivo Específico No. 2 que trata acerca del diagnóstico de las finanzas del negocio se observa el cambio significativo que existe entre los periodos 2016, 2017 y 2018 en todas las cuentas, donde los ingresos totales se triplicaron y el margen de utilidades pasa del 1% al 13% respecto a los ingresos totales.

Del cálculo de los ratios financieros como datos más relevantes se obtiene que tanto el ROA como el ROE han incrementado de manera significativa, lo que significa que los recursos que han sido adquiridos se los ha utilizado de manera eficiente. Por esta razón que se consideró la posibilidad de la constitución legal de una empresa, misma que maneje de manera ordenada y planificada las actividades logísticas y económicas del giro del negocio.
- Respecto al Objetivo Específico No. 3 de diseñar estrategias de mercadeo para el incremento de las ventas, se elaboraron estrategias acordes al estudio cualitativo mediante el análisis FODA y cuantitativo utilizando los resultados

obtenidos en las encuestas realizadas obteniendo como principal resultado que, los factores a considerar con mayor trascendencia para la contratación de los servicios por parte de las empresas son:

- Precio
- Garantía
- Método de pago

También es determinante la manera de contratación de servicios ya que en su mayoría se llega a la adjudicación de contratos mediante la recomendación de alguien que puede ser de gerencia o del departamento técnico y es por ello que la principal estrategia a utilizar es la de promoción y servicio de alta calidad, utilizando redes sociales y revistas de negocios como medios principales y ejecutando servicios de calidad verificable con servicio post venta de respuesta inmediata ya que un cliente satisfecho es la mejor publicidad.

- Respecto al Objetivo Específico No. 4 acerca de la identificación de riesgos y planes preventivos o de acción el más preocupante es la dependencia de un solo cliente que genere la mayor parte de los ingresos para lo cual las estrategias apuntan al compromiso por ampliar la cartera de clientes y reducir impactos por la pérdida de alguno.

Por otra parte, las quejas provenientes de los clientes por trabajos realizados presentan también un alto riesgo para la imagen y reputación de la empresa ya que, al estar en pleno crecimiento, una mala recomendación puede ser suficiente para el estancamiento o la desaceleración del crecimiento del negocio.

Recomendaciones

- Revisar de manera trimestral la cantidad de clientes atendidos y clasificarlos de acuerdo con el volumen de ingresos que representa para verificar el cumplimiento del objetivo de la ampliación de la cartera de clientes.
- En el caso de que un cliente haya llegado al punto de 2 meses sin hacer pedido alguno, realizar una llamada que muestre preocupación y empatía acerca de los motivos para ya no solicitar nuestros servicios.
- Para obtener mayor fidelización se debería realizar llamadas a los clientes después de un tiempo prudente que haya pasado desde la ejecución del servicio en donde se pregunte la satisfacción o el nivel de agrado por la adquisición del bien o la realización de un trabajo y de ser necesario, atender de manera pronta una nueva solicitud.
- Compartir entre los colaboradores la cultura de una buena atención al cliente, poniendo en evidencia la importancia que tienen los detalles en la realización de trabajos.

BIBLIOGRAFÍA

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Colombia: Pearson.
- Diario El Universo. (27 de Junio de 2019). *Las mipymes representan el 99% de negocios en Ecuador*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/06/27/nota/7396308/mipymes-representan-99-negocios-pais>
- Ekos / Business culture. (2015). *Análisis: cómo está Ecuador cuando hablamos de innovación*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/analisis-como-esta-ecuador-cuando-hablamos-de-innovacion>
- González Márquez, J. L., & Romero Doylethy, Y. P. (Marzo de 2018). *La innovación tecnológica en las empresas y su impacto positivo dentro del Ecuador*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/innovacion-empresas-ecuador.html>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Empresas y TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación)*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas-tics/2015/2015_TICEMPRESAS_RESUMEN_EJECUTIVO.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf
- Jácome, H. (2013). *Estudios industriales de la micro*,. Quito: FLACSO.
- Kotler, P., & Armstrong. (2012). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercado*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Mootee, I. (2014). *Design thinking para la innovación estratégica*. Empresa Activa.
- Nikulín, C. (2015). *Una metodología sistemática y creativa para la gestión estratégica*. Santiago: Journal of Technology Management & Innovation.

- Orozco, M., & Quiroz, G. (19 de Julio de 2015). *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/pymes-internet-ecuador-tecnologia-empresas.html>
- Pedroza, A. (2001). Modelo para la gestión estratégica de la tecnología. *Red de revistas científicas de américa latina y el caribe.*, 16.
- Porter, M. E. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review América Latina*, 1-18. Obtenido de https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf
- Ross. (2012). *Finanzas Corporativas*. México: Mc Graw Hill.
- Sánchez Piña, D. (6 de Septiembre de 2016). *El plan de Marketing como base del plan de negocio*. Obtenido de <https://masterdemarketingdigital.es/plan-de-marketing-vs-plan-de-negocio/>
- Soriano, R. R. (2006). *Guía para realizar investigaciones sociales*. Plaza y Valdes.

ANEXOS

Balance General

Tabla 4.1 Balance General histórico (2016 – 2018)

ING. LUIS ENRIQUE CUEVA GUEVARA			
Balance General			
expresado en dólares de los Estados Unidos de América			
	2016	2017	2018
Activo			
Activo circulante	\$ 3,490.17	\$ 8,061.28	\$ 6,552.28
Efectivo	\$ 118.99	\$ 854.96	\$ 1,752.28
Cuentas por cobrar	\$ 170.00	\$ 1,600.00	\$ 1,800.00
Inventario	\$ 700.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00
Crédito tributario Fuente IVA	\$ 2,501.18	\$ 3,106.32	\$ 3,765.26
Activo no circulante	\$ 2,300.00	\$ 4,600.00	\$ 21,000.00
Mobiliarios y equipos de oficina	\$ 450.00	\$ 1,600.00	\$ 2,500.00
Equipos de computación	\$ 350.00	\$ 1,000.00	\$ 1,500.00
Vehículo	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 17,000.00
Total de Activo	\$ 5,790.17	\$ 12,661.28	\$ 31,317.54
Pasivo			
Pasivo circulante	\$ 3,900.00	\$ 4,100.00	\$ 3,673.54
Cuentas por pagar a corto plazo	\$ 3,400.00	\$ 3,700.00	\$ 3,523.54
Proveedores	\$ 500.00	\$ 400.00	\$ 150.00
Pasivo no circulante			
Cuentas por pagar a largo plazo	\$ 900.00	\$ 6,012.50	\$ 14,988.75
Total pasivos	\$ 4,800.00	\$ 10,112.50	\$ 18,662.29
Patrimonio			
Utilidad del ejercicio	\$ 490.17	\$ 2,058.61	\$ 10,596.64
Utilidad retenida	\$ 500.00	\$ 490.17	\$ 2,058.61
Total patrimonio	\$ 990.17	\$ 2,548.78	\$ 12,655.25
Total pasivo + patrimonio	\$ 5,790.17	\$ 12,661.28	\$ 31,317.54

Fuente: Autores

Estado de Resultados

Tabla 4.2 Estado de resultado histórico (2016 – 2018)

ING. LUIS ENRIQUE CUEVA GUEVARA			
RESUMEN DE ESTADOS DE RESULTADOS			
	2016	2017	2018
Ingresos			
Ventas	\$ 36.316,97	\$ 71.013,33	\$ 117.422,07
Costo de ventas	\$ 25.178,14	\$ 48.363,72	\$ 77.722,90
Utilidad bruta	\$ 11.138,83	\$ 22.649,61	\$39.699,17
Gastos			
Sueldos	\$ 5.300,00	\$ 15.342,27	\$ 21.098,99
Servicios básicos	\$ 540,00	\$ 564,00	\$ 600,00
Pago de préstamos	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 2.800,00
Otros gastos	\$ 3.280,00	\$ 3.680,00	\$ 4.280,00
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 218,83	\$ 1.263,34	\$10.920,18
Impuesto a la renta causado	\$ -	\$ -	\$ 1.640,53
(-)Retenciones en la fuente recibidos	\$ (271,34)	\$ (795,27)	\$ (1.316,99)
Total Impuestos	\$ (271,34)	\$ (795,27)	\$ 323,54
Utilidad Neta	\$ 490,17	\$ 2.058,61	\$10.596,64

Fuente: Autores

Flujo de caja proyectado sin proyecto

AÑOS	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas		\$ 78.000	\$ 81.900	\$ 85.995	\$ 90.295	\$ 94.809
Costos Variables		(\$ 46.020)	(\$ 49.140)	(\$ 51.597)	(\$ 54.177)	(\$ 56.886)
Costos Fijos		(\$ 30.000)	(\$ 30.000)	(\$ 30.000)	(\$ 30.000)	(\$ 30.000)
Gastos Administrativos		(\$ 780)	(\$ 819)	(\$ 860)	(\$ 903)	(\$ 948)
Intereses		(\$ 587)	(\$ 587)	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Depreciación		(\$ 550)	(\$ 550)	(\$ 550)	(\$ 550)	(\$ 550)
Utilidad antes de Impuestos		\$ 63	\$ 804	\$ 2.988	\$ 4.665	\$ 6.426
Impuesto		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	(\$ 399)
Utilidad Neta		\$ 63	\$ 804	\$ 2.988	\$ 4.665	\$ 6.026
Depreciación		\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550
Inversión	\$ 0					
Capital de Trabajo	(\$ 7.000)					
Flujo de caja	(\$ 7.000)	\$ 613	\$ 1.354	\$ 3.538	\$ 5.215	\$ 6.576
VAN	\$ 5.670,63					
TIR	27%					
PAYBACK	4,90					

Flujo de caja proyectado con proyecto

AÑOS	0	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas		\$ 108.000	\$ 113.400	\$ 119.070	\$ 130.977	\$ 144.075
Costos Variables		(\$ 63.720)	(\$ 65.772)	(\$ 67.870)	(\$ 73.347)	(\$ 79.241)
Costos Fijos		(\$ 36.000)	(\$ 36.000)	(\$ 36.000)	(\$ 36.000)	(\$ 36.000)
Gastos de Ventas		(\$ 2.160,00)	(\$ 2.268,00)	(\$ 2.381,40)	(\$ 2.619,54)	(\$ 2.881,49)
Gastos Administrativos		(\$ 2.160)	(\$ 2.268)	(\$ 2.381)	(\$ 2.620)	(\$ 2.881)
Intereses		(\$ 587)	(\$ 587)	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Depreciación		\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550	\$ 550
Utilidad antes de Impuestos		\$ 3.923	\$ 7.055	\$ 10.987	\$ 16.941	\$ 23.621
Impuesto		\$ 0	\$ 0	\$ 0	(\$ 4.235)	(\$ 5.905)
Utilidad Neta		\$ 3.923	\$ 7.055	\$ 10.987	\$ 12.706	\$ 17.715
Depreciación		(\$ 550)	(\$ 550)	(\$ 550)	(\$ 550)	(\$ 550)
Inversión	(\$ 6.000)					
Capital de Trabajo	(\$ 7.000)					
Flujo de caja	(\$ 13.000)	\$ 3.923	\$ 7.055	\$ 10.987	\$ 12.706	\$ 17.715
VAN	\$ 26.300,07					
TIR	53%					
PAYBACK	2,39					

Tabla de impuesto a la renta para personas naturales

Año 2019 - Expresado en dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	72.060	0	0%
72.060	144.120	0	5%
144.120	288.240	3.603	10%
288.240	432.390	18.015	15%
432.390	576.530	39.637	20%
576.530	720.650	68.465	25%
720.650	864.750	104.495	30%
864.750	En adelante	147.727	35%