PROYECTO DE GRADUACIÓN

PROYECTO DE CREACION DE ESTRATEGIAS PARA AUMENTAR LAS NEGOCIACIONES BURSATILES EN LA BVG (BOLSA DE VALORES DE GUAYAQUIL)

INTEGRANTES:

CUENCA CONTRERAS PAMELA
GILER CUZCO DENNISSE
VILLALBA HOLGUIN CARLOS

INTRODUCCION AL MERCADO DE VALORES

El mercado ecuatoriano tiene un gran potencial para realizar inversiones que produzcan alta rentabilidad en diversos sectores económicos, y que corresponde a la BVG ser el vehículo que difunda una cultura bursátil en el entorno y trasmita el know-how del mercado de valores.

El mercado de valores en general, canaliza los recursos financieros hacia las actividades productivas a través de las negociaciones de valores.

Constituye una fuente directa de financiamiento y una opción de rentabilidad para los inversionistas.

BOLSA DE VALORES

- La Bolsa de Valores es un agente primordial y determinante en la estabilidad de la economía del mundo.

- De no existir la bolsa de Valores la compra y venta de acciones, bonos o cualquier otro valor serian transacciones que no contarían con la debida transparencia y la determinación de los precios seria un factor que solo dependería de la voluntad de los grandes industriales lo cual sería una gran desventaja para la economía en el mundo, y en especial para los consumidores.

- La Bolsa realiza una importante labor como barómetro de la economía local, nacional, regional y mundial.

DEFINICION DEL PROBLEMA

La Bolsa de Valores de Guayaquil no posee las estrategias de marketing para hacer ver el mercado bursátil atractivo.

ANALISIS DEL PROBLEMA:

Las empresas medianas de varios sectores no se interesan por negociar sus acciones, y se cierran a la globalización, prácticamente la mayoría de las empresas ecuatorianas aún tienen el tabú de tener empresas familiares, y que deben seguir esa tendencia.

ANALISIS DEL PROBLEMA:

Adicionalmente para poder cotizar sus valores en la bolsa, las empresas primero deben hacer públicos sus estados financieros, puesto que atreves de ellos se pueden determinar los indicadores que permiten saber la situación financiera de las compañías.

OPORTUNIDADES

Hemos identificado algunas oportunidades posibles y medibles para el desarrollo del mercado bursátil, estas son:

- Integrar y promover nuevos sectores económicos al entorno bursátil.
- Venta de acciones de proyectos a través de la BVG.
- Desarrollar la formación y especialización para futuros profesionales en Mercado de Capitales

OPORTUNIDADES

- Promover y desarrollar el mercado secundario
- Dinamizar y potenciar su imagen, como una bolsa eficiente en el ámbito local, regional y mundial.
- Culturizar a la sociedad y empresarios, sobre el manejo y la importancia del desarrollo bursátil como medidor de la economía local y nacional.
- Obtener una Certificación a la Calidad en el servicio que ofrece.

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

- Ampliar y diversificar sus fuentes de financiación en las mejores condiciones (financiación barata y a largo plazo).

- Asegurar, en ciertos supuestos o ante determinados eventos, la continuidad del negocio facilitando la transmisión de la propiedad a un precio público y establecido por el libre juego de oferta y demanda.

- Potenciar y mejorar su imagen puesto que, además de resultar más conocida, la empresa deberá cumplir con unos requisitos de transparencia e información y su gestión será refrendada por sus accionistas.

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

- Motivar a los empleados, y a otros agentes relacionados con la empresa, vendiéndoles acciones de la empresa en condiciones ventajosas o pagando en especie, a través de acciones de la empresa, ligando el salario a la productividad.

- Estimular y disciplinar la gestión a través de la presión de los accionistas, que exigirán una estrategia a largo plazo.

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

- Contar con valiosos indicadores adicionales para la comparación con otras empresas como la cotización bursátil de las acciones.

- Facilitar la transmisión de las acciones ya que, al existir un mercado, el valor resulta más líquido puesto que compradores y vendedores saben dónde acudir.

- Obtener rendimientos añadidos y complementarios a los tradicionales dividendos y plusvalías.

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

- Disfrutar de unas condiciones fiscales particulares en los impuestos sobre la Renta, sobre Patrimonio y sobre Sucesiones.

- Diversificar el patrimonio, puesto que la cotización en Bolsa permite desprenderse de una parte de sus acciones para liberar recursos que, así, se pueden colocar en otros activos financieros.

ALCANCE

Entidades del Sector:

- Bolsa de Valores de Guayaquil
- Casa de Valores
- Superintendencia de Compañías
- Estado
- Emisores
- Inversionistas

OBJETIVO GENERAL

Creación de estrategias para aumentar las negociaciones bursátiles de la BVG .

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar medios de difusión hacia la comunidad empresarial de gran impacto acorde a todos los actores del mercado bursátil.

- Identificar necesidades de las casas de valores para incentivar la difusión.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Evaluar los planes de marketing actuales y medir el impacto de los mismos de la BVG.
- Identificar variables empresariales atractivas para los inversionistas.
- Determinar si el marco jurídico del país incentiva a la inversión en el mercado bursátil.

INVESTIGACION DE MERCADOS

PROYECTO DE CREACION DE ESTRATEGIAS PARA AUMENTAR LAS NEGOCIACIONES BURSATILES EN LA BVG (BOLSA DE VALORES DE GUAYAQUIL)

ESTUDIO ORGANIZACIONAL (BVG)

MISION - VISION

- La Misión incluye impulsar el desarrollo de la cultura financiera en la Sociedad y la inserción del Ecuador en los Mercados Financieros Internacionales, mediante la administración de mercados eficientes, transparentes, equitativos, competitivos, seguros y supervisados, en beneficio de los emisores, inversionistas, y así generar valor para los mismos mediante un equilibrio entre los objetivos de rentabilidad y el desarrollo de las estrategias para alcanzar las metas en el mediano y largo plazo.

- Crear los medios necesarios para contribuir a lograr la distribución eficiente de la riqueza, de modo que en el largo plazo poder obtener mayor versatilidad y con esto una mayor rentabilidad en sus inversiones.

ORGANIGRAMA INTERNO BVG

ANALISIS FODA - BVG

FORTALEZAS

- Sistema de interconexión bursátil
- Opera en coordinación con las Casas de Valores

OPORTUNIDADES

- Globalización de los mercados bursátiles
- Incentivos fiscales por ley exoneran las ganancias
- Legislación moderna
- Ente regulador: fortalece y promueve el mercado (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS)
- No hay competencia nacional
- Moneda de curso legal en el Ecuador: el dólar

ANALISIS FODA - BVG

DEBILIDADES

- Transacciones básicamente del mercado nacional
- Poca labor educativa hacia el inversionista y ahorrista.
- Deficiente divulgación de sus ventajas para el sector comercial,
  e industrial
- Excesiva participación accionaria de Bancos en los puestos de
  Bolsa
- No poseen infraestructura propia.

AMENAZAS

- Falta de liquidez del mercado
- Ambiente adverso del mercado accionario ecuatoriano
- Lento desarrollo del mercado de deuda
- Situación económica actual
- Tendencia decreciente de la negociación en Bolsa

ANALISIS DE MERCADO

ENCUESTAS   TABULACIÓN   ANÁLISIS DE RESULTADOS

SEGMENTO DE MERCADO

Se procedió a segmentar el mercado en 3 principales integrantes:

- Casas de Valores
- Empresarios
- Inversionistas

DISEÑO DEL MUESTREO

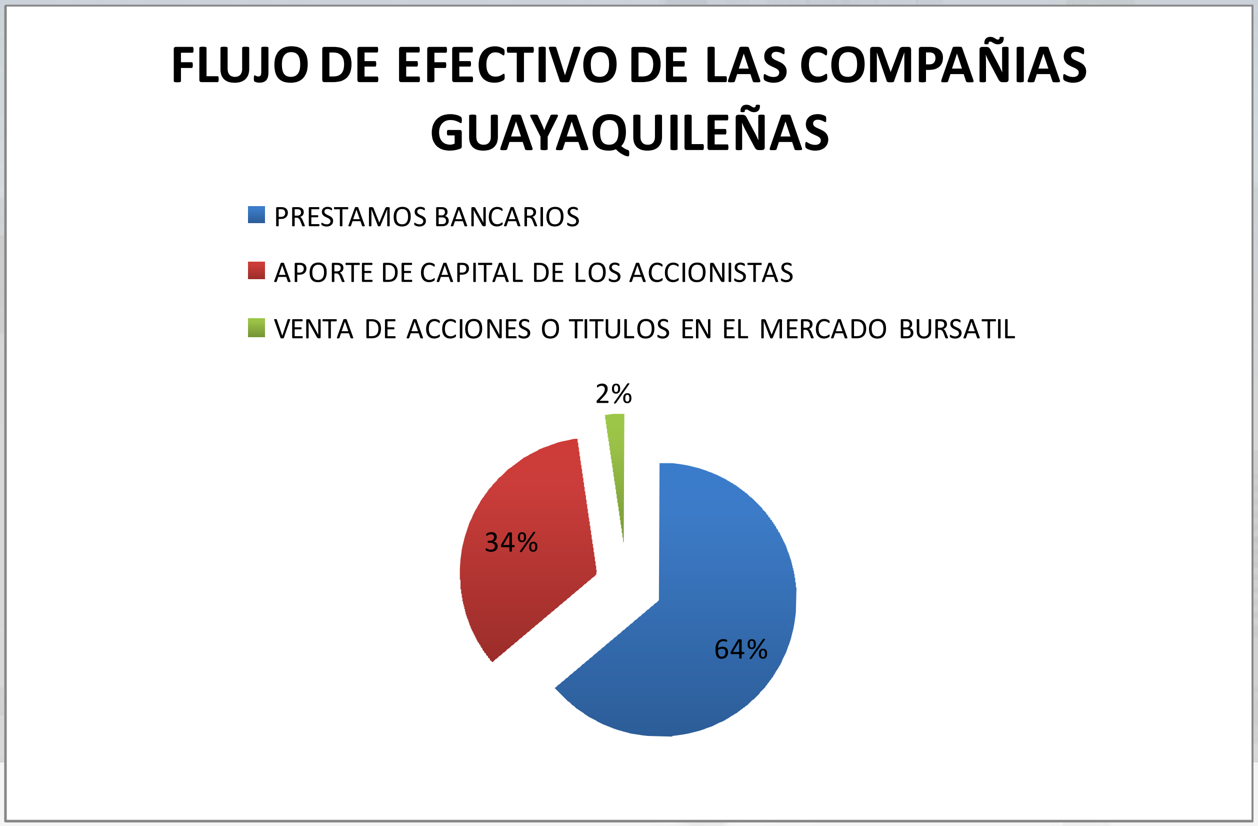
- Sector Intermediario : 19 Casas de Valores a Encuestar , Población total en gye.
- Sector Empresarial: N = 2,088 n= 130 Empresas 90% de confianza
- Sector Inversionista: N = 250,581 n= 272 Inversionistas 90% de confianza

BOLSA DE VALORES DE GUAYAQUIL

RESULTADOS Y ANALISIS

SECTOR EMPRESARIAL

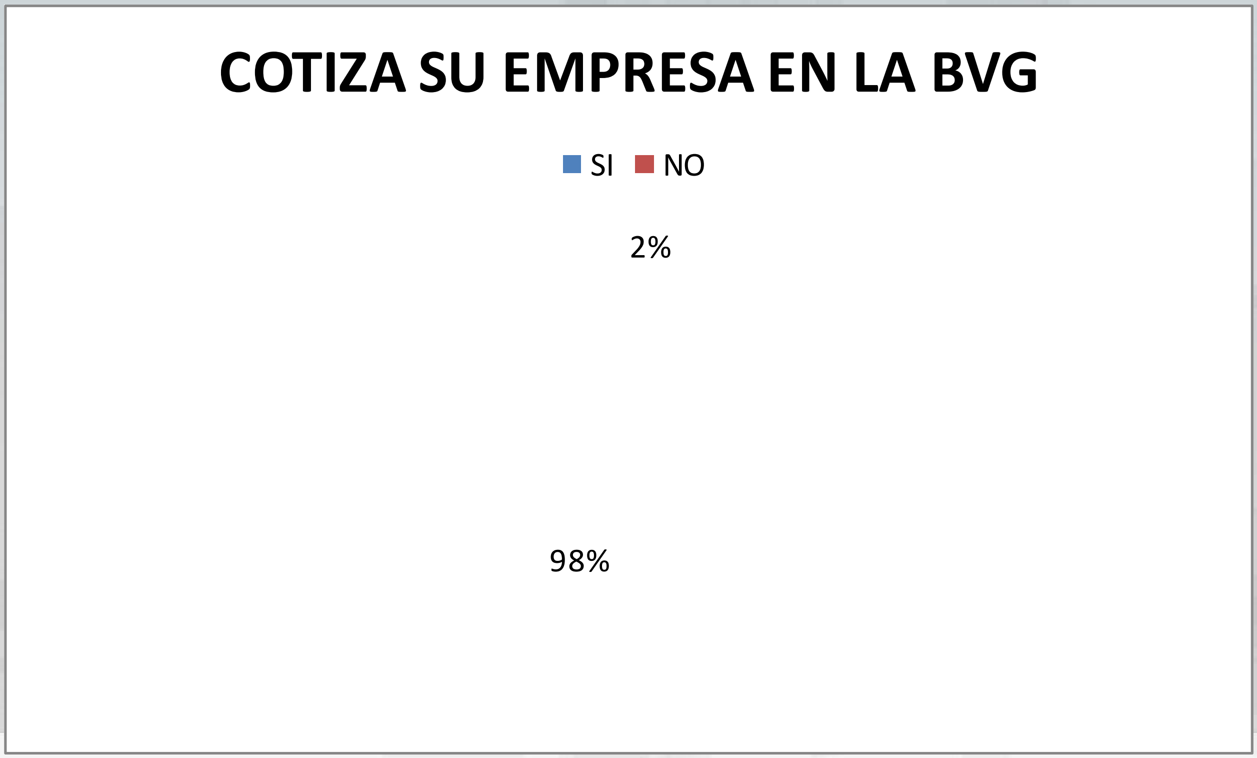
PREGUNTA 1 : SU MAYOR FLUJO DE EFECTIVO DE DONDE PROVIENE?



RESULTADOS Y ANALISIS

SECTOR EMPRESARIAL

PREGUNTA 2 : Cotiza su empresa actualmente en la bolsa de valores de Guayaquil?



RESULTADOS Y ANALISIS

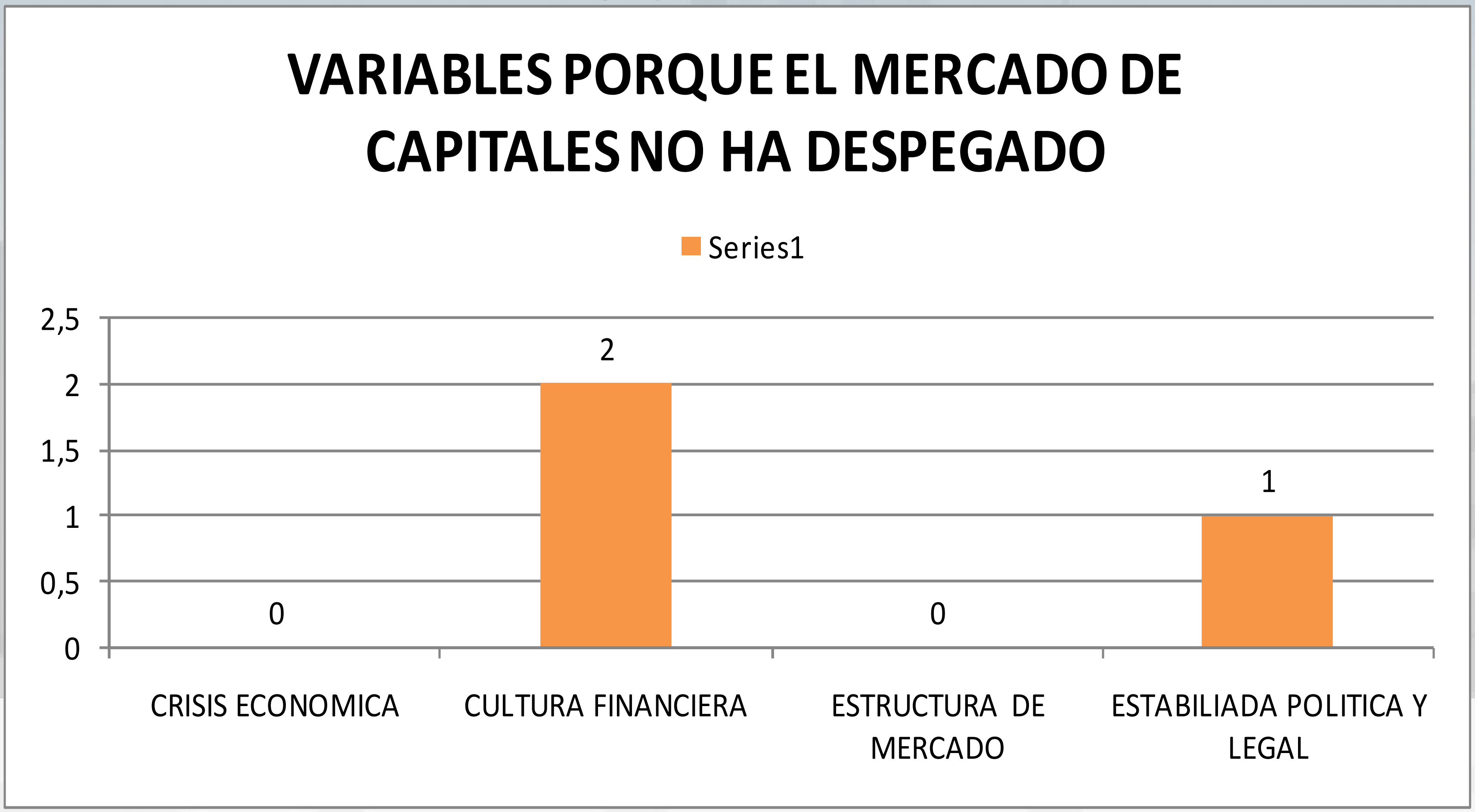
SECTOR EMPRESARIAL

PREGUNTA 3 : Qué tipo de inversión la empresa suele realizar?

RESULTADOS Y ANALISIS

SECTOR EMPRESARIAL

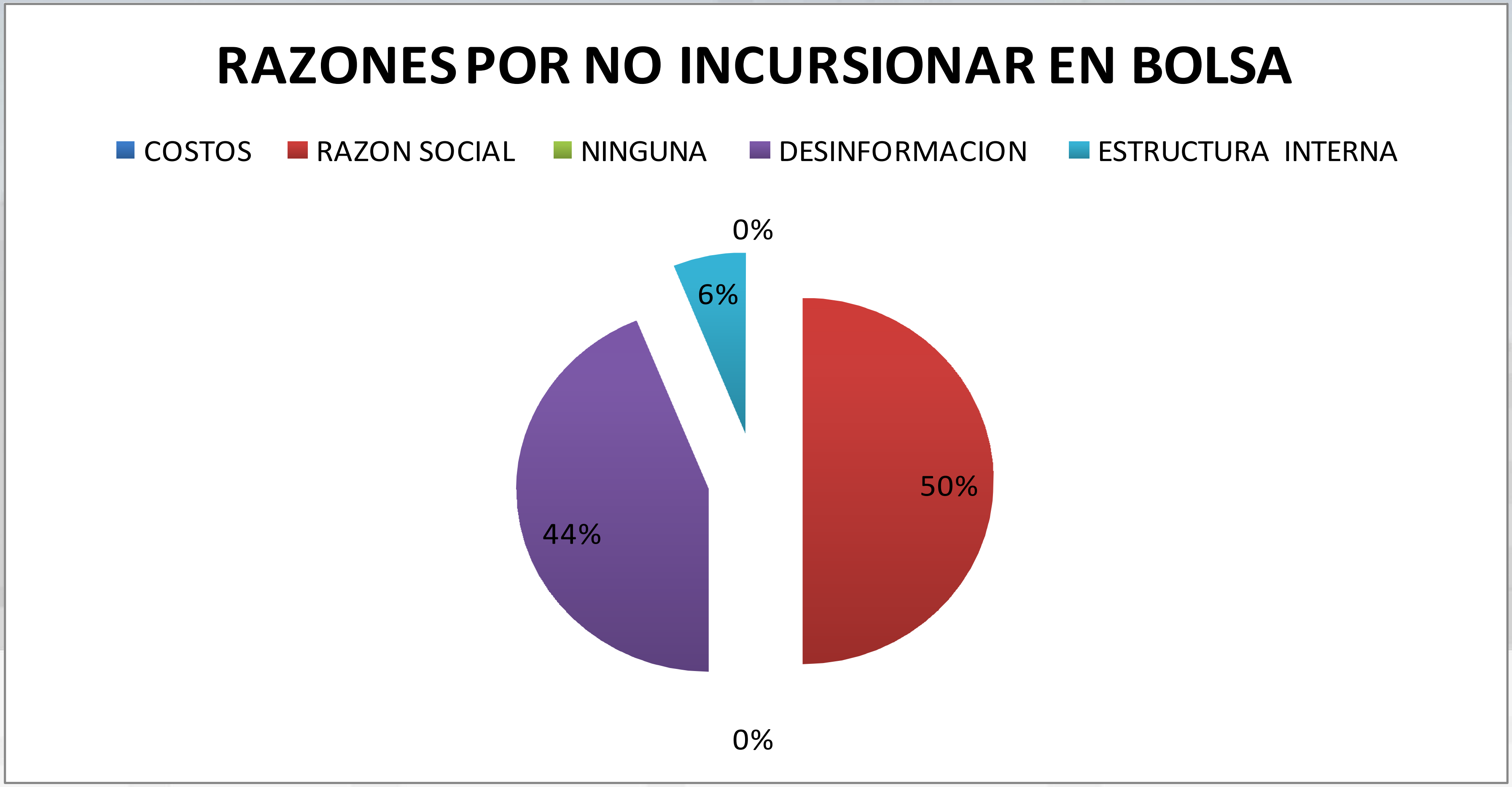
PREGUNTA 4 : Cuáles son las razones por las que el Mercado de Capitales no ha despegado todavía?



RESULTADOS Y ANALISIS

SECTOR EMPRESARIAL

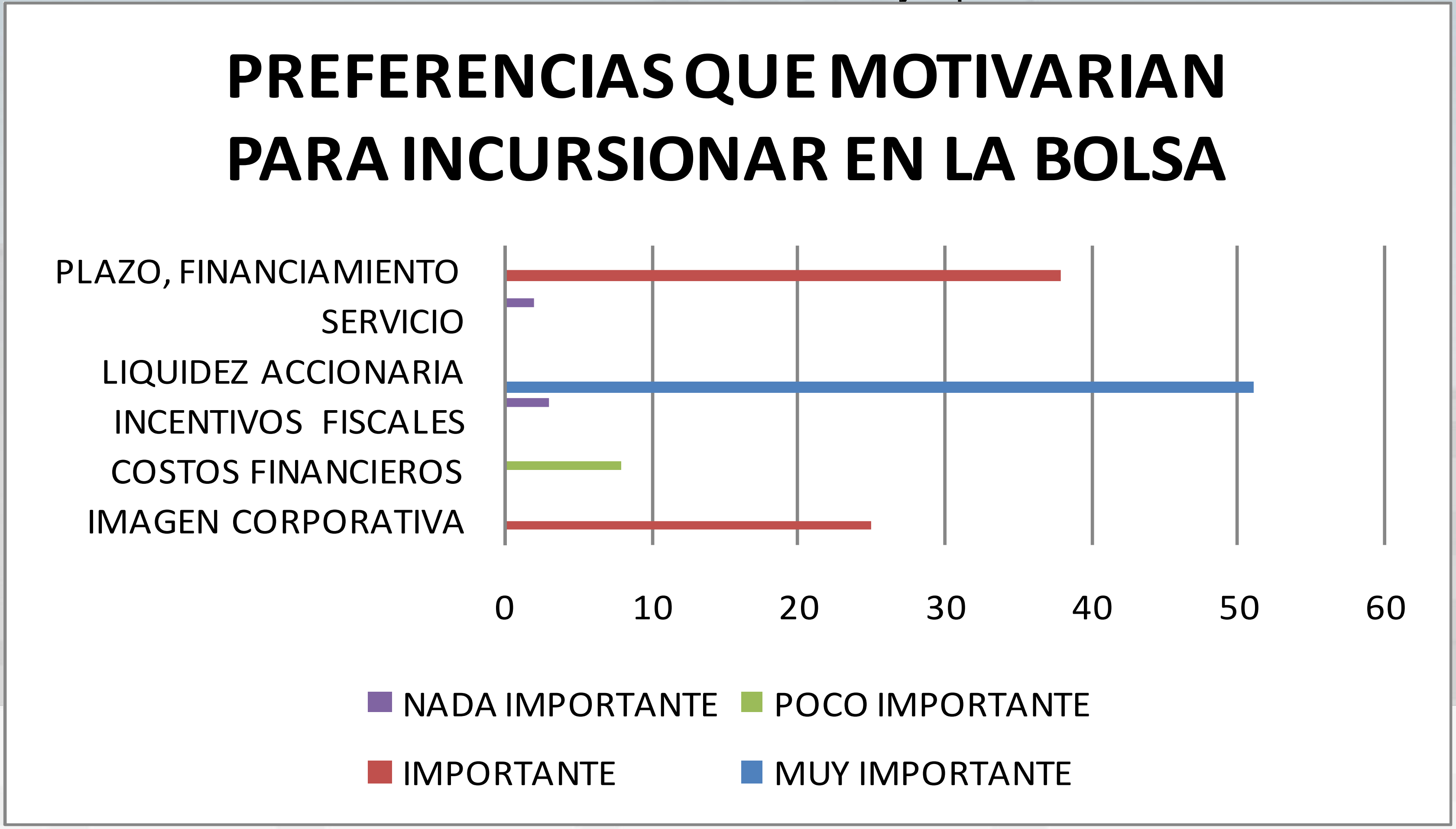
PREGUNTA 5 : Cuales razones considera usted que han influido para que su compañía no cotice en la Bolsa de Valores?



RESULTADOS Y ANALISIS

SECTOR EMPRESARIAL

PREGUNTA 6 : Por cuales variables estaría usted motivado para que incursione en la Bolsa de Valores de Guayaquil?



RESULTADOS Y ANALISIS

SECTOR INVERSIONISTA

PREGUNTA 1 : CUAL ES EL GRADO DE CONOCMIENTO CON REFERENTE AL MERCADO DE CAPITALES

RESULTADOS Y ANALISIS

SECTOR INVERSIONISTA

PREGUNTA 2 : RAZONES POR NO INGRESAR EN EL MERCADO DE CAPITALES

RESULTADOS Y ANALISIS

SECTOR INTERMEDIARIO

PREGUNTA 1 : Cuál es la actividad realizada por ustedes para atraer nuevos inversionistas?

RESULTADOS Y ANALISIS

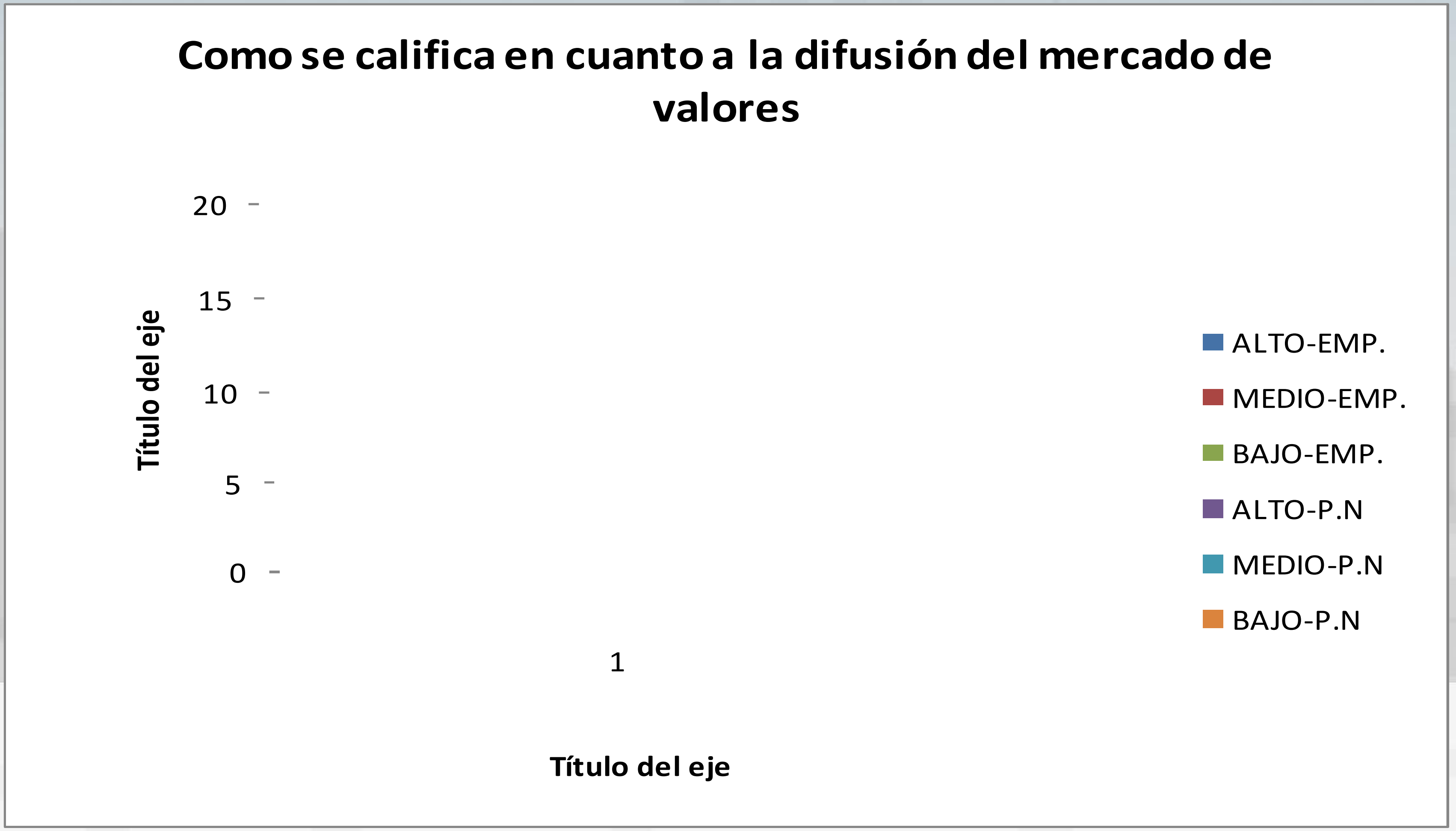
SECTOR INTERMEDIARIO

PREGUNTA 2 : Cuál es la actividad realizada por ustedes para atraer nuevos inversionistas?

RESULTADOS Y ANALISIS

SECTOR INTERMEDIARIO

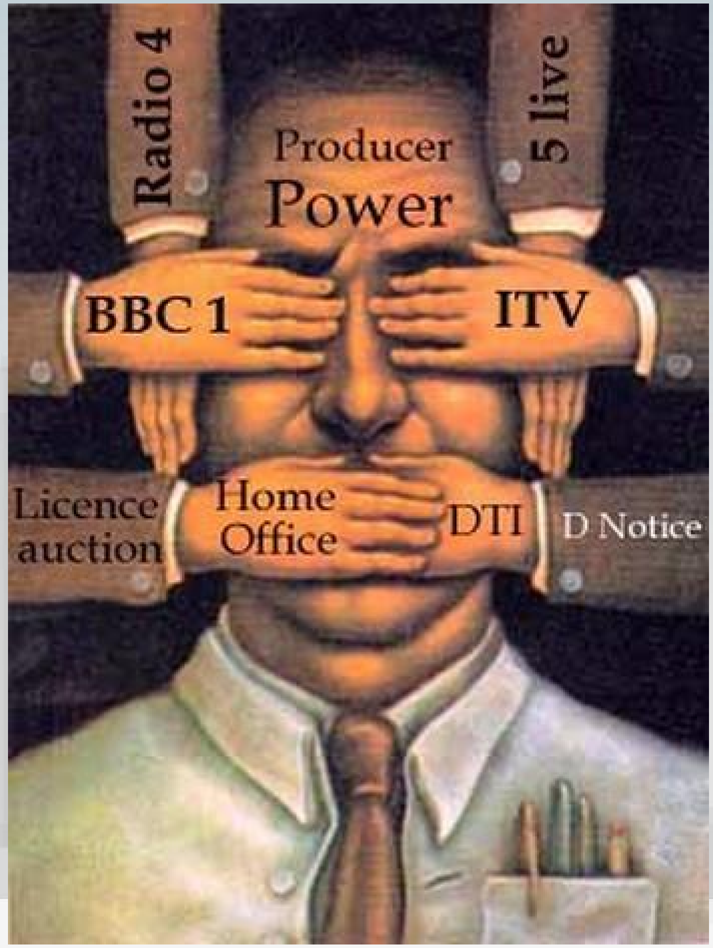
PREGUNTA 3 : En cuanto a la difusión y conocimiento acerca del Mercado de Capitales, ¿ Usted diría que es ?



ESTRATEGIA COMERCIAL MEDIOS DE COMUNICACION

ESTRATEGIA COMERCIAL BOLSA DE VALORES DE GUAYAQUIL

Enter your subtitle here



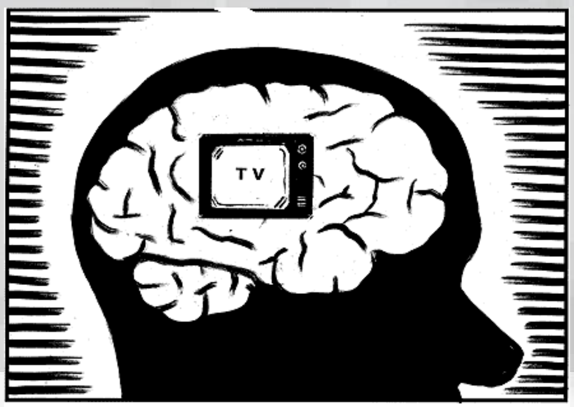
- Según los resultados arrojados, La Bolsa de Valores ni las casas de valores, realizan una estrategia comercial para lograr aumentar el monto de negociación. Lo llamamos conformismo.

Difusión masiva
Utilizar los medios de comunicación; televisión, prensa escrita, prensa hablada, medio electrónicos.

ESTRATEGIA COMERCIAL - TELEVISION

TELEVISION

- FECHA: LUNES   VIERNES
- TIEMPO: 2 VECES Y 1`30 DURACION DE PUBLCIDAD
- HORARIO: NOCHE   HORARIO ESTELAR
- FINES DE SEMANA, EL NUMERO DE VECES SERA 5 Y TENDRA LA MISMA DURACION.
- LAS TRANSMISIONES SE HRAN DURANTE HORARIO MATUTINO Y VESPERTINO



- ESTA PUBLICIDAD SE LA REALIZARA DURANTE UN AÑO CONSECUTIVAMENTE, PARA POSICIONARSE EN LA MENTE DEL INVERSIONISTA

ESTRATEGIA COMERCIAL PRENSA ESCRITA

DIARIO CON MAYOR PRESENTACION EN LA CIUDAD

Se consideró este medio debido a que es de interés público, es un medio masivo para todo público.

Se realizará una publicación diaria, durante la semana se tratarán los diferentes papeles negociados:
1era y 2da semana del mes: Renta Fija
3 era semana: Renta Variable.

Para cada semana se explicara básicamente del funcionamiento de cada titulo y se los remitirá a visitar la pagina de la bolsa de valores www.mundobvg.com

ESTRATEGIA COMERCIAL MEDIO ELECTRONICOS

MEDIOS ELECTRONICOS Y CONVENIOS

En los medios de comunicación prensa escrita, se indicara que visiten la pagina de la bolsa de valores, una vez que estos se registren se les enviará la información de los beneficios de negociar en bolsa, y la capacitación que pueden recibir y los cursos que se emiten en los mismos.

Para los Convenios, se plantea firmarlos con el Gobierno, con la Cámara de Comercio de Guayaquil, Universidades.

ESTRATEGIA COMERCIAL

REDISEÑO DEL LOGO

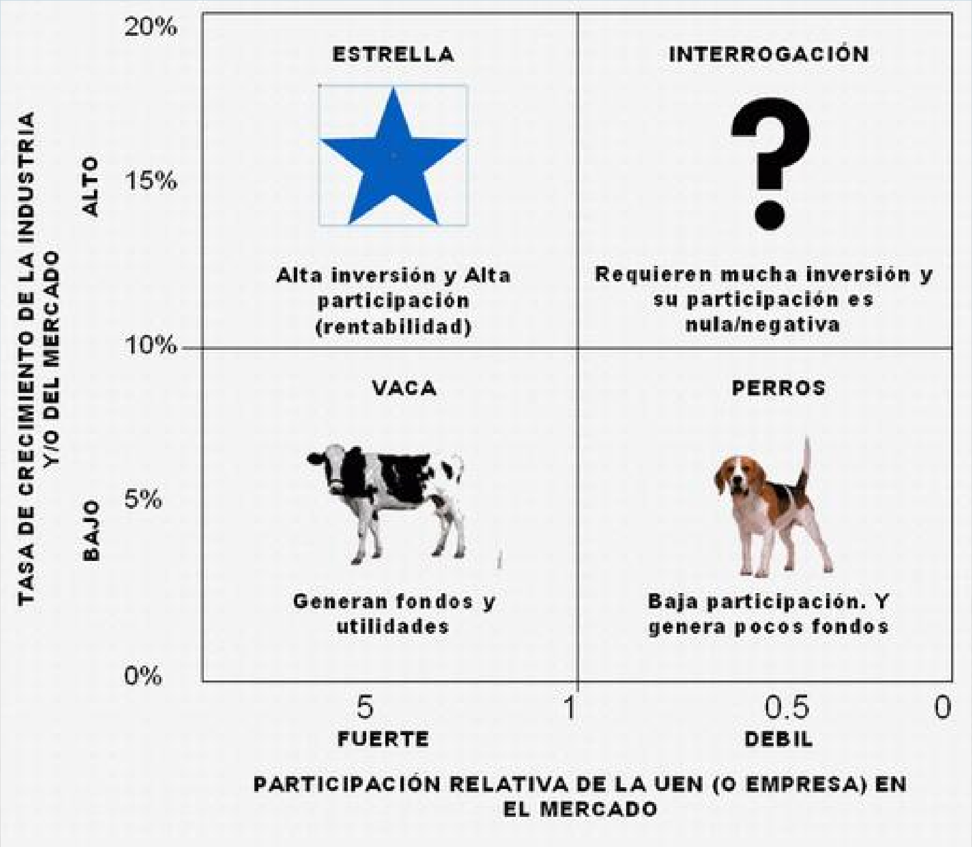
LOGOS

BVG
BOLSA DE VALORES
DE GUAYAQUIL

BVG

Una Corporación Civil líder en Valores
al servicio de Guayaquil

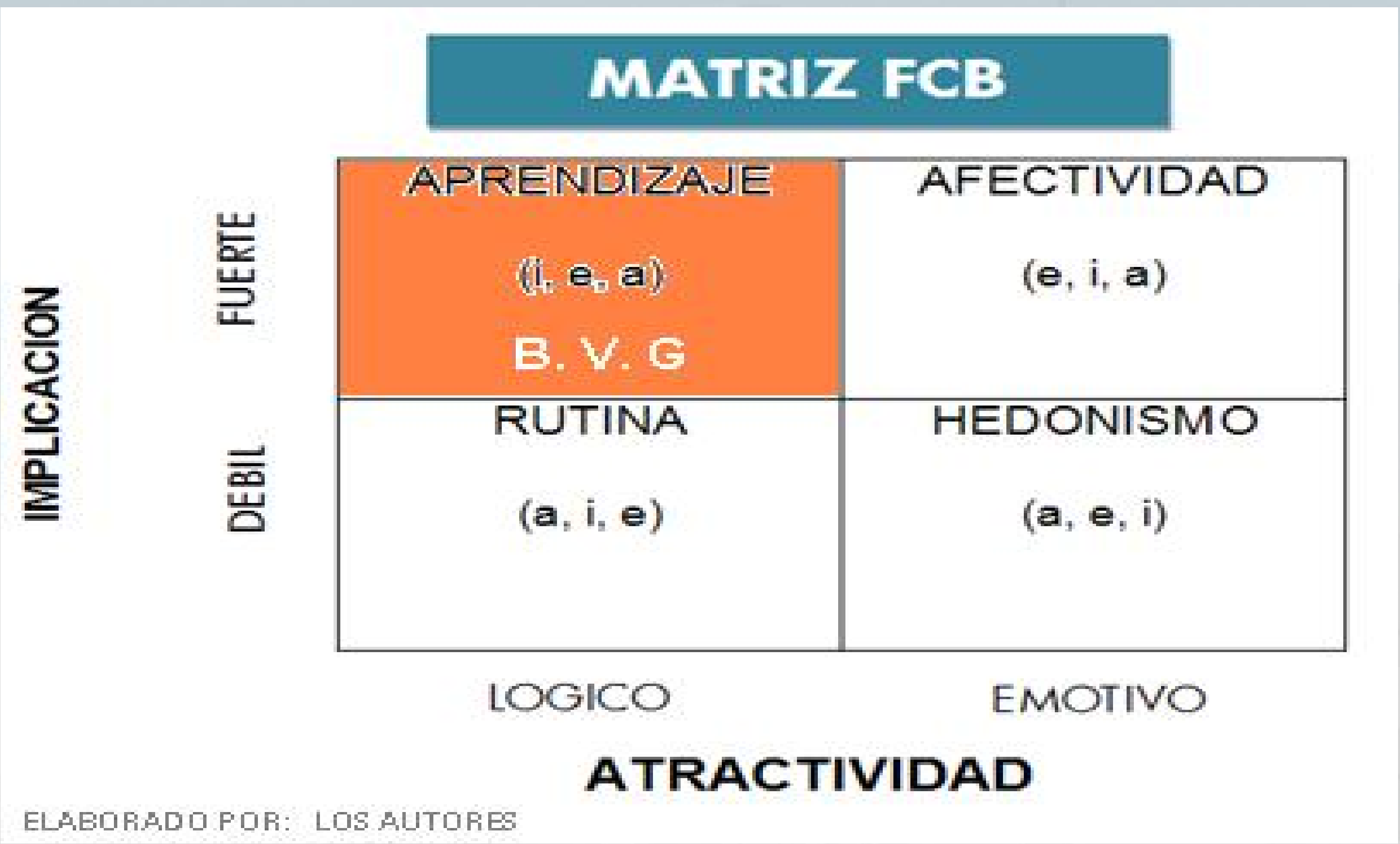
Matriz Boston Consulting Group (BCG)



`


Operaciones inscritas
EN GUAYAQUIL
-en diciembre y enero-
(en millones de dólares)
$ 46,85
$ 16
Obligaciones
Titularizaciones
EL UNIVERSO

MATRIZ DE IMPLICACIÓN O FCB



ANALISIS DE PORTER

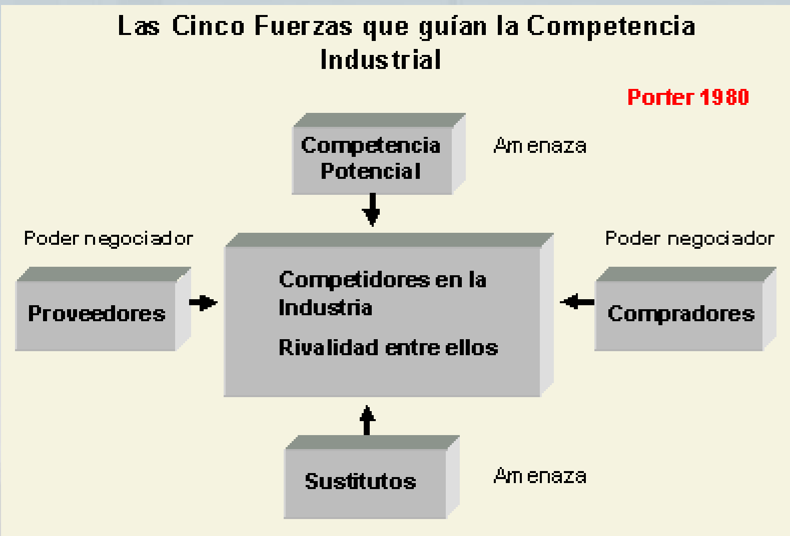
- ¿Cuándo se utiliza el análisis de las 5 fuerzas de PORTER?
- Cuando deseas desarrollar una ventaja competitiva respecto a tus rivales.
- Cuando deseas entender mejor la dinámica que influye en tu industria y/o cual es tu posición en ella.
- Cuando analizas tu posición estratégica y buscas iniciativas que sean disruptivas y te hagan mejorarla.
- Vamos a ampliar el tema de entender la dinámica influyente en la industria ecuatoriana y la posición de las empresas en este sector.

ANALISIS - PORTER

"*Amenaza de nuevos competidores*

"*La amenaza de productos sustitutos*

"*Intensidad de la rivalidad de los competidores*



TOMADO DEL DIARIO
EL UNIVERSO

- **Más de diez firmas fueron en dos meses a bolsas de Valores**

- Una embotelladora de gaseosas, un ingenio azucarero, dos bancos, un almacén de electrodomésticos y otras industrias están en la lista de más de diez firmas que en los últimos dos meses registraron operaciones en las bolsas de Valores de Quito y Guayaquil.
- A través de emisiones de obligaciones, papeles comerciales y titularizaciones este grupo de compañías ha inscrito entre diciembre y enero de este año más de 550 millones de dólares en estas operaciones, que representan un mayor movimiento frente a similares periodos anteriores.

TOMADO DEL DIARIO EL UNIVERSO

Más de diez firmas fueron en dos meses a bolsas de Valores

- Todos estos instrumentos (de deuda) constituyen mecanismos que usan las empresas emisoras a fin obtener, a través de inversionistas públicos y privados, recursos para el financiamiento de sus operaciones o planes de expansión.

Según Patricio Peña, presidente de la Bolsa de Valores de Quito, este comportamiento inusual en el mercado bursátil se debe a que cada vez es más difícil acceder a una operación de crédito en las entidades financieras y, si se las obtiene, los plazos son cortos.

Unibanco, por ejemplo, emitió 25 millones de dólares en la titularización de flujos de la tarjeta de crédito Cuotafácil, según Andrés Jervis, presidente del banco.

El ejecutivo indicó que uno de los principales beneficios de operar en la Bolsa de Valores es que ofrece la oportunidad de captar recursos a largo plazo y a un costo razonable.

TOMADO DEL DIARIO
EL UNIVERSO

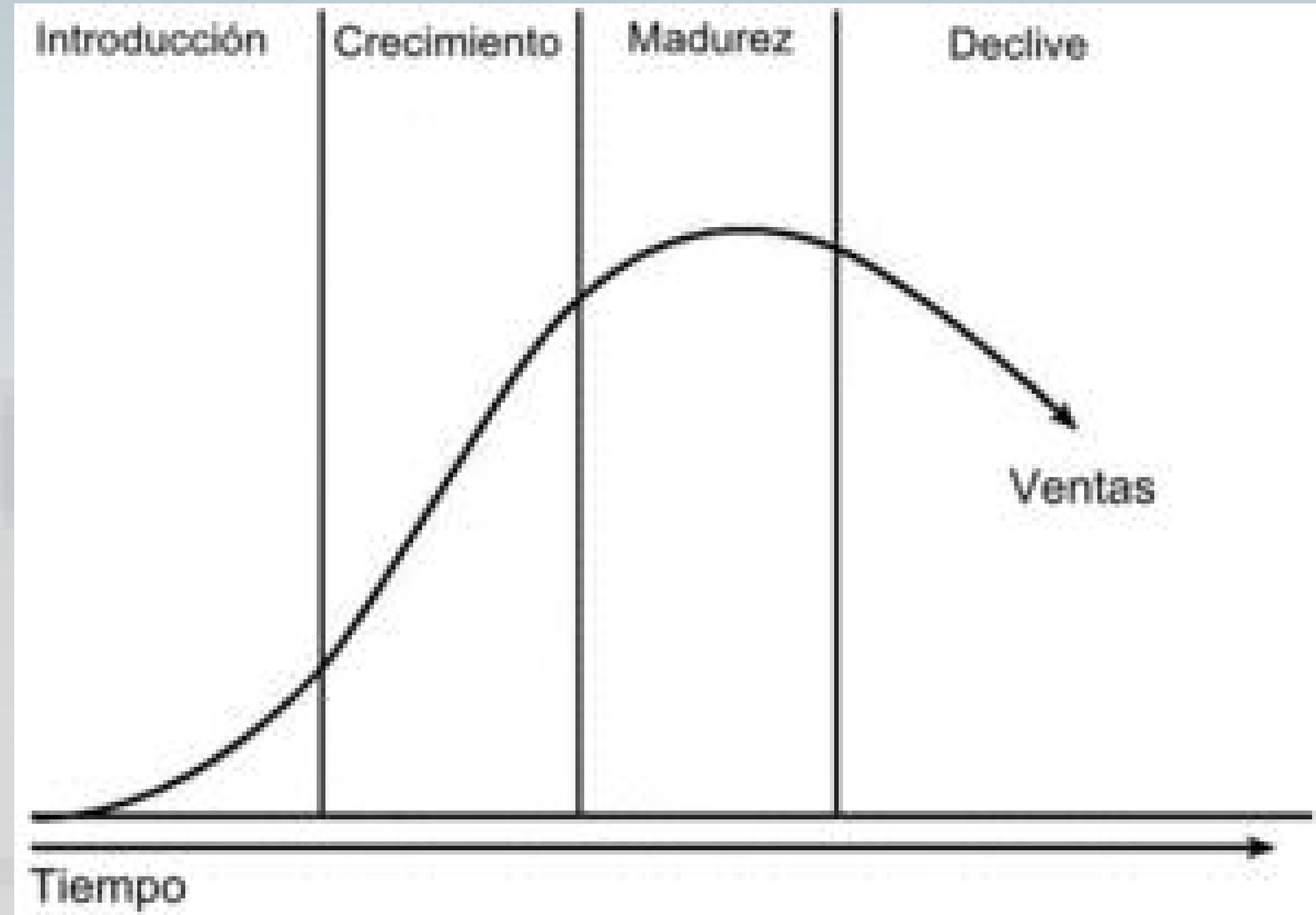
Más de diez firmas fueron en dos meses a bolsas de Valores

- Según Peña, la reciente crisis económica mundial también favoreció al mercado bursátil, pues los inversionistas, frente a los problemas que presentó la banca, volcaron su confianza hacia la Bolsa de Valores.

  El monto de emisiones inscrito en estos dos meses refleja un incremento del 242%, en relación con el mismo periodo anterior.

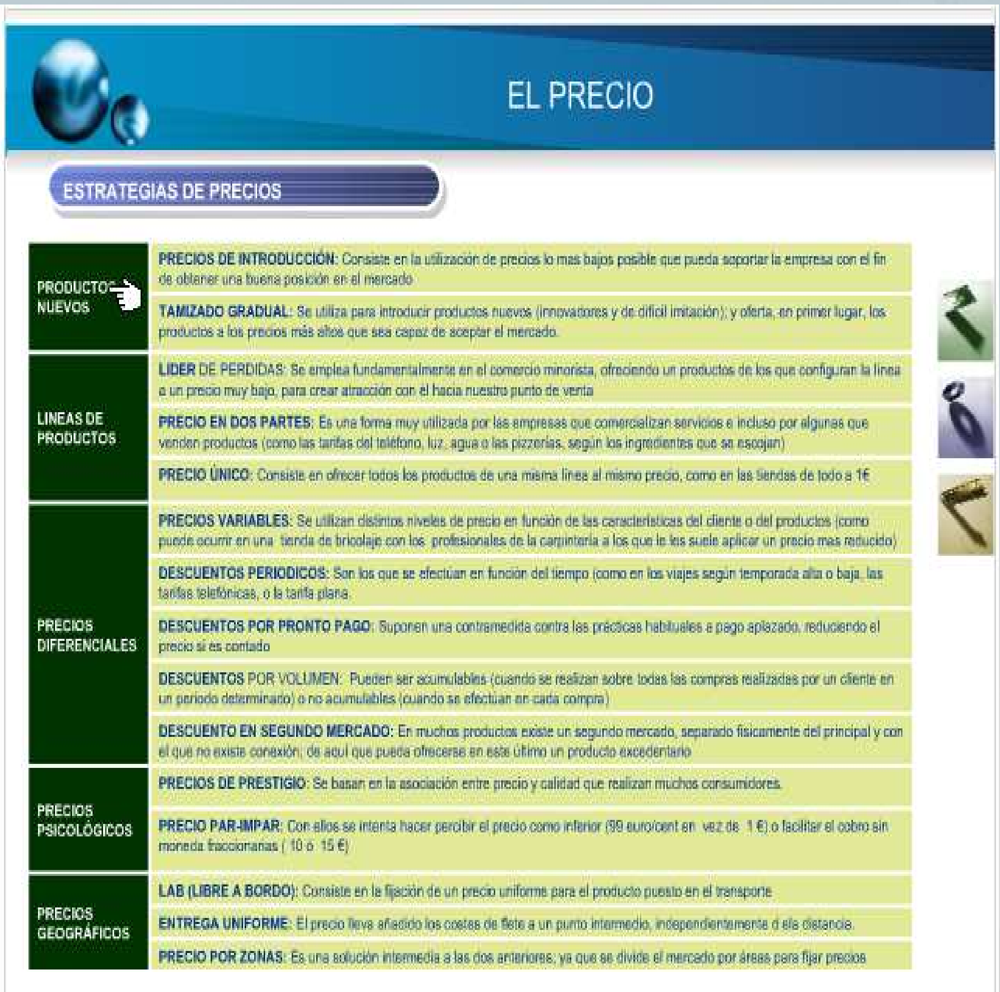
MARKETING MIX

MARKETING MIX - PRODUCTOS



MARKETING MIX - PLAZA

MARKETING MIX - PRECIOS


EL PRECIO

ESTRATEGIAS DE PRECIOS

PRODUCTOS NUEVOS	**PRECIOS DE INTRODUCCIÓN:** Consiste en la utilización de precios lo mas bajos posible que pueda soportar la empresa con el fin de obtener una buena posición en el mercado
	TAMIZADO GRADUAL: Se utiliza para introducir productos nuevos (innovadores y de difícil imitación); y oferta, en primer lugar, los productos a los precios más altos que sea capaz de aceptar el mercado.
LINEAS DE PRODUCTOS	**LIDER** DE PERDIDAS: Se emplea fundamentalmente en el comercio minorista, ofreciendo un productos de los que configuran la línea a un precio muy bajo, para crear atracción con el hacia nuestro punto de venta
	PRECIO EN DOS PARTES: Es una forma muy utilizada por las empresas que comercializan servicios e incluso por algunas que venden productos (como las tarifas del teléfono, luz, agua o las pizzerías, según los ingredientes que se escojan)
	PRECIO ÚNICO: Consiste en ofrecer todos los productos de una misma línea al mismo precio, como en las tiendas de todo a 1€
PRECIOS DIFERENCIALES	**PRECIOS VARIABLES:** Se utilizan distintos niveles de precio en función de las características del cliente o del productos (como puede ocurrir en una tienda de bricolaje con los profesionales de la carpintería a los que le les suele aplicar un precio mas reducido)
	DESCUENTOS PERIODICOS: Son los que se efectúan en función del tiempo (como en los viajes según temporada alta o baja, las tarifas telefónicas, o la tarifa plana
	DESCUENTOS POR PRONTO PAGO: Suponen una contramedida contra las prácticas habituales a pago aplazado, reduciendo el precio si es contado
	DESCUENTOS POR VOLUMEN: Pueden ser acumulables (cuando se realizan sobre todas las compras realizadas por un cliente en un periodo determinado) o no acumulables (cuando se efectúan en cada compra)
	DESCUENTO EN SEGUNDO MERCADO: En muchos productos existe un segundo mercado, separado físicamente del principal y con el que no existe conexión; de aquí que pueda ofrecerse en este último un producto excedentario
PRECIOS PSICOLÓGICOS	**PRECIOS DE PRESTIGIO:** Se basan en la asociación entre precio y calidad que realizan muchos consumidores.
	PRECIO PAR-IMPAR: Con ellos se intenta hacer percibir el precio como inferior (99 euro/cent en vez de 1 €) o facilitar el cobro sin moneda fraccionarias (10 ó 15 €)
PRECIOS GEOGRÁFICOS	**LAB (LIBRE A BORDO):** Consiste en la fijación de un precio uniforme para el producto puesto en el transporte
	ENTREGA UNIFORME: El precio lleva añadido los costes de flete a un punto intermedio, independientemente d ela distancia.
	PRECIO POR ZONAS: Es una solución intermedia a las dos anteriores; ya que se divide el mercado por áreas para fijar precios

PRECIO: Los precios de los productos en su totalidad son variables, empezando con el producto acciones, cada emisor genera acciones con un valor a la par de $1,00 dólar, pero el precio de la acción en el mercado varia de acorde como se encuentre posicionada, como estén sus flujos entre otras variables. Los precios de las acciones pueden estar entre $1, $3, $35, $55 dólares americanos y así sucesivamente.

Para el tema de titularizaciones, estas en cambio recopilan una cartera de una empresa y salen emisiones por $ 5.000,00, $10.000,00, etc. dólares americanos.

MARKETING MIX

PROMOCION

CONCEPTO DE PROMOCIÓN:

Conjunto de acciones diversas de tipo comercial cuya utilización se sitúa en el marco de una política general de marketing dirigida principalmente al desarrollo de las ventas a corto plazo

INTRUMENTOS DE PROMOCIÓN SEGÚN DESTINATARIOS

Conjunto de acciones diversas de tipo comercial cuya utilización se sitúa en el marco de una política general de marketing dirigida principalmente al desarrollo de las ventas a corto plazo

DESTINATARIOS	TIPOS DE INSTRUMENTOS	
VENDEDORES	•Primas por objetivos •Concursos con premios	•Distinciones honoríficas
INTERMEDIARIOS	•Descuento por lanzamiento •Descuento por cantidad comprada •Prima por movimientos e stock •Publicidad gratuita •Premios	•Muestras gratuitas •Concursos •Cheques descuento •Visitas a fábrica
PRESCRIPTORES	•Muestras •Documentación técnica •Obsequios	•Visitas a fabrica •Seminarios y conferencias
CONSUMIDORES	•Reducciones de precio •Mayor cantidad al mismo precio •Adquisición de producto ya usado •Cupones descuento •Degustaciones	•Estampas o sellos •Obsequios •Concursos •Juegos de azar •Muestras gratuitas



MARKETING MIX PUBLICIDAD

LA MARCA

CONCEPTO:

Nombre, termino, signo, símbolo, diseño o combinación de todos ellos, cuyo objeto es identificar los bienes y servicios de un vendedor con le objeto de diferenciarlos de sus competidores.

CUALIDADES:

ATRIBUTOS	Debe sugerir algo acerca de los atributos del producto
BENEFICIOS	Debe proporcionar beneficios
VALOR	Debe sugerir valor para el comprador
PERSONALIDAD	Debe proyectar personalidad

B V G

Una Corporación Civil líder en Valores al servicio de Guayaquil

PLAN FINANCIERO BOLSA DE VALORES DE GUAYAQUIL

PLAN FINANCIERO

Objetivos:

El objetivo de este capítulo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, establecer la inversión, los costos y gastos que enfrentará el proyecto durante un periodo determinado de vida, así como los ingresos provenientes de las ventas de los diferentes productos.

Inversión y Financiamiento

RESUMEN DE INVERSIONES

DESCRIPCCION	*VALOR ($)*	*PARTICIPACION*
INVERSION EN OFICINAS	14,000.00	4%
INVERSION EN MAQUINARIAS Y EQUIPOS	32,160.00	9%
INVERSION EN INTANGIBLES	8,160.00	2%
TOTAL ACTIVOS	54,320.00	15%
COSTOS FIJOS	304,750.00	85%
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	**359,070.00**	100%

Cabe mencionar que la forma de financiamiento sugerida de este proyecto, es mediante un préstamo directo al CFN .

Consideraciones:

Lo que planteamos para validar el proyecto es; que los montos de negociaciones igual o superior a $20 millones, bajen a 10 millones manteniendo la comisión del 0.09%, con esto aumentaría el nivel de transacciones a negociar aproximadamente a un 50% de la tasa de crecimiento vigente, lo que implicaría que la tasa de crecimiento se ubique en un 15% anual. Y el resto de comisiones mantendrían los costos actuales.

MONTOS DE NEGOCIACIONES ESPERADOS

MONTOS DE NEGOCIACION ESPERADOS		
		EN MILES DE DOLARES
TRANSACCIONES BASE		2,310,521,111.11
INCREMENTO ESPERADO		50%
TASA DE CRECIMIENTO		15%
TRANSACCIONES ESPERADAS		3,465,781,666.67

VENTAS PROYECTADAS - ANALISIS INCREMENTAL

VENTAS PROYECTADAS SIN ESTRATEGIAS

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	2010	2011	2012	2013	2014
VENTAS TOTALES	3,007,453.79	3,308,199.17	3,639,019.09	4,002,920.99	4,403,213.09

VENTAS PROYECTADAS CON ESTRATEGIAS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2010	2011	2012	2013	2014
VENTAS TOTALES	3,148,203.50	3,620,434.03	4,163,499.13	4,788,024.00	5,506,227.60

Proyección Costos sin Estrategia

En cuanto los costos, han tenido un crecimiento promedio del 5%, por lo que se estima que va a crecer de la misma manera los siguientes años si el negocio sigue igual sin implementar la reingeniería como se muestra en la tabla. Actualmente los costos representan el 74% de los ingresos por ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2010	2011	2012	2013	2014
COSTOS TOTALES	2,279,874.01	2,422,986.32	2,566,958.22	2,713,194.01	2,862,873.88

Proyección Costos con Estrategia

Con el proyecto se incrementaría 82% en promedio con el proyecto, esto se debe inicialmente a los costos de inversión. Pero a futuro mediante las estrategias propuestas por la reingeniería, los costos irán disminuyendo por el proceso de recuperación de la inversión, el incremento en los ingresos y la baja en el gasto de publicidad, ya que en los primeros años la meta es, que la BVG se posicione en la mente de los clientes y a mediano plazo este gasto ya no será tan representativo, llegando a costos de menos del 60% sobre los ingresos.

COSTOS PROYECTADOS CON ESTRATEGIAS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2010	2011	2012	2013	2014
OSTOS TOTALES	2,584,624.01	2,717,021.52	2,851,031.45	2,988,030.88	3,129,174.64

Gastos Proyectados de Publicidad

Para cumplir los objetivos de Marketing hemos asignado un presupuesto, en los que se incluye lo gasto en publicidad referente a: televisión, radio, prensa escrita, entre otros los que se pueden analizar en la siguiente tabla.

PUBLICIDAD	TIEMPO/ DIAS	# VECES	DURACION/ MINUTOS	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
TELEVISION NACIONAL HORARIO NOCTURNO LUNES-VIERNES	5	2	2	500.00	2,500.00	10,000.00	120,000.00
TELEVISION NACIONAL HORARIO MATUTINO SABADOS Y DOMINGOS	2	5	2	650.00	1,300.00	5,200.00	62,400.00
PRENSA ESCRITA EL MAYOR DIARIO Y CON PRESENCIA EN LA CIUDAD DE GYE	7	1	0	50.00	350.00	1,400.00	16,800.00
REVISTAS DE NEGOCIOS		12				200.00	2,400.00
VALLAS PUBLICITARIAS	30					3,500.00	42,000.00
FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES		2					15,000.00
TOTAL							**258,600.00**

Capital de Trabajo: Deficit Maximo Acumulado

CAPITAL DE TRABAJO		
RUBROS	**MENSUAL**	
Electricidad	$	80.00
Alquiler Local	$	400.00
Publicidad	$	21,550.00
Sueldos y Salarios	$	5,660.00
Suministros	$	500.00
Internet	$	200.00
Agua potable	$	50.00
Líneas telefónica	$	100.00
	$	**25,395.83**

Capital de Trabajo: Deficit Maximo Acumulado

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Saldos	-$ 25,395.83	42,438.29	42,438.29	42,438.29	42,438.29	42,438.29	42,438.29	42,438.29	42,438.29	42,438.29	42,438.29	42,438.29	42,438.29
Saldos Acum	-$ 25,395.83	17,042.46	59,480.75	101,919.04	144,357.33	186,795.62	229,233.91	271,672.21	314,110.50	356,548.79	398,987.08	441,425.37	483,863.66

ESTADO DE RESULTADOS CON ESTRATEGIA - B.V.G

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	**3,148,203.50**	**3,620,434.03**	**4,163,499.13**	**4,788,024.00**	**5,506,227.60**
GASTOS					
Gastos Actuales	2,279,874.01	2,422,986.32	2,566,958.22	2,713,194.01	2,862,873.88
Gastos Proyecto					
Gasto de Alquiler	4,800.00	5,030.40	5,271.86	5,524.91	5,790.10
Gasto de Suministros	6,000.00	6,288.00	6,589.82	6,906.14	7,237.63
Gasto por internet	2,400.00	2,515.20	2,635.93	2,762.45	2,895.05
Gasto de Publicidad	258,600.00	245,670.00	233,386.50	221,717.18	210,631.32
Gasto Servicios Básicos	2,760.00	2,892.48	3,031.32	3,176.82	3,329.31
Gasto Salarios	30,190.00	31,639.12	33,157.80	34,749.37	36,417.34
Gasto de Intereses	56,521.11	63,303.65	70,900.08	79,408.09	88,937.06
Gasto de Depre	5,576.00	5,576.00	5,576.00	5,576.00	5,576.00
Computadoras	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00
Muebles y Enseres	1,136.00	1,136.00	1,136.00	1,136.00	1,136.00
Vehículos	3,740.00	3,740.00	3,740.00	3,740.00	3,740.00
Total Gastos	**2,584,624.01**	**2,717,021.52**	**2,851,031.45**	**2,988,030.88**	**3,129,174.64**
Excedentes Operacionales	**563,579.50**	**903,412.51**	**1,312,467.68**	**1,799,993.12**	**2,377,052.96**

TASA DE DESCUENTO (TMAR)

La TMAR es la tasa mínima atractiva de retorno, la cual es más alta que la tasa esperada de un banco o alguna inversión segura que comprenda un riesgo mínimo de inversión.

Para este caso en particular no se calculo la TMAR, debido a la naturaleza del proyecto que es para una Corporación Civil y sin fines de lucro, y se tomo como referencia la tasa del *20%*, como tasa mínima para realizarlo, este valor se lo obtuvo de la CORPEI. Vale recalcar que esta entidad utiliza esta tasa para proyectos de similar naturaleza con una larga experiencia en proyectos.

FLUJO DE CAJA - INCREMENTAL

Para la construcción del presente flujo hemos considerado el análisis incremental el cual se basa en la evaluación de alternativas. En este caso se tiene la situación sin reingeniería y la situación aplicando la reingeniería. Las cuales permitirán un mejor análisis del proyecto y así conocer la verdadera rentabilidad del mismo

Para la construcción del flujo con reingeniería, se basa en los siguientes supuestos: crecimiento del 15% de los ingresos, costos en base a las tasas de inflación, gastos de publicidad con reducción del 5% anual a partir del segundo año, descontados a una tasa de descuento social.

FLUJO DE CAJA INCREMENTAL

FLUJO DE CAJA INCREMENTAL			
	FLUJO DE CAJA	**FLUJO DE CAJA**	**FLUJO**
	SIN REINGENIERIA	**CON REINGENIERIA**	**INCREMENTAL**
0		-359,070.00	-359,070.00
1	617,414.79	641,021.10	23,606.31
2	710,488.56	963,986.93	253,498.37
3	915,872.75	1,362,102.37	446,229.62
4	1,148,067.14	1,843,607.54	695,540.39
5	1,410,066.35	2,418,809.38	1,008,743.03

Tasa Interna de Retorno (TIR)

TIR, Es la tasa interna de retorno que sirve para descontar flujos de dineros entre el presente y los flujos venideros, para lo cual previa la realización del flujo incremental, se obtuvo los siguientes valores:

T. I. R (Diferencial)	
VAN	$ 696,412.41
TIR	68%
TMAR	20%
VP@i	$ 0.00
VP@20%	$ 696,412.41

SI TIR > TMAR, SE JUSTIFICA LA INVERSION ADICIONAL

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN, es el valor presente neto de los flujos a un tasa de descuento o a un costo promedio ponderado de capitales, para nosotros esta tasa representa el 20%, obteniendo los siguientes resultados :

VAN (Flujo Incremental)	
VAN	$ 696,412.41
TIR	68%
TMAR	20%

Pay back

El Periodo de Recuperación descontado (Payback) demuestra que la inversión del proyecto es recuperada en 2 años y 3 meses. A continuación se presenta el cuadro con sus respectivos rubros a una tasa de rentabilidad exigida del 12%.

PERIODO DE RECUPERACION						
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Periodo de Recuperación	-359,070.00	23,606.31	253,498.37	446,229.62	695,540.39	1,008,743.03
PayBack	(359,070.00)	(335,463.69)	(81,965.32)	364,264.30	1,059,804.69	3,128,352.41

Análisis de Sensibilidad Univariable

El análisis de sensibilidad ayudará a mantener un control minucioso del comportamiento de cambios en el VAN con respecto a variaciones de las principales variables del proyecto, las cuales son: % de Crecimiento sobre los ingresos y los costos en 3 diferentes escenarios (Optimista, Normal, Pesimista). Esto ayuda a visualizar la variación máxima de la tasa de descuento que el proyecto pueda soportar para que mantenga su viabilidad. A continuación se muestran las tablas con las variaciones antes mencionadas:

ANALISIS DE SENSIBILIDAD (Ingresos)			
ESCENARIO	**% CREC. INGRESOS**	**VAN**	**TIR**
Optimista	20%	**$ 1,570,179.31**	**101%**
Normal	**15%**	$ 696,412.41	**68%**
Pesimista	10.686%	0	20%

ANALISIS DE SENSIBILIDAD (Costos)			
ESCENARIO	**% CREC. COSTOS**	**VAN**	**TIR**
Optimista	1%	$ 895,539.89	78%
Normal	5%	$ 696,412.41	68%
Pesimista	10%	$ 497,284.93	57%

CONCLUSIONES

Es apreciable el aporte económico que hace la Bolsa de Valores de Guayaquil al desarrollo de nuestro país, principalmente a través del ahorro de los inversionistas, el cual posteriormente se refleja en los proyectos de inversión que efectúan los emisores y las empresas cotizantes.

La Bolsa de Valores es un agente primordial y determinante en la estabilidad de la economía del mundo.

Es ineludible la necesidad de inversión y difusión por parte de la Bolsa de Valores hacia la parte de capacitación y publicidad en el medio, debido a las grandes mitos y brechas de información que existen para ciertas empresas e inversionistas, las cuales al disminuir sus brechas dinamizarían el mercado bursátil.

- **GRACIAS**