



República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Tesis para Optar al Grado de Magíster en
Administración

TEMA:

“Propuesta de Creación de una Empresa que Comercialice Soluciones Tecnológicas Referentes a Software Desarrollado para el Manejo de Microempresas como Librerías, Papelerías y Bazares Ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la Ciudad de Guayaquil”

AUTOR:

Ing. Com. Mariela Jiménez Sarmiento

DIRECTOR DE TESIS:

Msc. Ing. José Townsend Valencia

Guayaquil - Ecuador

Septiembre - 2011



REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER EN
ADMINISTRACIÓN

TEMA

“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE COMERCIALICE
SOLUCIONES TECNOLÓGICAS REFERENTES A SOFTWARE DESARROLLADO
PARA EL MANEJO DE MICROEMPRESAS COMO LIBRERIAS, PAPELERIAS Y
BAZARES UBICADAS EN LAS PARROQUIAS GARCÍA MORENO, TARQUI Y XIMENA
DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

AUTOR

Ing. Com. Mariela Jiménez Sarmiento

DIRECTOR DE TESIS

Msc. Ing. José Townsend Valencia

GUAYAQUIL - ECUADOR

Septiembre – 2011

DECLARACIÓN JURAMENTADA

La responsabilidad del contenido de esta tesis de graduación me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil – UTEG.

(Reglamento de Graduación, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil)

Ing. Mariela Jiménez



FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y POST-GRADO

EL JURADO EXAMINADOR OTORGA A LA PRESENTE TESIS:

CALIFICACIÓN: _____

EQUIVALENCIA: _____

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

PRESIDENTE: _____

PRIMER VOCAL: _____

SEGUNDO VOCAL: _____

DEDICATORIA

El momento en que el ser humano culmina una meta, es cuando se detiene a hacer un recuento de todas las ayudas recibidas, de las voces de aliento, de las expresiones de amor y comprensión; es por eso que dedico este trabajo de Tesis a:

A mi esposo, Msc. Ing. Mauricio Bravo,
Por ser apoyo constante en cada meta propuesta en mi carrera y en mi vida en general.

A mi madre, Elvia Sarmiento Sánchez, por haberme inculcado la mejor enseñanza en todos los aspectos de vida.

A mis hermanos, Carlos Luis y Angelita, por ser mis mejores amigos y mi razón de ser mejor cada día.

A mi familia en general, por todo su apoyo y por haber sido siempre esa base sólida en mi vida.

AGRADECIMIENTO

La presente Tesis ha requerido de mucho esfuerzo y dedicación de su autora y esto no hubiese sido posible sin la bendición de mi Dios Todopoderoso.

Mi agradecimiento eterno a Dios, por darme inteligencia, fortaleza y voluntad para no rendirme en cada proyecto emprendido.

Un agradecimiento especial a mi tutor Msc. Ing. José Townsend Valencia por transmitirme sus conocimientos e inculcarme la excelencia en la presentación del presente trabajo.

ÍNDICE	Pág.
CARÁTULA	I
PÁGINA DE RESPETO	II
DECLARACIÓN JURAMENTADA	III
HOJA DE CALIFICACIÓN	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE GENERAL	VII

INTRODUCCIÓN	1
--------------	---

CAPÍTULO 1: DISEÑO DE LA INVESTIGACION

1. Diseño de la Investigación	2
1.1. Antecedentes de la investigación	2
1.2. Problema de investigación	3
1.2.1. Planteamiento del problema	3
1.2.2. Formulación del problema de investigación	4
1.2.3. Sistematización del problema de investigación	4
1.3. Objetivos de la investigación	5
1.3.1. Objetivo general	5
1.3.2. Objetivos específicos	5
1.4. Justificación de la investigación	5
1.5. Marco de referencia de la investigación	6
1.5.1. Marco teórico	6
1.5.1.1. Fundamento filosófico	7
1.5.1.2. Fundamento psicológico	8
1.5.1.3. Fundamento Sociológico	10
1.5.1.4. Fundamento de la administración empresarial	11
1.5.1.5. Fundamento legal	15
1.5.2. Marco conceptual (Glosario de términos)	17
1.6. Formulación de la Hipótesis y variables	21
1.6.1. Hipótesis general	21
1.6.2. Hipótesis particulares	21

	Pág.
1.7. Variables y su operacionalización	22
1.7.1. Variables Independientes	22
1.7.2. Variables dependientes	22
1.7.3. Variables empíricas	22
1.7.3.1. Variables empíricas de variables independientes	22
1.7.3.2. Variables empíricas de variables dependientes	23
1.7.4. Indicadores	23
1.7.4.1. Indicadores para medir variables independientes	23
1.7.4.2. Indicadores para medir variables dependientes	23
1.8. Aspectos metodológicos de la investigación	24
1.8.1. Tipo de estudio	24
1.8.2. Método de investigación	24
1.8.3. Técnicas de investigación	25
1.8.4. Selección de la muestra	26
1.8.5. Fuentes de investigación	27
1.8.6. Tratamiento de la información	28
1.9. Resultados e impactos esperados	28

CAPÍTULO 2: ANALISIS, PRESENTACION DE RESULTADOS Y DIAGNOSTICO

2. Análisis, presentación de resultados y diagnóstico	29
2.1. Análisis de la situación actual	29
2.1.1. Estructura organizacional	30
2.1.1.1. Organigrama	30
2.1.1.2. Misión	31
2.1.1.3. Visión	31
2.1.1.4. Valores	31
2.2. Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas	32
2.2.1. Análisis FODA	32
2.2.1.1. Principales fortalezas	32
2.2.1.2. Principales debilidades	32
2.2.1.3. Principales oportunidades	33
2.2.1.4. Principales amenazas	33

	Pág.
2.2.2. Análisis matriz FOFA - DODA	33
2.2.3. Análisis de estrategias ofensivas y defensivas	35
2.2.3.1. Área de iniciativa estratégica ofensiva	35
2.2.3.2. Foco de acciones ofensivas	36
2.2.3.3. Área de iniciativa estratégica defensiva	37
2.2.3.4. Foco de acciones defensivas	38
2.3. Presentación de resultados y diagnósticos	39
2.3.1. Técnicas de análisis	39
2.3.1.1. Informe de observación directa	39
2.3.1.1.1. Introducción	39
2.3.1.1.2. Metodología	39
2.3.1.1.3. Descripción general de la técnica de observación	40
2.3.1.1.4. Conclusión del informe de observación	41
2.3.1.2. Informe de entrevista personal y directa	41
2.3.1.2.1. Introducción	41
2.3.1.2.2. Metodología	41
2.3.1.2.3. Descripción general de la técnica de entrevista	42
2.3.1.2.4. Conclusión del informe de entrevista	43
2.3.1.3. Análisis de encuestas	43
2.4. Verificación de hipótesis	54

CAPITULO 3: PROPUESTA DE CREACION

3. Propuesta de creación	56
3.1. Introducción	56
3.2. Plan de Marketing para la creación de la empresa propuesta	57
3.2.1. Análisis de la situación	57
3.2.1.1. Misión	58
3.2.1.2. Visión	58
3.2.1.3. Valores Organizacionales	58
3.2.2. Objetivos del plan de marketing	59
3.2.3. Análisis de oportunidades y alternativas	59
3.2.3.1. Principales fortalezas	59

	Pág.
3.2.3.2. Principales oportunidades	60
3.2.3.3. Principales debilidades	60
3.2.3.4. Principales amenazas	60
3.2.3.5. Análisis FOFA - DODA	61
3.2.4. Desarrollo de las estrategias del Marketing mix	62
3.2.4.1. Estrategias de política de producto	62
3.2.4.2. Estrategias de política de precio	64
3.2.4.3. Estrategias de política de promoción	64
3.2.4.4. Estrategias de política de plaza	65
3.2.4.5. Estrategias de política de personal	66
3.2.4.6. Estrategias de política de elementos físicos (Physical Evidence)	69
3.2.4.7. Estrategias de políticas de procesos	71
3.2.5. Costos totales de implementación de las estrategias	72
3.2.6. Análisis Financiero	73
3.2.6.1. Aspectos Financieros y económicos	73
3.2.6.2. Tabla de amortización – Préstamo Plan estratégico	73
3.2.6.3. Panorama financiero – Escenario alentador	74
3.2.6.3.1. Flujo de Caja	74
3.2.6.3.2. Estado de resultados proyectado	74
3.2.6.3.3. Tasa Interna de Retorno	75
3.2.6.3.4. Valor Actual Neto (VAN)	75
3.2.6.4. Panorama financiero – Escenario negativo	76
3.2.6.4.1. Flujo de Caja	76
3.2.6.4.2. Estado de resultados proyectado	76
3.2.6.4.3. Tasa Interna de Retorno	77
3.2.6.4.4. Valor Actual Neto (VAN)	77
Conclusiones	78
Recomendaciones	79
Bibliografía	80
Anexos	85

INTRODUCCIÓN

Es común escuchar o leer conceptos como planeación, Organización, Calidad Total, estrategias, tecnología, etc. en grandes Industrias y Corporaciones, mientras que en pequeñas y medianas empresas se supone que no requieren de tantas técnicas sino que basta con la experiencia de la práctica y por que no, un poco de buena suerte.

Si bien lo que indica el párrafo anterior tiene su fundamento en la práctica, es también importante anotar que las pequeñas y medianas empresas son un elemento vital en el desarrollo de un país, es una constante generadora de empleos y es proveedora natural de la gran empresa.

Las pequeñas y medianas empresas no deben quedarse atrás y es de vital importancia la innovación y organización para obtener mejores resultados. Una de las formas de innovar es estar actualizado en cuanto a tecnología. De hecho, se dice que estamos en un nuevo tipo de sociedad llamada Sociedad de la información, que actualmente reemplazó a la Sociedad Agraria e Industrial.

Se debe tener presente que las Tics¹ son solo un instrumento (eso sí, muy potente y flexible) para la gestión de las empresas. Por lo tanto, es imprescindible la aplicación de nuevas tecnologías para obtener un continuo desarrollo dentro de cualquier empresa sea esta pequeña, mediana o grande.

En base a lo anteriormente expuesto y considerando que las pequeñas y medianas empresas pueden y deben estar a la misma altura que una gran organización o corporación, se hace la propuesta de creación de una empresa que mejore y consolide los procesos organizacionales en las PYMES², basado en soluciones tecnológicas con software desarrollado y aplicado a las necesidades de cada negocio.

¹ Tecnología de la Información y comunicación.

² Pequeñas y Medianas empresas

CAPÍTULO 1

1. Diseño de la Investigación

1.1. Antecedentes de la investigación

La aplicación de programas informáticos como la facturación electrónica, software de transporte, entre otras herramientas contables, se vuelve más común en la red cibernética. De hecho, se convierten en el enganche perfecto de la oferta de servicios para las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas, sobre todo, en época de crisis.

Las Pymes son muy tradicionales, llevan el sistema operativo contable a mano y, en el mejor de los casos, llegan al excel. Uno de los motivos principales para esta negativa es que desconocen acerca del avance tecnológico y consideran que un sistema como estos debe ser caro.

En el año 2008, se presentaron nuevas soluciones tecnológicas para pequeñas y medianas empresas. Se realizó un seminario taller en la ciudad de Guayaquil en el cual se demostró la utilidad de las nuevas herramientas tecnológicas. Las Pymes invitadas fueron las que contaban con equipos de entre cinco y 100 computadores, lo cual no abarca a aquellos pequeños negocios que en muy escasas ocasiones cuentan con un solo equipo pero que podrían implementar de mejor forma sus negocios para obtener mejores resultados.

Este evento tuvo sus falencias las cuales se pretenden mejorar con esta propuesta. La evolución histórica de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TIC, en su corta andadura de menos de 40 años, vive un camino paralelo al de las corrientes organizativas que han sido implantadas en las empresas. La coincidencia de este hecho obedece a una condición de reciprocidad entre los cambios organizativos y los tecnológicos que los posibilitan.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

En esta evolución histórica, podemos determinar cuatro etapas que resumen el cambio producido en relación a la aplicación de las tecnologías de la información:

Tabla No.1
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES

Desde 1950	Desde 1980	Desde1990	Desde1995
1ª GENERACIÓN	2ª GENERACION	3ª GENERACIÓN	4ª GENERACIÓN
Aplicaciones	Bases de datos	Redes y	Telecomunicaciones
Aisladas	e integración	terminales	Digitalización
			Internet
			Rediseño procesos
		Procesos	Comerciales
	Procesos	de gestión	
	Procesos administrativos		

Fuente: Ing. José Manuel Huidobro, www.monografias.com
Revisado y modificado por: Mariela Jiménez

1.2. Problema de investigación

1.2.1. Planteamiento del problema

La toma de decisiones en pequeñas y medianas empresas aún posee métodos empíricos en cuanto al manejo de sus registros tanto de inventarios, facturación, contabilidad y pagos a proveedores, lo que ocasiona un obstáculo en el aprovechamiento de oportunidades.

Los dueños de pequeños y medianos negocios suelen colocar una barrera ante la incursión de tecnología, en algunos casos por desconocimiento del tema, por falta de recursos o sencillamente por no desear invertir. Hoy en día existen muchas oportunidades de negocios en el mercado, tanto de la empresa pública como privada, lastimosamente las PYMES no cuentan con el respaldo suficiente como para adquirir dichos negocios, no cuentan con la estructura, ni organización, ni procesos para hacerlo.

La ausencia de innovación en un negocio sea este pequeño o mediano dará como resultado la disminución o carencia de oportunidades, los pequeños y medianos negocios tendrían que conformarse con subsistir en el mercado.

El uso de herramientas tecnológicas les podría permitir a las empresas estar a la vanguardia, mantener una innovación constante y agilizar sus procesos de una forma práctica, económica y que les permita mejorar sus resultados.

1.2.2. Formulación del problema de investigación

¿En qué medida la creación de una empresa que comercialice software desarrollado facilitaría el manejo de los PYMES bajo herramientas informáticas?

1.2.3. Sistematización del problema de investigación

- ¿Cuál es el proceso de control interno que actualmente utilizan las PYMES?
- ¿Qué nivel de instrucción educativa posee el personal que labora en las PYMES?
- ¿Cómo impacta una solución tecnológica en las PYMES y en qué medida los propietarios de estas poseen apertura al cambio?
- ¿Cuánto estarían dispuestos a invertir los dueños de las PYMES para mejorar sus procesos internos?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Elaborar un modelo de empresa que comercialice software desarrollado, facilitando el manejo de las PYMES bajo herramientas informáticas.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar el proceso de control interno que actualmente utilizan las PYMES.
- Definir el nivel de instrucción educativa que poseen las personas que trabajan en las PYMES.
- Identificar como impactan las soluciones tecnológicas en las PYMES Y en que medida los dueños de estos negocios están consientes de la necesidad de implementar tecnología para mejorar los procesos internos.
- Determinar el nivel de inversión en el que estarían dispuestos a incursionar los dueños de PYMES.

1.4. Justificación de la investigación

Hay que tener en cuenta que en Ecuador, un alto porcentaje de las empresas con menos de diez empleados pertenecen al sector informal y por lo tanto quedan excluidas de los planes formales de crédito y de fomento.

Las empresas innovadoras son las que han introducido innovaciones de producto y/o de proceso en los últimos años. Las pequeñas empresas cuentan con algunas ventajas, así como desventajas para la innovación. Las PYMES carecen de burocracia y sus propietarios reaccionan con rapidez ante situaciones nuevas. Las empresas de menor tamaño tienen más eficiencia innovativa que las grandes empresas.

La magnitud del capital de trabajo permite adaptarlo fácilmente a nuevos procesos de producción. Puede modificarse también el tipo de empresa (tamaño y

organización) que mejor se adapta a las nuevas condiciones creadas por el desafío externo.

La empresa pequeña está en relación más estrecha con sus clientes y puede enterarse rápidamente de los cambios en la demanda de los consumidores. Puede desarrollar capacidades específicas en ciertas áreas técnicas, atendiendo a mercados más reducidos pero muy sofisticados.

No cuentan o tienen un número muy limitado de técnicos y especialistas de alta calificación. Rara vez patenta sus innovaciones pero está frecuentemente limitada por las patentes registradas por los demás.

La comunicación hacia fuera (con el mercado internacional, con el gobierno, con otras empresas, etc.) suele ser pobre. Cuando está sometida a regulaciones tropieza con dificultades para cumplirlas.

No dispone de capital propio y tampoco de capital de riesgo o préstamos de terceros para enfrentar gastos de I&D³. Ante un incremento de demanda que la impulse a crecer rápidamente, enfrenta limitaciones de capital propio o externo.

1.5. Marco de referencia de la investigación

1.5.1. Marco teórico

Para llevar a cabo esta investigación es necesario definir ciertos fundamentos teóricos que ayudarán a encajar el problema planteado, además que nos servirá de fundamento para la formulación de las hipótesis y nos brindará todos los argumentos necesarios para evaluar la consistencia de esta investigación. A continuación definiremos los siguientes fundamentos:

- Fundamento Filosófico
- Fundamento psicológico
- Fundamento sociológico

³ Investigación y Desarrollo

- Fundamento de la Administración empresarial
- Fundamento legal

A continuación se analizará cada uno de estos fundamentos para determinar el marco teórico de este tema de investigación.

1.5.1.1. Fundamento filosófico

La tecnología es un concepto amplio que abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos, para satisfacer necesidades humanas⁴.

En la sociedad, la tecnología es consecuencia de la ciencia y la ingeniería, aunque muchos avances tecnológicos sean posteriores a estos dos conceptos. La palabra tecnología proviene del griego tekne (técnica, oficio) y logos (ciencia, conocimiento)⁵.

La tecnología puede referirse a objetos que usa la humanidad (como máquinas, utensilios, hardware), pero también abarca sistemas, métodos de organización y técnicas.

Según la Real Academia de la lengua española, la tecnología es el conjunto de teorías y técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.

Dentro del planteamiento de este tema, tecnología se refiere a la implementación innovadora en las pequeñas y medianas empresas. Comúnmente este tipo de empresas no aplica mucho la tecnología, pero la filosofía que se plantea es, proponer una solución tecnológica a través de un software desarrollado que permita a estas PYMES crear procesos dentro de sus negocios y a su vez que estos se consoliden y permitan mayor eficiencia.

⁴ <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>

⁵ <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>

Una vez definida la tecnología es importante determinar que son las PYMES, lo cual resulta un poco complicado pues no se puede definir con exactitud pero si se puede parametrizarlas en un rango acorde a nuestro país.

En el Ecuador se clasifica a las Pymes de la siguiente manera:

- Microempresa: hasta 10 trabajadores y activos fijos \$10,000.
- Pequeña empresa: es una unidad que posee un ingreso bruto anual hasta USD\$1,000,000.00; hasta 50 trabajadores y activos fijos hasta \$500,000.00.
- Mediana empresa: ingreso bruto anual desde \$1,000,001.00 hasta \$3,000,000.00; trabajadores de 51 hasta 99; activos fijos \$500,001 hasta \$2,500,000.00

Una vez referidos los conceptos y definiciones de tecnología y Pymes, se realiza el desarrollo del fundamento psicológico, el cual nos ayudará a analizar un poco mas a fondo el comportamiento del segmento del mercado a evaluar.

1.5.1.2. Fundamento psicológico

Es importante señalar la visión que tiene todo propietario de negocio cuando recién lo inicia. La idea que todo emprendedor tiene cuando empieza a generar ideas para su negocio va encaminada a buscar el éxito y la generación de rentabilidad. Pero en el caso de microempresarios por lo regular buscan de forma empírica armar sus procesos y forma de organización, pero ¿por qué no buscar estar al día en el auge tecnológico y competir con las demás empresas y microempresas con bases que les permitan con eficiencia ganar buenos negocios?

Existen diferentes definiciones para los emprendedores, unas los contemplan como los creadores, dueños y administradores de empresas. Otras destacan la presencia de riesgos financieros como su característica clave.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Los dueños de pequeños negocios establecen y administran sus empresas para satisfacer sus objetivos personales, mientras que los emprendedores crean sus negocios con el propósito de hacerlo crecer.

Las razones por las cuales los microempresarios se embarcan en la aventura de iniciar una empresa, son:

- Necesidad de independencia
- Crecimiento personal
- Búsqueda de una alternativa que brinde mayores satisfacciones
- Búsqueda de rentabilidad
- Seguridad y estabilidad laboral

Si deseamos salir del círculo vicioso, en el que los factores exógenos⁶ son los que dominan nuestras decisiones empresariales, innovar es la única salida. Los negocios que innovan crecen de forma sostenida, mantienen clientes más fieles, aumentan su cuota de mercado y generan más beneficios. Lo más importante es que toman el control de sus negocios gracias a su capacidad para seguir generando beneficios.

En un mercado global en permanente estado de cambio y con el surgimiento de serias amenazas por parte de la industria de otros países, el lanzamiento de novedades que aporten valor útil para el usuario final resulta imprescindible no sólo para sobrevivir, sino para crecer de forma sostenible a largo plazo.

Las empresas compiten hoy en un entorno global, es decir, en mercados mundiales y con competidores procedentes de todas las partes del globo⁷, y los mercados demandan cada vez más novedades: por una parte, el consumidor, para satisfacer su necesidad de reafirmar su individualidad, su necesidad de ser diferente, y porque sus gustos, por efecto de las modas, cambian más deprisa; por otra parte, los distribuidores e intermediarios, para aumentar su capacidad de diferenciación respecto a los competidores.

⁶ Los que provienen del ambiente exterior, como nuevas tecnologías.

⁷ Refiérase al mundo entero.

Además, los clientes directos han aumentado su poder porque hoy los mercados tienen un exceso de oferta y porque son los que están más cerca del usuario final, lo que provoca una competencia feroz para conseguir espacio en el punto de venta. Hay una creciente competencia de países emergentes que ofrecen unos niveles de calidad similares a precios muy reducidos gracias a sus bajos costos. Esta competencia se da con productores autóctonos de los países emergentes, o incluso con empresas occidentales deslocalizadas que disponen de un elevado know-how⁸ y aprovechan las ventajas de costos de esos países.

Hemos desarrollado el entorno psicológico de nuestra investigación, pero es necesario también referirse al aspecto sociológico, para analizar el significado y las influencias culturales que motivan a una tendencia de comportamiento en los actores de esta investigación mientras están en el entorno analizado.

1.5.1.3. Fundamento sociológico

Hoy en día se observa un cambio en la forma en que el hombre valora la naturaleza y la usa racionalmente con criterios de sostenibilidad y sustentabilidad. Se ha venido comunicando a la sociedad una conciencia ecológica. Las empresas por su parte, están llamadas a cultivar una responsabilidad social. La tarea suprema de la tecnología es a favor del hombre y su bienestar, incluyendo las futuras generaciones.

Varias compañías importantes del medio han buscado la forma de incentivar y fomentar en las pequeñas y medianas empresas el deseo de mejorar su productividad y competitividad.

La mayoría de estos proyectos han sido puestos en marcha alcanzando significativos resultados pero no han llegado más allá. Básicamente se quedan en medianas empresas, quienes son capaces de adquirir préstamos importantes a

⁸ Saber hacer

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

largos plazos, pero no se debería dejar de lado a aquellas empresas más pequeñas; a las tiendas de barrio, quienes también necesitan mejorar sus procesos e innovar sus capacidades de atención al cliente.

Las actividades de las empresas se ven afectadas por las decisiones y hechos que se dan en otros ámbitos, esto es, el entorno socioeconómico en q la empresa desarrolla su actividad. El entorno de la empresa suele estar constituido por aquellos factores sobre los que no tiene una influencia directa y los cuales condicionan su actividad.

El entorno general es aquel en el que la empresa comparte dicho entorno con otras empresas, aunque se dediquen a actividades diferentes. Pueden definirse por diferentes ámbitos dependiendo del área de actuación de una empresa, esta puede ser mundial, nacional, regional o local. Cada uno de estos ámbitos viene condicionado por factores económicos, políticos-legales, científicos, socio-culturales y tecnológicos⁹.

Una vez analizados los fundamentos filosófico, psicológico y sociológico, es necesario también enfocar este diseño de investigación a la administración empresarial, definir todos los campos que debe cubrirse para hacer un buen análisis.

1.5.1.4. Fundamento de la administración empresarial

La tecnología en la gestión empresarial es la aplicación de un conjunto de prácticas que le permiten establecer una estrategia en materia de tecnología congruente con sus planes de negocio.

El aplicar tecnología en empresas pequeñas y medianas se revela en el ambiente de gestión empresarial a través de sus planes, políticas y estrategias.

⁹ <http://html.rincondelvago.com/empresas-y-su-entorno-socioeconomico.html>

La iniciación de un plan tecnológico consiste en aplicar las siguientes acciones o pasos:

- Inventariar.- Consiste en recopilar tecnologías disponibles a nivel mundial.
- Vigilar.- Significa estar alerta sobre nuevas tecnologías.
- Evaluar.- Determinar la competitividad y el potencial tecnológico propio.
- Enriquecer.- dentro de esta etapa se trata de:
 - Diseñar estrategias de investigación y desarrollo
 - Priorizar tecnologías emergentes
 - Definir estrategias de adquisición de equipo y tecnologías externas
 - Definición de proyectos conjuntos
 - Determinar estrategias de financiamiento
- Asimilar.- El potencial tecnológico, mediante:
 - Programas de capacitación
 - Gestión eficiente de recursos
- Proteger.- estableciendo una política de propiedad intelectual.

La riqueza de una empresa o de cualquier comunidad humana proviene del trabajo de las personas. La innovación tecnológica es un requisito de la creación de la riqueza, tiende a serlo cada vez más.

Las empresas tienden a utilizar sistemas de gestión de información, conocidos como ERP¹⁰, Este sistema se encarga de integrar diferentes áreas en una empresa, eso es lo que se busca como empresa pequeña o mediana. La idea es generar un software que permita integrar diversos campos como ventas, inventario, facturación, caja, cobranzas. En una empresa pequeña o mediana es mas sencillo pero no por eso menos importante.

Luego de definir a las Pymes para este caso de estudio, es importante fundamentar a que nos referimos con procesos, estructura organizacional, organización, misión,

¹⁰ Enterprise resource planning, en español: Sistemas de planificación de recursos empresariales.

“Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil”.

visión, valores organizacionales, todo esto encierra lo que es una planificación estratégica.

Un proceso de negocio es un conjunto de tareas relacionadas lógicamente llevadas a cabo para lograr un resultado de negocio definido. Cada proceso de negocio tiene sus entradas, funciones y salidas. Las entradas son requisitos que deben tenerse antes de que una función pueda ser aplicada. Cuando una función es aplicada a las entradas de un método, tendremos ciertas salidas resultantes.¹¹

En otras palabras podríamos decir que el proceso que lleva a cabo una empresa sea esta pequeña o mediana son todas las actividades que se llevan a cabo y que dan como resultado un producto o servicio el cual es ofrecido a los clientes.

En cuanto a estructura Organizacional se la define como las distintas formas en que se puede dividir el trabajo dentro de una organización con el fin de alcanzar los objetivos planteados¹².

Al hablar de estructura estaremos definiendo los actores dentro de la planificación, las funciones que realizarán cada uno de ellos dentro del proceso a gestionarse. El resultado que estos individuos generen será representado en la rentabilidad o pérdida del negocio. Para establecer la estructura es necesario definir un organigrama.

El organigrama no es otra cosa que una representación gráfica de la estructura de la empresa, en algunos casos indicando jerarquías y competencias¹³.

Luego del organigrama se deben definir aspectos como misión, visión y valores, estos determinados de la siguiente manera:

¹¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Proceso_de_negocio

¹² <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf>

¹³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>

La Misión es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión. En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar.

La visión es un elemento complementario de la misión que impulsa y dinamiza las acciones que se lleven a cabo en la empresa. Ayudando a que el propósito estratégico se cumpla. Para esto se define una fecha en la cual se espera alcanzar dichos propósitos.

Así también podemos definir que en la misión también deben estar involucrados los valores y principios que tienen las empresas, para que todo aquel que tenga algo que ver con la organización sean estos trabajadores, competidores, clientes, etc. Conozcan las características de la misma¹⁴.

Una parte vital dentro de la planeación estratégica está el análisis que se realice de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, análisis llamado FODA y de este análisis saldrán estrategias que se plantean para aprovechar dichas oportunidades y fortalezas y corregir las debilidades y amenazas.

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

En base al FODA podremos definir varias situaciones, entre esas realizar un análisis del foco de acciones ofensivas y defensivas con el fin de determinar donde existe mayor concentración de necesidad de aplicar estrategias y también se podría definir en que áreas de la empresa es necesario trabajar con mayor concentración.

¹⁴ http://www.trabajo.com.mx/mision_de_una_empresa.htm

Para concluir con los fundamentos no podemos dejar de lado la parte legal, el sector de las pequeñas y medianas empresas en el Ecuador constituye un importante aporte a la dinámica de la economía nacional, por ello es fundamental implementar acciones encaminadas a mejorar su competitividad e incrementar su participación en el comercio nacional e internacional. Como toda empresa que se desea crear debe mantener un margen legal.

1.5.1.5. Fundamento legal

Se debe cumplir con todos los requisitos establecidos, tales como permisos, tasas, Impuestos y cumplir con ciertas disposiciones que exigen el Estado y los Gobiernos Seccionales.

Así como la propuesta es la creación de una empresa y debería cumplir con todos aquellos requisitos, así también el objetivo de esta creación es apoyar a la microempresa a que cumpla con aquellos requisitos legales y tributarios.

Si las empresas del sector integraran a su programa de desarrollo esta tecnología, estas estarían en la capacidad de realizar oportunas tributaciones y para esto se ha pensado en capacitaciones como parte del plus de este proyecto.

La creación de una empresa está amparada por los siguientes instrumentos legales:

- Constitución Política de la República del Ecuador
- Código Tributario
- Código del Trabajo
- Ley de Régimen Tributario interno
- Ley de Registro Único de Contribuyentes
- Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos

“Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil”.

Actualmente en el Ecuador no existe una ley que regule a las Pymes o las trate como un fenómeno sistémico. Por ello, el MICIP (Ministerio de comercio exterior, industrialización, pesca y competitividad) y la FENAPI (Federación nacional de cámaras de la pequeña industria) redactaron un proyecto de ley con el objetivo de regular y asistir a este sector de la economía ecuatoriana.

Para que una empresa comience a funcionar es importante que se constituya como tal, es decir se debe constituir la empresa legalmente, pero primero hay que determinar qué tipo de organización empresarial será, ya sea esta natural o jurídica:

Persona natural, se entiende al ser humano o a la persona humana. Puede constituir una empresa unipersonal, para lo cual deberá solicitar su registro único de contribuyente (RUC), el permiso municipal de funcionamiento y llevar los libros de cuentas.

El propietario carece de derechos y obligaciones de carácter mercantil, comercial o societario; compromete su patrimonio personal en forma ilimitada, es decir, las deudas de la empresa son asumidas por el patrimonio propio de la empresa y además por el patrimonio personal del propietario.

Persona jurídica es aquella organización de personas naturales o jurídicas a quienes la ley les concede existencia legal. No tienen existencia física como la persona natural. Son representadas por una o más personas naturales.

A diferencia de la “Persona Natural”, la ley reconoce los derechos de la Persona Jurídica, la cual puede contraer obligaciones civiles y es apta para ser representada judicial y extrajudicialmente. La responsabilidad de la persona jurídica recae sobre el patrimonio de la misma, no está en riesgo el patrimonio personal del o los propietarios¹⁵.

¹⁵http://www.conquito.org.ec/creaempresa/index.php?option=com_content&view=article&id=33:propiedad-y-constitucion-legal-de-una-empresa&catid=22:formas-de-empresa&Itemid=126

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Una vez que está constituida la empresa debe obtener su respectivo RUC¹⁶ con el cual podrá iniciar su actividad comercial y podrá emitir facturas y hacer declaraciones tributarias para cumplir con todas las ordenanzas gubernamentales. La entidad encargada de proporcionar este registro es el Servicio de rentas internas, llamado SRI.

Luego una empresa que inicia debe cumplir con todas las ordenanzas municipales, obtener el permiso de funcionamiento y todos los permisos en general que se necesitan para iniciar un negocio.

Luego de haber analizado todos estos fundamentos han surgido varios términos que deben ser conceptualizados, se detallan a continuación.

1.5.2. Marco conceptual

Andadura.- recorrido o trayecto que cubre una persona, institución o proyecto.

Base de datos.- es un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso.

Burocracia.- abusiva influencia de los funcionarios de la administración pública.

Calidad Total.- es una alusión a la mejora continua, con el objetivo de lograr la calidad óptima en la totalidad de las áreas.

Capital de riesgo.- es una inversión de capital hecha para el lanzamiento, desarrollo inicial o expansión de un negocio. Provee capital accionario a empresas que no están listadas en la Bolsa.

Capital de trabajo.- es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

¹⁶ Registro Único de contribuyentes

Empíricos.- sin razonamiento, ni teoría que explique científicamente el fenómeno, basado en una práctica de repetición.

Emprendedor.- se denomina emprendedor o emprendedora a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha.

Estrategias.- se refiere al camino a seguir por una empresa para el logro de sus metas y objetivos.

Excel.- más conocido como Microsoft Excel, es una aplicación para manejar hojas de cálculo. Este programa es desarrollado y distribuido por Microsoft, y es utilizado normalmente en tareas financieras y contables.

Facturación electrónica.- es un documento electrónico que cumple con los requisitos legal y reglamentariamente exigibles a las facturas tradicionales.

Filosofía.- es el estudio de una variedad de problemas fundamentales acerca de cuestiones como la existencia, el conocimiento, la verdad, la moral, la belleza, la mente y el lenguaje.

Fundamentos.- Conjunto de principios iniciales a partir de los que se elabora, establecen o crea una cosa.

Hardware.- La Real Academia Española define al hardware como el conjunto de los componentes que conforman la parte material (física) de una computadora.

Hipótesis.- Afirmación que se considera lo suficientemente fiable o creíble como para basar sobre ella una tesis o teoría demostrada o confirmada con datos reales

Implementación.- es la realización de una aplicación, o la ejecución de un plan, idea, modelo científico, diseño, especificación, estándar, algoritmo o política.

Innovación.- es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.

Integración.- Acción y efecto de incorporarse o unirse a un grupo para formar parte de él.

Internet.- es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP¹⁷, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen, funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.

Organización.- es la acción y el efecto de articular, disponer y hacer operativos un conjunto de medios, factores o elementos para la consecución de un fin concreto.

Persona Natural.- es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal.

Persona Jurídica.- es una empresa que ejerce derechos y cumple obligaciones a nombre de ésta.

Planeación.- es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define un problema, se analizan las experiencias pasadas y se embozan planes y programas.

Procesos.- Se denomina proceso al conjunto de acciones o actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar con un fin.

¹⁷ Protocolo de control de transmisión/Protocolo de internet

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Programas informáticos.- es un conjunto de instrucciones que una vez ejecutadas realizarán una o varias tareas en una computadora. Sin programas, estas máquinas no pueden funcionar correctamente.

Redes.- Es el conjunto de recursos, tales como las líneas de transmisión, enlaces y nodos de conmutación, que permiten la comunicación entre usuarios de los terminales (teléfonos, estaciones de datos, etc.) conectados a ellas.

Rentabilidad.- se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.

Software.- es una palabra que proviene del idioma inglés, pero que gracias a la masificación de uso, ha sido aceptada por la Real Academia Española. Según la RAE, el software es un conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas que permiten ejecutar distintas tareas en una computadora.

Software desarrollado.- es un tipo particular de software que le permite al usuario el ejercicio de ejecutarlo con cualquier propósito, estudiar como funciona y adaptarlo a sus necesidades, distribuir copias, mejorarlo, y liberar esas mejoras al público.

Técnicas.- el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio y satisfacer las necesidades de las personas.

Tecnología.- el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio y satisfacer las necesidades de las personas.

Telecomunicaciones.- es una técnica consistente en transmitir un mensaje desde un punto a otro.

Terminales.- Interfaz de Línea de Comandos, es un método que permite a las personas dar instrucciones a algún programa informático por medio de una línea de texto simple.

1.6. Formulación de las Hipótesis y variables

1.6.1. Hipótesis general

¿La creación de una empresa que comercialice software desarrollado, permitirá mejorar el manejo de las PYMES bajo herramientas informáticas?

1.6.2. Hipótesis particulares

- ¿La identificación del proceso de control interno que utilizan actualmente las PYMES nos proveerá de información necesaria para desarrollar la solución tecnológica que los propietarios de estos negocios necesitan?
- ¿La evaluación de la instrucción educativa de las personas que trabajan en las PYMES nos permitirá plantear un esquema de inducción junto con la instalación de esta solución tecnológica?
- En la medida que las soluciones tecnológicas y la apertura al cambio ocupen un porcentaje alto de aceptación en los dueños de las PYMES, se logrará que sea aceptada la propuesta de innovación tecnológica para estos negocios.
- En la medida de nivel de inversión que los dueños de PYMES estén dispuestos a realizar, se planteara el nivel de robustez de la solución tecnológica a aplicar.

El siguiente paso será descomponer las hipótesis en variables, estas serán independientes, dependientes y empíricas y cada una tendrá sus respectivos indicadores.

1.7. Variables y su operacionalización

Con el fin de buscar la información adecuada para interpretar y comprobar las hipótesis, si estas se cumplen o no, es necesario descomponerlas en variables que expondrán la causa y efecto de cada una de ellas y los indicadores necesarios que se aplicaran para comprobarlos. (Ver Anexo No.1)

1.7.1. Variables Independientes

- Creación de una empresa que comercialice software desarrollado
- Identificación del proceso de control interno que utilizan las PYMES
- Evaluación de la instrucción educativa de las personas que trabajan en las PYMES
- Identificación del nivel de apertura al cambio hacia soluciones tecnológicas
- Reconocimiento del nivel de inversión que los dueños de PYMES estén dispuestos a realizar

1.7.2. Variables dependientes

- Mejoramiento del manejo de las PYMES bajo herramientas informáticas
- Provisión de información necesaria para desarrollar la solución tecnológica
- Planteamiento del tipo de inducción a impartir con la instalación del software desarrollado
- Aceptación de la propuesta de innovación tecnológica para estos negocios
- Exposición del nivel de robustez de la solución tecnológica a aplicar

1.7.3. Variables empíricas

1.7.3.1. Variables empíricas de variables independientes

- Creación de una empresa que comercialización de software desarrollado
- Proceso de control de inventarios e ingresos y gastos

- Nivel de instrucción educativa de las persona que trabajan en PYMES
- Apertura al cambio
- Nivel de inversión

1.7.3.2. Variables empíricas de variables dependientes

- Mejora de procesos de las PYMES
- Desarrollo de solución tecnológica
- Inducción con la instalación del software desarrollado
- Aceptación de la propuesta de innovación tecnológica
- Nivel de robustez de la solución tecnológica

1.7.4. Indicadores

1.7.4.1. Indicadores para medir variables independientes

- Porcentaje de PYMES que utilizan software desarrollado
- Porcentaje del método de control de inventario que llevan las PYMES
- Porcentaje de nivel de educación de los dueños de Pymes
- Porcentaje de consideración en la incursión de tecnología en el manejo de negocios
- Porcentaje de nivel de inversión

1.7.4.2. Indicadores para medir variables dependientes

- Porcentaje de PYMES que llevan procesos generales en sus negocios
- Porcentaje de PYMES que utilizan algún programa contable
- Porcentaje del nivel de educación de los empleados de las PYMES
- Porcentaje de aceptación a la adquisición de un software desarrollado
- Porcentaje de ventas mensuales

1.8. Aspectos metodológicos de la investigación

Con respecto a la metodología de la investigación que se utilizará esta categorizada en los siguientes aspectos, tales como el tipo de estudio, los métodos de investigación, las técnicas a utilizarse, la selección de la muestra, fuentes de investigación y por último el tratamiento que se dará a la información recolectada.

1.8.1. Tipo de estudio

Para el estudio de esta investigación se utiliza el tipo de investigación exploratoria ya que se refiere a una propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a Software desarrollado para el manejo de pequeñas y medianas empresas, luego se irá desarrollando una investigación descriptiva, la misma que nos permite medir y comparar las variables.

1.8.2. Método de investigación.

Con el fin de probar las hipótesis planteadas y comprobar que la creación de una empresa que comercialice software desarrollado, permitirá que las pequeñas y medianas empresas puedan mejorar su manejo bajo herramientas informáticas se aplican los siguientes métodos de investigación.

El método de razonamiento deductivo el cual parte de la teoría de mejorar los procesos en las PYMES lo cual permite evaluar el marco teórico, avanza con el planteamiento de hipótesis, seguido por la observación de todos los factores que rodean este caso y por ultimo hacer la verificación de las hipótesis.

Se aplica el método analítico para estudiar por separado las partes que conforman una PYME haciendo un análisis de presentación de resultados y diagnostico y luego se relacionan entre sí para comprobar el presente estudio.

En el presente estudio se emplea también el método del objetivismo, es necesario ser muy realistas con los datos que se registran y de hecho la información que se recopila es en base a datos reales obtenidos desde el propio mercado analizado.

1.8.3. Técnicas de investigación

Para el presente estudio se aplican varias técnicas de investigación las cuales nos permiten construir la información adecuada por medio de indicadores. En primer lugar tenemos la búsqueda bibliográfica, con esta técnica indagamos en todo lo que respecta al marco teórico y todos los fundamentos que este encierra, así como los antecedentes y aplicaciones previas que se hayan efectuado de este caso de estudio.

Luego tenemos la observación, para lo cual se realiza una observación natural, directa y estructurada al sector al que se enfoca este caso de estudio. La observación se realiza en las parroquias García Moreno, Ximena y Tarqui con el fin de analizar el comportamiento de los negocios situados en estos sectores.

Se realizan entrevistas a los propietarios de un determinado número de PYMES. Se les consulta sobre la estructura de su negocio y demás preguntas que permitan percibir de mejor manera cual sería su Misión, Visión, Valores, etc., ya que por lo regular este tipo de empresas no tienen definida una estructura de Planeación estratégica.

Las entrevistas serán realizadas a 15 propietarios de PYMES, ubicados 5 en cada una de las parroquias planteadas en esta investigación. Se elaborará un pequeño cuestionario de preguntas para cada uno, de manera que se sea una entrevista breve y concisa.

Se realiza también encuestas a los dueños de PYMES basándonos en la muestra generada, esta encuesta será generada en base a los indicadores resultantes de las

variables empíricas independientes y dependientes. El análisis de estos resultados nos dará la verificación de las hipótesis.

Estas se harán aleatorias dentro de la población establecida y de acuerdo a la muestra obtenida. Se elaborará un cuestionario con diez preguntas cerradas.

1.8.4. Selección de la muestra

Para poder obtener un muestra real es necesario primero identificar la población, para el presente caso de estudio la población a la cual se abarca son las pequeñas y medianas empresas ubicadas en las parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil.

La Parroquia García Moreno comprende, las calles Gómez Rendón y Lizardo García, el estero Mogollón, limitando con la avenida Quito, las escuelas para ciegos y sordomudos, el barrio de las casas colectivas del IESS, la capilla Santo Domingo y el Mercado Municipal forman parte de su jurisdicción.

La Parroquia Tarqui inicia en las faldas de los cerros Santa Ana y del Carmen y abarcan todo el sector norte hasta el límite con el río Guayas, y por el lado Sur va desde la intersección de las avenidas Quito y Nueve de Octubre hasta el perímetro urbano del puerto que, según la Municipalidad, llega al km 26 de la vía a la costa. Esta parroquia avanza incluso hasta el km 28 de la vía a Daule.

La Parroquia Ximena Contiene a los parques Forestal y de La Armada, el Centro Cívico, Planetario, Puerto Nuevo en el extremo sur de la ciudad, las iglesias de María Auxiliadora, Stella Maris, La Dolorosa, los colegios Cristóbal Colón, Domingo Comín, Santiago de las Praderas, la Universidad Politécnica Salesiana, la Universidad Agraria y la Maternidad del Guasmo.

“Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil”.

El total de las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la Parroquia García Moreno es de 648, en la Parroquia Ximena es de 578 y en la Parroquia Tarqui es de 1101¹⁸.

La selección de la muestra se la hará intencional por definición de hipótesis. Esto significa que para nuestra investigación se requieren elaborar, 87 encuestas en la Parroquia García Moreno, 85 en la Parroquia Ximena y 92 en la Parroquia Tarqui. Estos resultados son en base a las siguientes fórmulas, donde:

N: Tamaño de la población GM (648), X (578), T (1101)

e: Error de estimación (0,1)

n: Tamaño de la muestra

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

GARCIA MORENO

$$n = \frac{648}{(0,1)^2(648-1)+1}$$

$$n = \frac{648}{(0,1)^2(647)+1}$$

$$n = 648/7,47$$

$$n = 86,75$$

XIMENA

$$n = \frac{578}{(0,1)^2(578-1)+1}$$

$$n = \frac{578}{(0,1)^2(577)+1}$$

$$n = 578/6,77$$

$$n = 85,38$$

TARQUI

$$n = \frac{1101}{(0,1)^2(1101-1)+1}$$

$$n = \frac{1101}{(0,1)^2(1100)+1}$$

$$n = 1101/12$$

$$n = 91,75$$

1.8.5. Fuentes de investigación

A lo largo de toda la presente investigación se emplean diversas fuentes que nos proveen de información necesaria para el desarrollo de este estudio, Las fuentes utilizadas para la recopilación de información en esta investigación son por una parte las personas que colaboran con las entrevistas y encuestas, en la facilitación de textos y documentos que alimentan esta investigación.

¹⁸ Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública de la M.I. Municipalidad de Guayaquil.

Otra de las fuentes son los documentos impresos y digitales encontrados esto nos ayuda con toda la parte documental y a respaldar la presente tesis.

1.8.6. Tratamiento de la Información

Con la metodología indicada anteriormente procederemos a obtener datos que nos permitirán evaluar si el proyecto es viable o no. Con los datos obtenidos podremos analizarlos e interpretarlos con métodos de análisis cuantitativos y cualitativos.

Utilizaremos Estadística descriptiva para cada variable obtenida y Estadística inferencial para el análisis de datos.

1.9. Resultados e impactos esperados

Esta propuesta espera alcanzar en el corto plazo un acercamiento a las PYMES ubicadas en las parroquias antes mencionadas e ir indagando la probabilidad de implementar tecnología y procesos en esos negocios.

Más aun en el mediano plazo se espera alcanzar un 50% de aceptación por parte de los propietarios de PYMES en cuanto a la implementación de tecnología en sus negocios.

Mientras que en el largo plazo, buscamos alcanzar el 90% de aceptación en la innovación de PYMES, esperamos que los dueños de negocios se sientan motivados y convencidos de que aplicar tecnología en sus pequeñas y medianas empresas será resultado de mayores ingresos y mejor posicionamiento en el mercado.

CAPÍTULO 2

2. Análisis, presentación de resultados y diagnóstico

2.1. Análisis de la situación actual

Las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la Parroquia García Moreno, Tarqui y Ximena consideradas para este análisis son aquellas cuya actividad comercial este dentro de los siguientes parámetros:

- Librerías
- Papelerías
- Bazares

Como ya se había establecido en el capítulo anterior, la recolección de información se realiza en base a entrevistas largas compuestas por preguntas abiertas y encuestas.

Se realizan entrevistas a quince propietarios de PYMES por Parroquia enfocadas a nuestro segmento de mercado, escogidas estratégicamente tratando de abarcar los diferentes puntos principales de la población establecida para esta Investigación.

Este levantamiento de información se realiza de forma individual para luego consolidarlo y obtener un extracto de la situación actual de las PYMES en este segmento establecido. La entrevista es personal y directa enfocada básicamente a extraer los datos requeridos. (Ver Anexo No.2)

A continuación presentamos el resumen promedio de la situación actual de las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la Parroquias descritas para esta Investigación, en base a las entrevistas realizadas.

2.1.1. Estructura organizacional

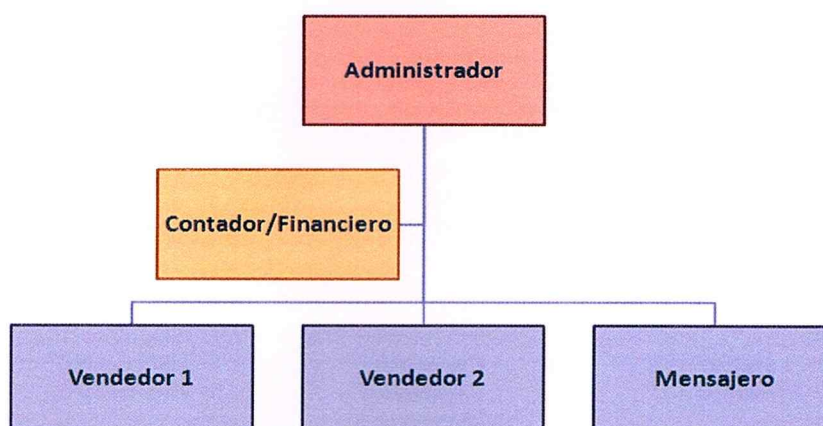
2.1.1.1. Organigrama

Se percibe que las pequeñas y medianas empresas ubicadas en las Parroquias establecidas para esta Investigación poseen un promedio entre 4 a 10 empleados, dependiendo del tamaño del negocio, organizados de la siguiente manera.

- **Administrador:** Por lo general es el dueño del negocio, quien está pendiente de todas las situaciones que se presentan a diario.
- **Contador o Financiero:** Suele tratarse del cónyuge del dueño o de algún familiar de confianza, quien lleva los libros o registros de ingresos y egresos diarios.
- **Mensajero:** personal contratado para realizar gestiones fuera del lugar del negocio.
- **Vendedor:** personal contratado para ofrecer al público los productos que se comercializan en el negocio, dependiendo del tamaño del mismo se necesitan de 1 a 7 vendedores.

Figura No.1

Organigrama de una PYME



Fuente: www.monografias.com / Planeación estratégica de la pequeña empresa

Elaborado por: Luis Andreni Fuentes y Fuentes

2.1.1.2. Misión

Se percibe en base a las preguntas realizadas que son microempresas comprometidas a brindar la mejor atención a su clientela a un menor precio competitivo y obteniendo un adecuado margen de rentabilidad.

2.1.1.3. Visión

Se aprecia en base a las entrevistas efectuadas que estas Microempresas desean ser para el 2016 las Pymes con mayor proyección de crecimiento, manteniendo precios competitivos y una adecuada rentabilidad, mejorando cada día el servicio al cliente.

2.1.1.4. Valores

Se observa en la investigación realizada que los valores fundamentales establecidos dentro de las Microempresas de las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena las cuales conforman esta investigación son los siguientes:

- Honestidad
- Innovación
- Comunicación
- Cumplimiento con disposiciones Municipales y Gubernamentales
- Puntualidad
- Servicio
- Transparencia
- Respeto

Estos valores nos permitirán establecer las prioridades que poseen las PYMES dentro de sus negocios, de su personal, de sus decisiones.

2.2. Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas.

2.2.1. Análisis F.O.D.A.

Por medio de este análisis se identifica los factores internos y externos que afectan a las microempresas y los detallamos a continuación:

2.2.1.1. Principales Fortalezas

- F1: La atención a los usuarios es directa y personalizada.
- F2: Los dueños de microempresas son emprendedores con deseos de invertir en tecnología
- F3: Al vender de contado se garantiza dinero fresco para seguir invirtiendo día a día
- F4: La ubicación del negocio brinda facilidades a los usuarios del sector y evita que tengan que buscar alternativas en otros sitios
- F5: Las decisiones importantes se las toma de manera inmediata por contar con la presencia del dueño del negocio en todo momento

2.2.1.2. Principales Debilidades

- D1: No hay facilidad de crédito para sus clientes, todos los pagos son de contado
- D2: Sus recursos financieros y presupuestos propios son limitados
- D3: Falta de organización y estructura de procesos en el negocio
- D4: Cuentan con equipos informáticas básicos y desactualizados.
- D5: El nivel de educación de los empleados de las Microempresas alcanza el Bachillerato en un mayor porcentaje

2.2.1.3. Principales Oportunidades

- O1: Acceso a microcréditos otorgados por las entidades financieras (Bancos o Cooperativas)
- O2: Crecimiento y desarrollo constante en los últimos 5 años en las Microempresas
- O3: Los proveedores llegan fácilmente y otorgan créditos directos.
- O4: Apoyo por parte de la Cámara de Comercio en cuanto a capacitaciones constantes.
- O5: Apertura a ingresar en negociaciones del Portal de compras públicas por parte del Gobierno.

2.2.1.4. Principales Amenazas

- A1: Poseen mucha competencia a su alrededor.
- A2: Existe mucha informalidad en el mercado de las Microempresas
- A3: Sus localidades son inseguras y propensas a sufrir por la delincuencia.
- A4: Tienen menos ventajas de expansión por no poseer tecnología actualizada.
- A5: Grandes campañas de mercadeo realizadas por los grandes competidores

2.2.2. Análisis Matriz FOFA-DODA

Este análisis nos permitirá evaluar las competencias o capacidades de las microempresas para generar y sostener sus ventajas competitivas, así como sus amenazas y oportunidades.

Por medio de este análisis se establecen estrategias las mismas que permitirán enfocarnos en una solución adecuada para que las microempresas puedan desarrollarse y la propuesta de empresa planteada como tema central de esta Investigación pueda satisfacer las necesidades de este sector.

De acuerdo al análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, estas serían las estrategias planteadas: (Ver Anexo No.3)

O4–F1: Capacitar vendedores para mejorar la atención a los clientes

O1–F5: Mejorar la infraestructura física del local para brindar comodidad al cliente

O2–F2: Invertir en herramientas tecnológicas que permitan competir al mismo nivel de empresas grandes

F1–A1: Realizar lanzamientos de promociones a clientes aprovechando el acercamiento hacia los clientes para aplacar la competencia

F5–A3: Mantener activas las afiliaciones a la Cámara de Comercio para contar con los servicios de seguridad que están ofreciendo

F2–A4: Implementar un software informático que permita mantener organizado el negocio en cuanto a inventario, contabilidad, facturación y pago a proveedores

D5–O4: Incentivar la capacitación constante de los empleados de las microempresas aprovechando los beneficios de la Cámara de Comercio

D3–O1: Buscar alternativas de financiamiento para mejorar la organización del negocio y aplicar procesos que permitan brindar un mejor servicio a los usuarios

D4–O2: Mejorar la infraestructura tecnológica del negocio con la adquisición de equipos informáticos modernos

D1–A3: Negociar con instituciones financieras la implementación de datafast para otorgar a los usuarios la oportunidad de cancelar con tarjeta de crédito y así no poseer dinero en efectivo en los locales y evitar los robos en los mismos

D5–A1: Capacitar al personal que labora en las microempresas en el uso y manejo de herramientas informáticas para mejorar el nivel de competencia

D4–A4: Adquirir un contrato de mantenimiento y actualización del software implementado para mantener su correcto funcionamiento

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

e procede luego de establecer las estrategias de acuerdo a las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, a realizar un análisis del Foco de Acciones Ofensivas y defensivas.

2.2.3. Análisis de Estrategias Ofensivas y Defensivas

Este análisis se lo realiza con el fin de determinar en cuales de las estratégicas propuestas se debe prestar mayor atención y en cuales se debería actuar.

2.2.3.1. Área de iniciativa estratégica ofensiva

En la figura abajo indicada se presenta las oportunidades y fortalezas del mercado al que estamos investigando, en el gráfico se define en base al análisis del FODA cuáles son las oportunidades y fortalezas más significativas y cuales necesitan mayor atención.

Figura No.2
Área de Iniciativa Estratégica Ofensiva

Alta:9 Media:3 Baja:1 Nula:0							
		OPORTUNIDADES					TOTAL
		Acceso a microcréditos otorgados por las entidades financieras (Bancos o Cooperativas)	Crecimiento y desarrollo constante en los últimos 5 años en las Microempresas	Los proveedores llegan fácilmente y otorgan créditos directos.	Apoyo por parte de la Camara de Comercio en cuanto a capacitaciones constantes.	Apertura a ingresar en negociaciones del Portal de compras publicas por parte del Gobierno.	
FORTALEZAS							
La atención a los usuarios es directa y personalizada.		9	9	9	9	3	39
Los dueños de microempresas son emprendedores con deseos de invertir en tecnología		9	9	3	9	3	33
Al vender de contado se garantiza dinero fresco para seguir invirtiendo día a día		9	3	3	3	1	19
La ubicación del negocio brinda facilidades a los usuarios del sector y evita que tengan que buscar alternativas en otros sitios		3	3	1	1	1	9
Las decisiones importantes se las toma de manera inmediata por contar con la presencia del dueño del negocio en todo momento		9	9	3	9	1	31
TOTAL		39	33	19	31	9	

Fuente: Entrevistas
Elaborado por: Mariela Jiménez S.

“Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil”.

2.2.3.2. Foco de acciones Ofensivas

Este análisis es el resultado de haber agrupado las oportunidades y fortalezas indicadas en la figura anterior, se analiza que donde se debe hacer más hincapié a la hora de plantear las estrategias es en las ventajas que tienen las PYMES en los negocios del portal de compras públicas, las facilidades de créditos por ser negocios emprendedores y el auge que tienen las PYMES actualmente ya que han tenido un crecimiento constante en los últimos 5 años.

Así también notamos que el foco de acciones ofensivas esta también dirigido hacia fortalezas como aprovechar la ubicación, la llegada que tienen hacia los usuarios, ese acercamiento con los clientes y la capacidad para tomar decisiones de forma oportuna, sin tener tantas jerarquías que compliquen el aprobar o no una propuesta.

Figura No.3
Foco de Acciones Ofensivas

Alta:9 Media:3 Baja:1 Nula:0							
		OPORTUNIDADES					TOTAL
		Acceso a microcréditos otorgados por las entidades financieras (Bancos o Cooperativas)	Crecimiento y desarrollo constante en los últimos 5 años en las Microempresas	Apoyo por parte de la Camara de Comercio en cuanto a capacitaciones constantes.	Los proveedores llegan fácilmente y otorgan créditos directos.	Apertura a ingresar en negociaciones del Portal de compras publicas por parte del Gobierno.	
FORTALEZAS							
La atención a los usuarios es directa y personalizada.	9	9	9	9	3	39	
Los dueños de microempresas son emprendedores con deseos de invertir en tecnología	9	9	9	3	3	33	
Las decisiones importantes se las toma de manera inmediata por contar con la presencia del dueño del negocio en todo momento	9	9	9	3	1	31	
Al vender de contado se garantiza dinero fresco para seguir invirtiendo día a día	9	3	3	3	1	19	
La ubicación del negocio brinda facilidades a los usuarios del sector y evita que tengan que buscar alternativas en otros sitios	3	3	1	1	1	9	
TOTAL	39	33	31	19	9		

FOCO DE ACCIONES OFENSIVAS

Fuente: Entrevistas
Elaborado por: Mariela Jiménez S.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Con este análisis podemos determinar la capacidad de pago de los que serían nuestros clientes, así como también la magnitud de su mercado y la capacidad que tienen ellos para atender sus negocios, esto sería resultado de alta rentabilidad para nuestra propuesta.

2.2.3.3. Área de iniciativa estratégica defensivas

En la figura abajo indicada se presenta las debilidades y amenazas del mercado al que estamos investigando y al que se desea entrar con una propuesta de solución para mejora de procesos, en el gráfico se define en base al análisis del FODA cuáles son las debilidades y amenazas más significativas y cuales necesitan mayor atención.

Figura No.4
Área de Iniciativa Estratégica Defensivas

<p>Alta:9 Media:3 Baja:1 Nula:0</p>	DEBILIDADES						TOTAL
	No hay facilidad de crédito para sus clientes, todos los pagos son de contado	Sus recursos financieros y presupuestos propios son limitados	Falta de organización y estructura de procesos en el negocio	Cuentan con equipos informáticas básicos y desactualizados.	El nivel de educación de los empleados de las microempresas alcanza el Bachillerato en un mayor porcentaje		
AMENAZAS							
Poseen mucha competencia a su alrededor.	9	3	9	9	9		39
Existe mucha informalidad en el mercado de las microempresas	3	1	3	1	1		9
Sus localidades son inseguras y propensas a sufrir por la delincuencia.	9	1	9	9	9		37
Tienen menos ventajas de expansión por no poseer tecnología actualizada.	9	1	9	9	9		37
Grandes campañas de mercadeo realizadas por los grandes competidores	3	1	1	1	1		7
TOTAL	33	7	31	29	29		

Fuente: Entrevistas
Elaborado por: Mariela Jiménez S.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

2.2.3.4. Foco de acciones Defensivas

Este análisis es el resultado de haber agrupado las debilidades y amenazas indicadas en la figura anterior, se analiza que donde se debe hacer más hincapié a la hora de plantear las estrategias es aprovechando la deficiencia que tienen en cuanto a tecnología e innovación, la falta de organización y de implementación de procesos. En lo analizado se nota una falta total de inversión en mejoramiento de infraestructura, pero en su mayoría no es por no desear hacerlo sino por falta de información y acercamiento.

Por otra parte también es importante tomar en cuenta que alrededor de cada uno de estos pequeños y medianos negocios existe mucha competencia y eso los motiva a querer diferenciarse y ser más competitivos.

Figura No.5
Foco de Acciones Defensivas

AMENAZAS	DEBILIDADES					TOTAL
	No hay facilidad de crédito para sus clientes, todos los pagos son de contado	Falta de organización y estructura de procesos en el negocio	Cuentan con equipos informáticos básicos y desactualizados.	El nivel de educación de los empleados de las microempresas alcanza el Bachillerato en un mayor porcentaje	Sus recursos financieros y presupuestos propios son limitados	
Poseen mucha competencia a su alrededor.	9	9	9	9	3	39
Sus localidades son inseguras y propensas a sufrir por la delincuencia.	9	9	9	9	1	37
Tienen menos ventajas de expansión por no poseer tecnología actualizada.	9	9	9	9	1	37
Existe mucha informalidad en el mercado de las microempresas	3	3	1	1	1	9
Grandes campañas de mercadeo realizadas por los grandes competidores	3	1	1	1	1	7
TOTAL	33	31	29	29	7	

Alta:9 Media:3 Baja:1 Nula:0

FOCO DE ACCIONES DEFENSIVAS

Fuente: Entrevistas
Elaborado por: Mariela Jiménez S.

Con este análisis se concluye que el mercado al que se enfoca la presente propuesta es el indicado y que existe una gran aceptación por la mejora e innovación.

2.3. Presentación de resultados y diagnósticos

De acuerdo a las técnicas de investigación utilizadas en esta propuesta se presenta los informes y resultados de las técnicas de análisis efectuadas.

2.3.1. Técnicas de análisis

Dentro de las técnicas de análisis para verificación de Hipótesis se utilizan: Informe de observación directa, Informe de entrevista directa y abierta y Análisis de encuestas.

2.3.1.1. Informe de Observación directa

2.3.1.1.1. Introducción

El presente informe brinda una mejor apreciación de la situación del mercado de las microempresas. Se lleva a cabo con autorización de tres dueños de microempresas que permiten realizar la observación directa en una librería de la Parroquia Ximena, en una papelería de la Parroquia Tarqui y en un Bazar de la Parroquia García Moreno.

2.3.1.1.2. Metodología

- Tomar conocimiento de las particularidades del sector.
- Observar los horarios de atención en este tipo de negocios.
- Observar los métodos de facturación y reportes de ventas.
- Observar los métodos de registro de ventas, entrada y salida de inventarios.
- Observar la cantidad de equipos tecnológicos que poseen.

2.3.1.1.3. Descripción general de la técnica de Observación

En los tres lugares donde se realizó la observación se contó con el apoyo de los dueños de estas microempresas y de sus colaboradores. Se permaneció en cada uno de estos establecimientos durante la jornada laboral de un día, en el cual se tomó nota de todas las situaciones encontradas y de las novedades observadas.

Se permaneció en la librería "Elenita" ubicada en la Parroquia Ximena desde las nueve horas de la mañana hasta las diecinueve horas de la noche, donde se pudo observar que este establecimiento solo utiliza un programa de facturación, el cual le emite un reporte de ventas diarias y con dicha información llevan sus registros en excel de ingresos y egresos diarios. En todo el establecimiento cuentan con dos computadoras, una para caja y otra para el dueño quien es la persona que lleva los registros contables y controles de ingresos y egresos de dinero. El inventario lo llevan a través de un kardex en excel.

Luego en días posteriores se visitó la papelería "Katty" ubicada en la Parroquia Tarquí donde se estuvo en una primera jornada desde las siete horas de la mañana hasta las trece horas de la tarde y en una segunda jornada desde las catorce horas de la tarde hasta las veinte horas de la noche. En este establecimiento se observó que llevan una caja registradora para control de ventas, al final del día sacan su reporte de lo vendido y en una computadora un familiar del dueño es quien lleva los registros contables y control de ingresos y egresos de dinero. Solo manejan control de inventario de ciertos productos que tienen mayor valor.

Para finalizar la observación se permaneció en el Bazar "Mi Bazar" ubicado en la Parroquia García Moreno donde tuvimos presencia desde las nueve horas de la mañana hasta las nueve horas de la noche, donde se observó que no facturan ni emiten tickets de venta, tampoco llevan registros contables ni controles de ingresos y egresos. No llevan control de inventario salvo de ciertos productos que lo requieren.

2.3.1.1.4. Conclusión del informe de Observación

Mediante esta observación se pudo evidenciar que las papelerías, librerías y bazares son negocios que en su mayoría no disponen de una buena infraestructura tecnológica ya que en muchos de los casos llevan registros manuales y en excel tanto para sus registros de inventario y de flujo de efectivo. De los tres lugares observados solo uno utiliza un programa de facturación pero no es completo y no brinda la solución que estos negocios necesitan.

2.3.1.2. Informe de Entrevista personal y directa

2.3.1.2.1. Introducción

Como parte de las técnicas de investigación se realizaron quince entrevistas a dueños de microempresas escogidos al azar. Se escogieron cinco establecimientos en la Parroquia García Moreno, cinco en la Parroquia Tarqui y cinco en la Parroquia Ximena. Estas entrevistas fueron en base a preguntas directas abiertas con la finalidad de obtener la mayor cantidad de información posible.

2.3.1.2.2. Metodología

- Tomar conocimiento de las particularidades del sector.
- Obtener información de la estructura del negocio.
- Obtener información necesaria para determinar la Misión en general de este tipo de negocios.
- Obtener información necesaria para determinar la Visión en general de este tipo de negocios.
- Obtener información necesaria para determinar los valores en general que caracterizan a este tipo de negocios.
- Obtener información necesaria para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en general de este tipo de negocios.

2.3.1.2.3. Descripción general de la técnica de entrevista

Para llevar a cabo las entrevistas se contó con la disponibilidad de tiempo y colaboración de los dueños de estas microempresas, las entrevistas tomaron alrededor de dos horas con cada uno de los entrevistados, en donde se tomó nota de todas las situaciones encontradas y de las novedades consultadas.

Dentro de los hallazgos encontrados como resultado de las entrevistas realizadas en las Parroquias Ximena, Tarqui y García Moreno de la ciudad de Guayaquil están, el promedio de negocios tiene alrededor de 4 a 10 empleados en total. También se encontró que el propósito general de las microempresas ubicadas en estas Parroquias es ganar más clientes para aumentar sus ingresos y ellos se ven de la presente fecha al 2016 como los negocios con mayor crecimiento en su sector. Se evidencia que sus valores más representativos son la puntualidad al atender sus negocios y respuesta a sus clientes, servicio, comunicación interna, honestidad, deseos de innovación, transparencia ante situaciones que se les presenten, respeto hacia sus empleados y clientes y fiel cumplimiento de disposiciones Municipales y Gubernamentales.

Mientras que sus principales fortalezas esta la ubicación ya que les permite a sus usuarios tener acceso a productos cerca de sus domicilios, sus deseos de querer invertir y mejorar su infraestructura, también toman decisiones de manera inmediata sin tener que pasar por muchas jerarquías y niveles, aprovechan la cercanía hacia las personas que son sus clientes y como todas las ventas son al contado el flujo les proporciona liquidez para comprar e invertir en sus negocios, por otra parte sus debilidades más importantes son la falta de organización y estructura de procesos y como no cuentan con equipos informáticos actualizados se hace más difícil lograrlo, tampoco otorgan crédito a sus clientes lo que haría perder ventas en algunas ocasiones, sus recursos son limitados por lo que necesitan capital de inversión y el nivel de educación de sus empleados no es alto apenas alcanza un Bachillerato.

En cuanto los aspectos externos, sus oportunidades principales son la facilidad de llegada de los proveedores a sus negocios y el acceso que tienen a microcréditos para hacer inversiones en sus negocios, esto valiéndose de que en los últimos cinco años se mantenido constante el crecimiento de las microempresas y a su vez reciben el apoyo de la cámara de comercio y el Gobierno para sus capacitaciones y negociaciones respectivamente, aunque por otra parte sus amenazas es que poseen mucha competencia a su alrededor y la informalidad que existe en su entorno, también poseen establecimientos inseguros, no poseen muchas oportunidades de expansión por su limitada infraestructura tecnológica y por las grandes campañas de mercadeo de los grandes competidores.

2.3.1.2.4. Conclusión del informe de Entrevista

Mediante las entrevistas realizadas se puede concluir que las papelerías, librerías y bazares son negocios con deseos de llegar a crecer y convertirse en grandes empresas. Si bien es cierto no poseen una adecuada estructura tanto de procesos como de tecnología, tienen claro que es vital para que su negocio subsista ante ataques de su competencia que deben invertir en tecnología y organizarse mejor.

2.3.1.3. Análisis de encuestas

Tomando en cuenta que la población para nuestro caso de estudio es de un total de 2327 pequeñas y medianas empresas situadas en las parroquias García Moreno, Ximena y Tarqui, deducimos una muestra total de 264. Se utilizó un cuestionario de 10 preguntas cerradas el cual se entregó a los dueños de PYMES aleatoriamente cubriendo la cantidad establecida en la muestra generada para este estudio. (Ver Anexo No.4). Las encuestas se llevaron a cabo por parroquias y se presentan de tal manera que se identifique el comportamiento en cada una de ellas. A continuación se presenta la tabulación de las encuestas realizadas en relación a la propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de pequeñas y medianas empresas.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Análisis No.1: Podemos determinar que en las Pymes el promedio de negocios que cuentan con un software ya sea este de facturación, contable o de inventario es mínimo es de 18% comparado con un 82% de mercado desabastecido de tecnología, esto nos muestra el gran mercado con el que se cuenta para el ofrecimiento del producto que se propone. Un software que les permita mejorar su estructura y organización, los negocios que indicaron trabajar con algún software o programa son básicamente contables, no hay ninguno que consolide tanto la facturación, inventario y contabilidad. Los programas más comunes con los que trabajan estos negocios son Mónica 7 y Debi, estos son básicamente contables.

Tabla No.2

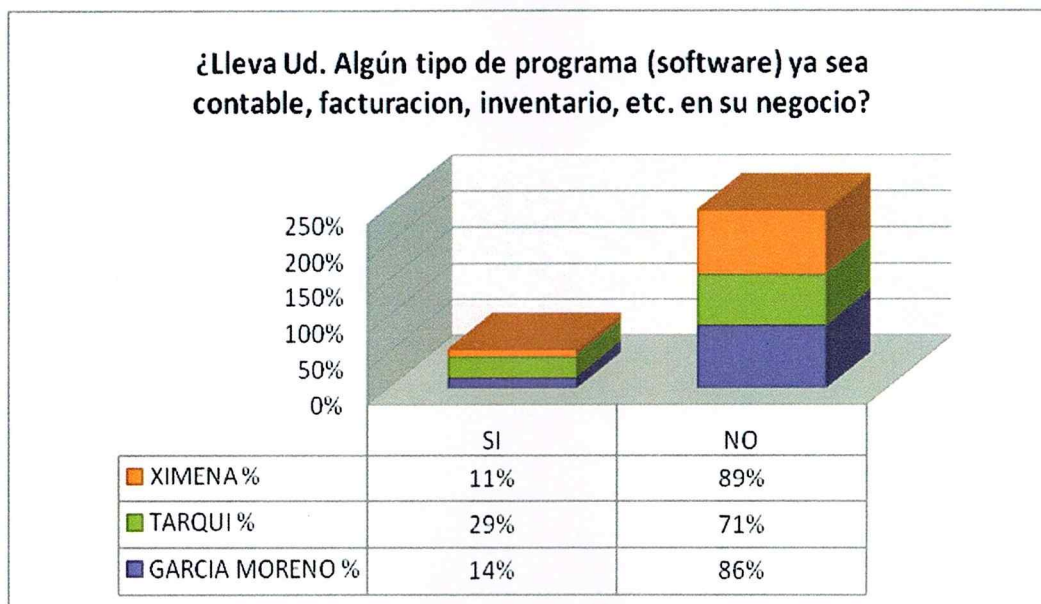
1.- ¿Lleva Ud. Algún tipo de programa (software) ya sea contable, facturación, inventario, etc. en su negocio?

PROGRAMA SOFTWARE	GARCIA MORENO		TARQUI		XIMENA		TOTAL %
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	
SI	12	14%	27	29%	9	11%	18%
NO	75	86%	65	71%	76	89%	82%
TOTAL	87	100%	92	100%	85	100%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

Figura No.6



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Análisis No.2: Se puede apreciar que en un 95% de los negocios no poseen procesos internos, no están estructurados sus negocios y por ende les falta organización, esto nos da un resultado claro del mercado al que nos enfocamos. Notamos un ligero porcentaje superior en la Tarqui en cuanto al contar con procesos en sus negocios, por ser un sector empresarial tiende a verse obligado a estar innovando constantemente. En las otras dos parroquias el nivel de negocios con procesos internos es muy bajo casi nulo.

Tabla No.3

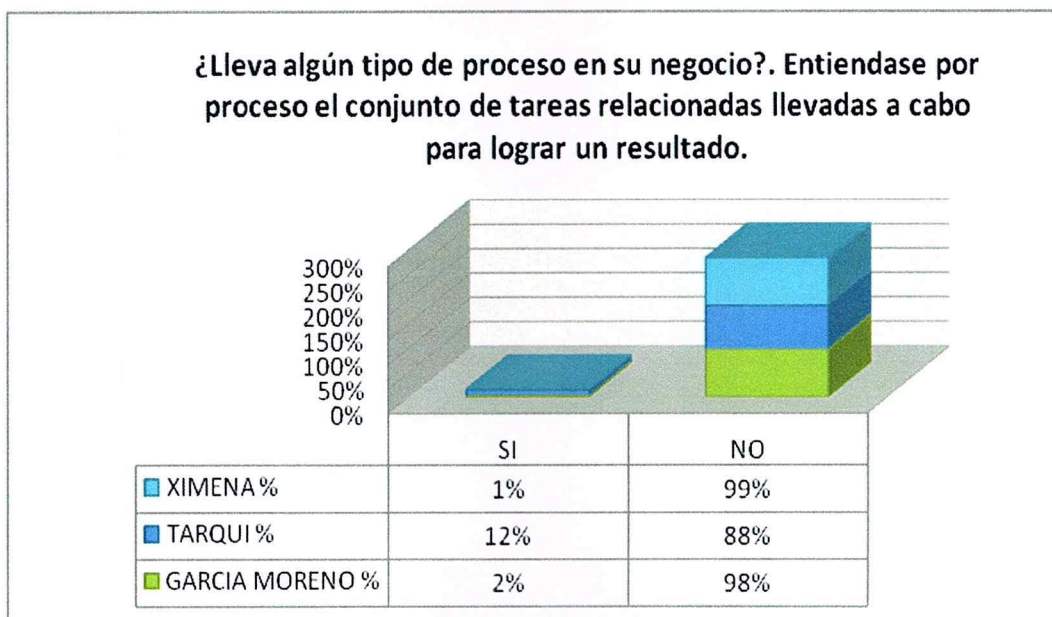
2.- ¿Lleva algún tipo de proceso en su negocio?. Entiendase por proceso el conjunto de tareas relacionadas llevadas a cabo para lograr un resultado.

PROCESO	GARCIA MORENO		TARQUI		XIMENA		TOTAL
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	
SI	2	2%	11	12%	1	1%	5%
NO	85	98%	81	88%	84	99%	95%
TOTAL	87	100%	92	100%	85	100%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

Figura No.7



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Análisis No.3: Al preguntar el método de llevar inventario que poseen las PYMES se obtuvo como respuesta que un 56% lo llevan de forma manual a través de Kardex, es decir tarjetas de control donde se registran las entradas y salidas de inventario, por otra parte hay un porcentaje también alto del 40% que manejan su control desde excel, esto significa que aunque no tienen un programa específico cuentan con mínimo una computadora en su negocio y llevan el control de esa manera. Por otra parte un 4% corresponde a los negocios que si cuentan con un programa de control de inventarios, el cual es mínimo.

Tabla No.4

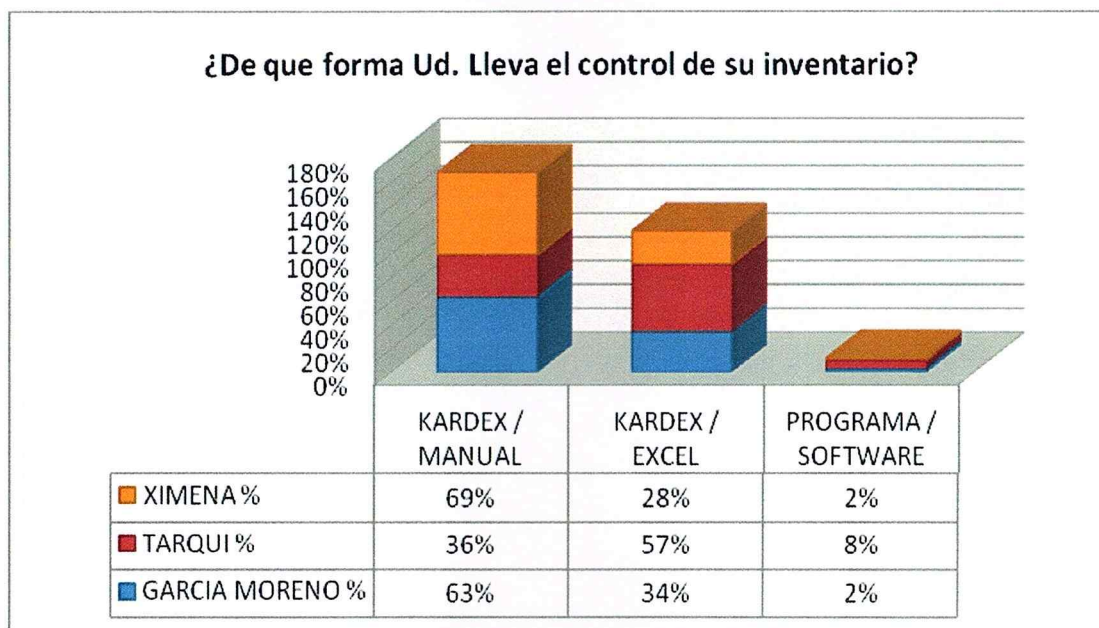
3.- ¿De que forma Ud. Lleva el control de su inventario?

METODO	GARCIA MORENO		TARQUI		XIMENA		TOTAL
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	%
KARDEX / MANUAL	55	63%	33	36%	59	69%	56%
KARDEX / EXCEL	30	34%	52	57%	24	28%	40%
PROGRAMA / SOFTWARE	2	2%	7	8%	2	2%	4%
TOTAL	87	100%	92	100%	85	100%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

Figura No.8



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Análisis No.4: Un 86% de los encuestados nos indica que no llevan un programa contable en sus negocios, lo que nos demuestra que un alto porcentaje del mercado esta desprovisto de tecnología y muestra la falta de innovación, por otra parte notamos un bajo nivel de negocios que poseen un programa contable, si bien es cierto que lo llevan como control aun asi es necesario que el programa les ayude consolidando tanto la facturación, inventario y contabilidad. Podemos notar que la Parroquia Tarqui posee un ligero mas alto nivel de negocios que llevan programas contables para su control de entrada y salida de dinero.

Tabla No.5

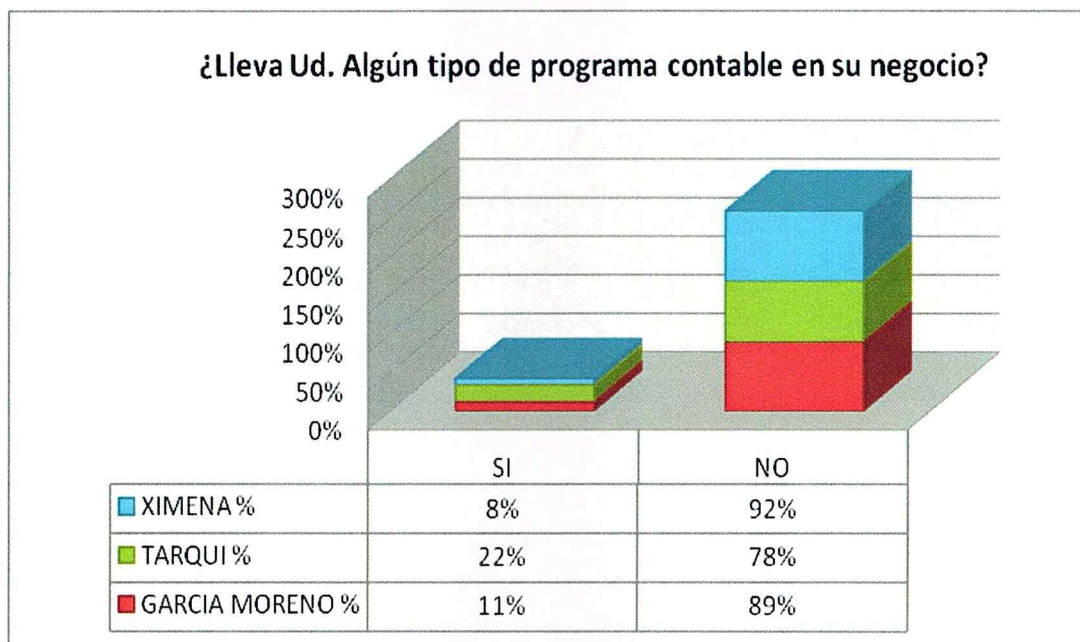
4.- ¿Lleva Ud. Algún tipo de programa contable en su negocio?

PROGRAMA CONTABLE	GARCIA MORENO		TARQUI		XIMENA		TOTAL
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	
SI	10	11%	20	22%	7	8%	14%
NO	77	89%	72	78%	78	92%	86%
TOTAL	87	100%	92	100%	85	100%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

Figura No.9



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Análisis No.5: El nivel de educación de los dueños de pequeños y medianos negocios está considerado dentro del 81% como educación superior y un pequeño porcentaje del 19% tienen apenas un Bachillerato. En su mayoría las personas mejor preparadas son quienes se deciden por iniciar su propio negocio. En la Parroquia García Moreno notamos un 68% con estudios superiores, mientras que en la Parroquia Tarqui un 88% y en la Parroquia Ximena un 87%, así como también notamos que los porcentajes individuales por parroquias que tienen estudios de Bachillerato son en la García Moreno 32%, Tarqui 12% y Ximena 13%.

Tabla No.6

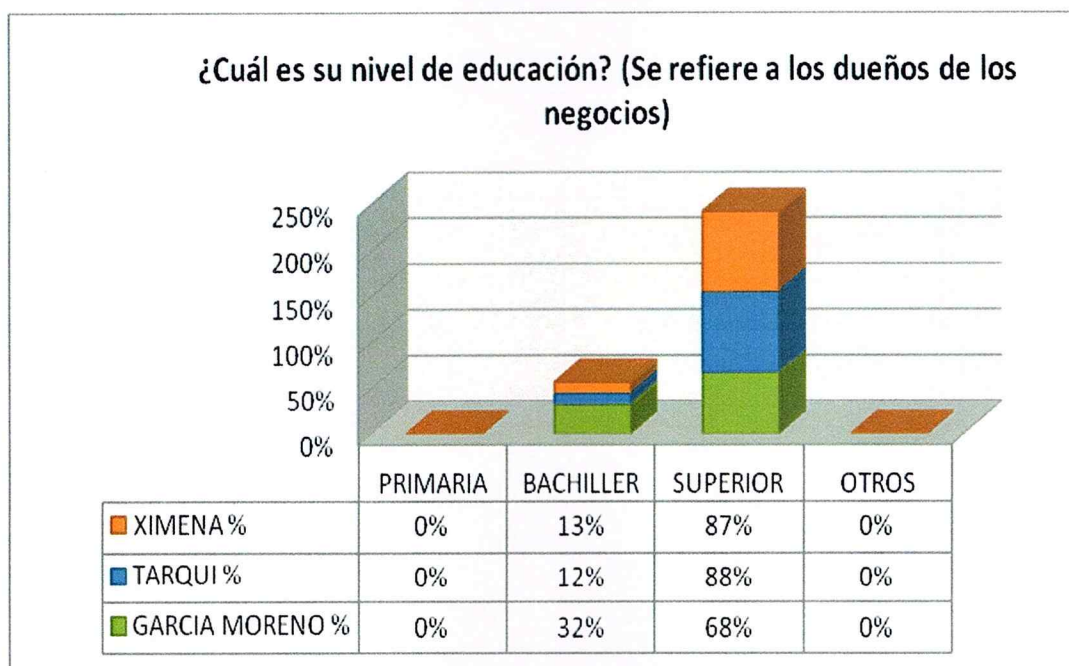
5.- ¿Cuál es su nivel de educación? (Se refiere a los dueños de los negocios)

NIVEL EDUCACION	GARCIA MORENO		TARQUI		XIMENA		TOTAL %
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	
PRIMARIA	0	0%	0	0%	0	0%	0%
BACHILLER	28	32%	11	12%	11	13%	19%
SUPERIOR	59	68%	81	88%	74	87%	81%
OTROS	0	0%	0	0%	0	0%	0%
TOTAL	87	100%	92	100%	85	100%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

Figura No.10



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Análisis No.6: Se puede apreciar que en un 77% el nivel de educación de los empleados de pequeños y medianos negocios es Bachiller y en un 23% son personas que están cursando sus estudios superiores. Hoy en día ningún negocio por más pequeño que este sea acepta personal con nivel de educación primaria, mínimo debe ser bachiller y aunque no sea indispensable pero si se considera importante el estar cursando sus estudios Universitarios.

Tabla No.7

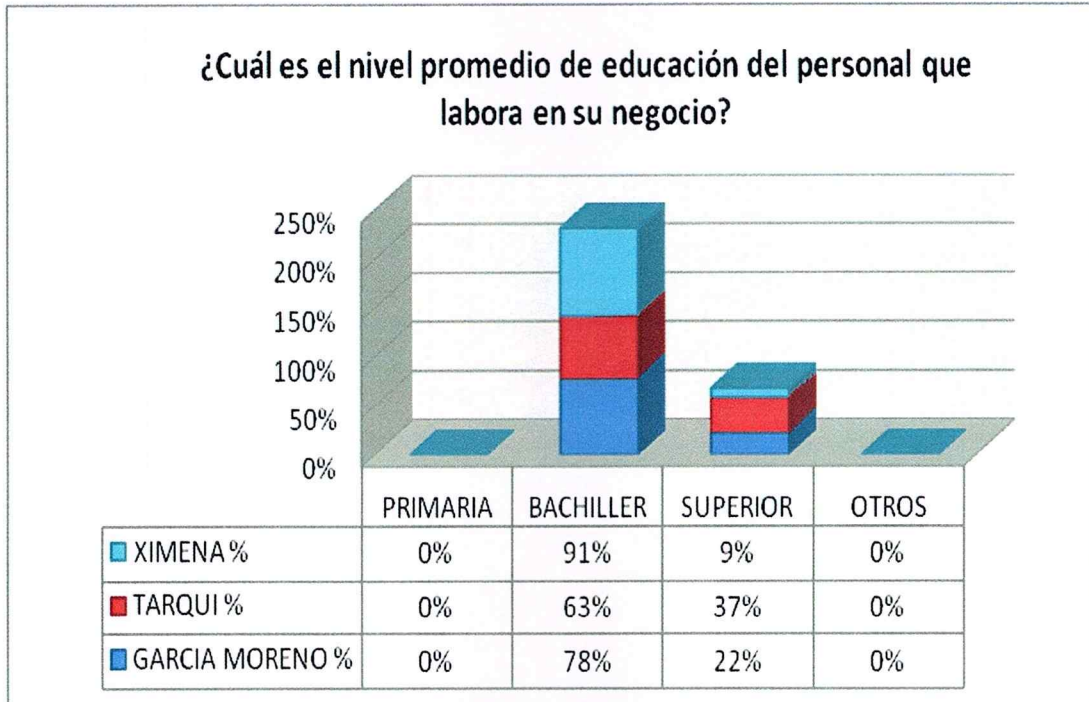
6.- ¿Cuál es el nivel promedio de educación del personal que labora en su negocio?

NIVEL EDUCACION	GARCIA MORENO		TARQUI		XIMENA		TOTAL
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	%
PRIMARIA	0	0%	0	0%	0	0%	0%
BACHILLER	68	78%	58	63%	77	91%	77%
SUPERIOR	19	22%	34	37%	8	9%	23%
OTROS	0	0%	0	0%	0	0%	0%
TOTAL	87	100%	92	100%	85	100%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

Figura No.11



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Análisis No.7: Podemos apreciar que tanto un 44% y 55% consideran importante y muy importante respectivamente la incursión de la tecnología en sus negocios, eso indica que están dispuestos a buscar alternativas que les permita mejorar y alcanzar una mejor rentabilidad. Apenas un 1% considera poco importante, este porcentaje corresponde a las personas que no desean invertir en tecnología e innovación.

Tabla No.8

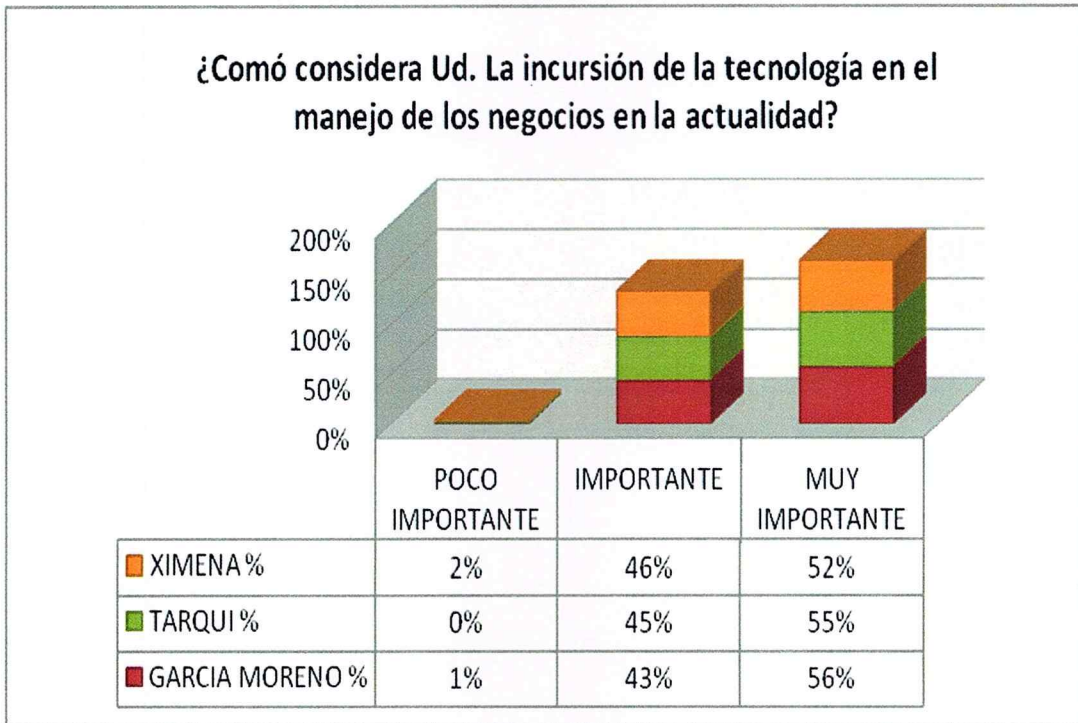
7.- ¿Cómo considera Ud. La incursión de la tecnología en el manejo de los negocios en la actualidad?

TECNOLOGIA	GARCIA MORENO		TARQUI		XIMENA		TOTAL %
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	
POCO IMPORTANTE	1	1%	0	0%	2	2%	1%
IMPORTANTE	37	43%	41	45%	39	46%	44%
MUY IMPORTANTE	49	56%	51	55%	44	52%	55%
TOTAL	87	100%	92	100%	85	100%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

Figura No.12



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Análisis No.8: Con este resultado podemos observar que un 91% están dispuestos a adquirir un software consolidado que les permita manejar tanto la parte contable, inventario, facturación y que les posibilite llevar un proceso interno. Mientras que un 9% no desea adquirir un software, prefieren mantenerse como hasta el momento y no desean invertir en tecnología e innovación.

Tabla No.9

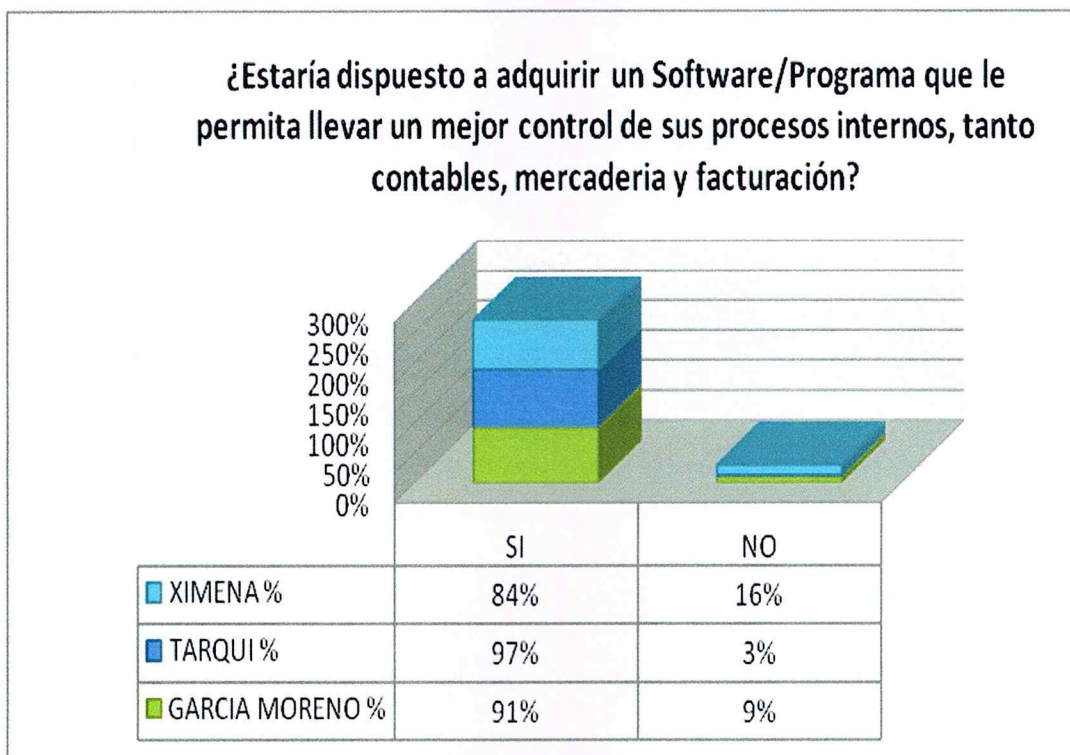
8.- ¿Estaría dispuesto a adquirir un Software/Programa que le permita llevar un mejor control de sus procesos internos, tanto contables, mercadería y facturación?

SOFTWARE	GARCIA MORENO		TARQUI		XIMENA		TOTAL %
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	
SI	79	91%	89	97%	71	84%	91%
NO	8	9%	3	3%	14	16%	9%
TOTAL	87	100%	92	100%	85	100%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

Figura No.13



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Análisis No.9: En el resultado de esta pregunta podemos definir un poco mas el promedio de precio que debería tener nuestro producto en el mercado, si bien es cierto que las PYMES son pequeños negocios que no cuentan con dinero suficiente para implementar cierto tipo de tecnologías existen las oportunidades que hay en el entorno las que ya se han mencionado, con estos financiamientos es mas factible que las Pymes cuenten con el apoyo para invertir y mejorar su estructura y procesos. Podemos ver que el 72% corresponde a los negocios que prefiere gastar entre \$800 y \$1200 que es el nivel en donde se encuentra el precio del producto ofrecido.

Tabla No.10

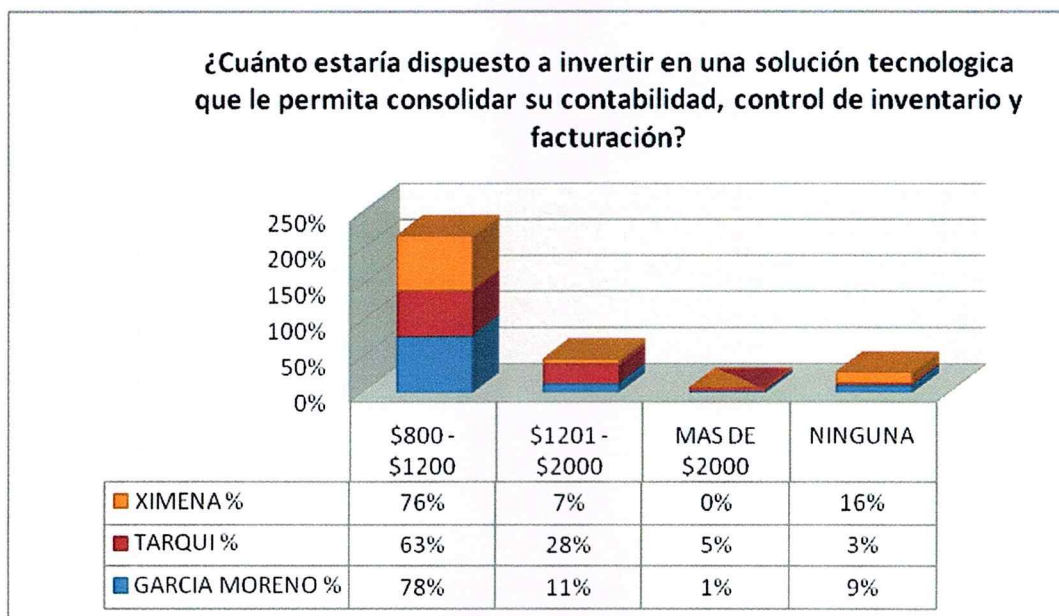
9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en una solución tecnologica que le permita consolidar su contabilidad, control de inventario y facturación?

NIVEL DE INVERSION	GARCIA MORENO		TARQUI		XIMENA		TOTAL %
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	
\$800 - \$1200	68	78%	58	63%	65	76%	72%
\$1201 - \$2000	10	11%	26	28%	6	7%	16%
MAS DE \$2000	1	1%	5	5%	0	0%	2%
NINGUNA	8	9%	3	3%	14	16%	9%
TOTAL	87	100%	92	100%	85	100%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

Figura No.14



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Análisis No.10: En el resultado de esta pregunta podemos definir un poco mas el promedio de precio que debería tener nuestro producto en el mercado, si bien es cierto que las PYMES son pequeños negocios que no cuentan con dinero suficiente para implementar cierto tipo de tecnologías existen las oportunidades que hay en el entorno las que ya se han mencionado, con estos financiamientos es mas factible que las Pymes cuenten con el apoyo para invertir y mejorar su estructura y procesos. Podemos ver que el 72% corresponde a los negocios que prefiere gastar entre \$800 y \$1200 que es el nivel en donde se encuentra el precio del producto ofrecido.

Tabla No.11

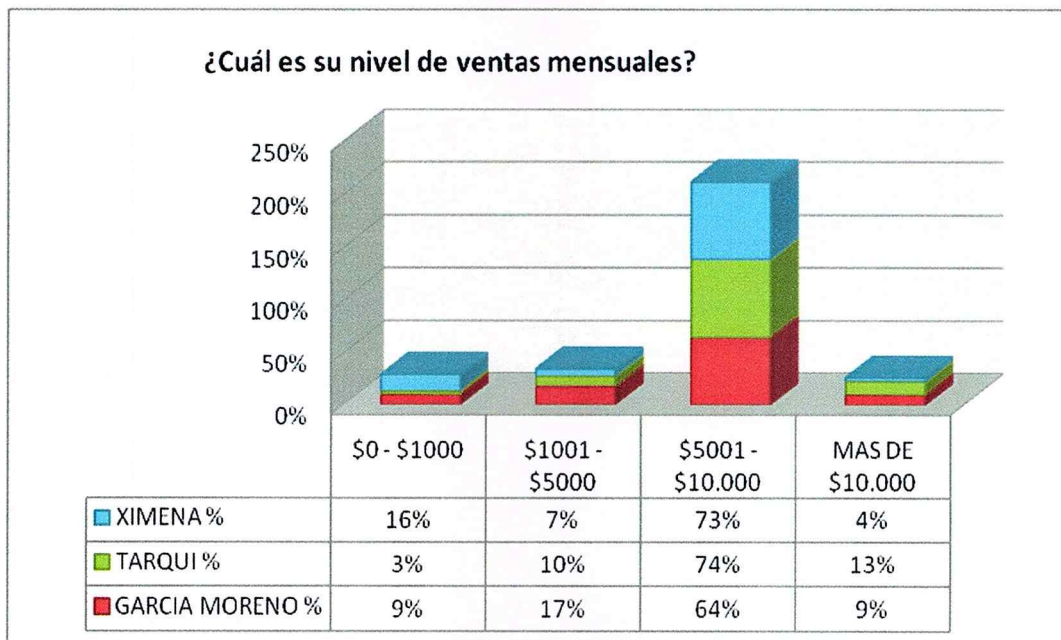
10.- ¿Cuál es su nivel de ventas mensuales?

NIVEL DE INVERSION	GARCIA MORENO		TARQUI		XIMENA		TOTAL %
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	
\$0 - \$1000	8	9%	3	3%	14	16%	9%
\$1001 - \$5000	15	17%	9	10%	6	7%	11%
\$5001 - \$10.000	56	64%	68	74%	62	73%	70%
MAS DE \$10.000	8	9%	12	13%	3	4%	9%
TOTAL	87	100%	92	100%	85	100%	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

Figura No.15



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

2.4. Verificación de hipótesis

Luego del análisis realizado podemos definir la siguiente verificación de hipótesis:

- **Hipótesis general:** ¿La creación de una empresa que comercialice software desarrollado, permitirá mejorar el manejo de las PYMES bajo herramientas informáticas?

Se ha podido comprobar a través de toda la presente investigación que los pequeños y medianos negocios necesitan la implementación de procesos y mejorar sus controles internos a través de un software que consolide la parte contable, inventarios y facturación. Con esto se comprueba que la creación de una empresa que comercialice software desarrollado si permitirá mejorar el manejo de las Pymes bajo herramientas informáticas.

- **Hipótesis No.1:** ¿La identificación del proceso de control interno que utilizan actualmente las PYMES nos proveerá de información necesaria para desarrollar la solución tecnológica que los propietarios de estos negocios necesitan?

Como se pudo apreciar en el análisis este tipo de negocios muy poco utiliza procesos internos, por lo que es indispensable tomar un modelo de proceso y en base a ese modelo desarrollar una solución tecnológica que mejore el control interno de las Pymes.

- **Hipótesis No.2:** ¿La evaluación de la instrucción educativa de las personas que trabajan en las PYMES nos permitirá plantear un esquema de inducción junto con la instalación de esta solución tecnológica?

Se comprueba que el nivel de educación de los dueños de las microempresas alcanza una mayoría de estudios superiores mientras que la del personal apenas alcanza un Bachillerato, esto nos permite identificar el adecuado programa de

capacitación que se debe implementar junto con la comercialización del software, este programa debe ser tanto para las personas que laboran en estos negocios como para los dueños, ya que ambos deben conocer del manejo del mismo.

- **Hipótesis No.3:** En la medida que las soluciones tecnológicas y la apertura al cambio ocupe un porcentaje alto de aceptación en los dueños de las PYMES, se logrará que sea aceptada la propuesta de innovación tecnológica para estos negocios.

Esta hipótesis se comprueba ya que la mayor parte de propietarios de Pymes están dispuestos a innovar y adquirir tecnología para sus negocios. La mayor parte de dueños de Pymes considera que es muy importante el involucramiento de un programa que mejore los procesos y controles internos, para que así sean más competitivos en el mercado.

- **Hipótesis No.5:** En la medida de nivel de inversión que los dueños de PYMES estén dispuestos a realizar, se planteará el nivel de robustez de la solución tecnológica a aplicar.

Esta hipótesis se comprueba en base al nivel de ventas y a la capacidad de pago de los pequeños y medianos negocios, la necesidad de implementar una solución tecnológica es muy importante para que un negocio subsista en un mercado muy competitivo y validando que en muchos de los casos no utilizan tecnología o utilizan registros manuales. Por otra parte también existen negocios que adquieren programas no legales ya que buscan optimizar recursos, es por esto que se comprueba que el precio debe estar acorde al mercado y con un buen nivel de robustez, para que un pequeño negocio salga adelante y sea competitivo en su sector.

CAPITULO 3

3. Propuesta de creación

3.1. Introducción

En este capítulo luego del análisis efectuado en base al entorno de las microempresas de las parroquias García Moreno, Ximena y Tarqui y habiendo determinado que este tipo de negocios necesitan organización en base a procesos y actualización tecnológica, al tratarse de una propuesta para crear una empresa es necesario establecer cuál sería la misión, visión y valores que la empresa debería sostener, para luego de eso establecer: ¿cuánto voy a necesitar invertir en la efectividad de esta propuesta?, ¿por qué medio obtendré el financiamiento?, ¿En cuánto tiempo se recuperará la inversión? Y por último definir si el proyecto es viable o no.

Del análisis efectuado en las microempresas establecidas, resultaron varias estrategias de las que se acercan a la presente propuesta son:

- Invertir en herramientas tecnológicas que permitan competir al mismo nivel de empresas grandes.
- Mejorar la infraestructura tecnológica del negocio con la adquisición de equipos informáticos modernos.
- Implementar un software informático que permita mantener organizado el negocio en cuanto a inventario, contabilidad, facturación y pago a proveedores.
- Capacitar al personal que labora en las microempresas en el uso y manejo de herramientas informáticas para mejorar el nivel de competencia.
- Adquirir un contrato de mantenimiento y actualización del software implementado para mantener su correcto funcionamiento.

En base a estas estrategias se desarrolla un plan de marketing que nos sirve para preveer cual será el comportamiento comercial de la empresa.

3.2. Plan de Marketing para la creación de la empresa propuesta

3.2.1. Análisis de la situación

La idea de desarrollar un software que les permita las microempresas manejarse de una forma organizada, es una idea innovadora, ya que actualmente no existe una empresa constituida que desarrolle este tipo de negocio. Adicional que el servicio que se brinda es personalizado y adicional al software se ofrece un mantenimiento, actualización y capacitación, lo cual brinda confianza a los usuarios que lo adquieran.

El público al que se dirige esta propuesta es aquel que conforman las microempresas como librerías, papelerías y bazares de las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena. Este tipo de negocios no poseen una estructura tecnológica, la misma que necesaria para motivar su crecimiento.

El precio establecido de acuerdo a los costos incurridos, el valor de la mano de obra y el nivel de económico de este segmento del mercado es de \$1.200,00 como costo del software mas el valor de instalación y capacitación de \$300. Adicional existen plus como: Contratos de mantenimiento y venta de equipos de cómputo.

En la actualidad no existe ninguna empresa constituida legalmente orientada al desarrollo de software para microempresas, esto es una gran ventaja. Aunque por otra parte se tiene como rival de competencia a la informalidad y la piratería.

Como la presente propuesta se refiere a una empresa nueva que inicie recientemente sus actividades, se propone una misión, visión y valores organizacionales.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

3.2.1.1. Misión

Ser la mejor empresa en desarrollo de soluciones tecnológicas para Pymes del mercado, brindando a sus clientes la oportunidad de organización en sus negocios con la mejor y oportuna asesoría, a un precio competitivo que permita obtener un adecuado margen de rentabilidad.

3.2.1.2. Visión

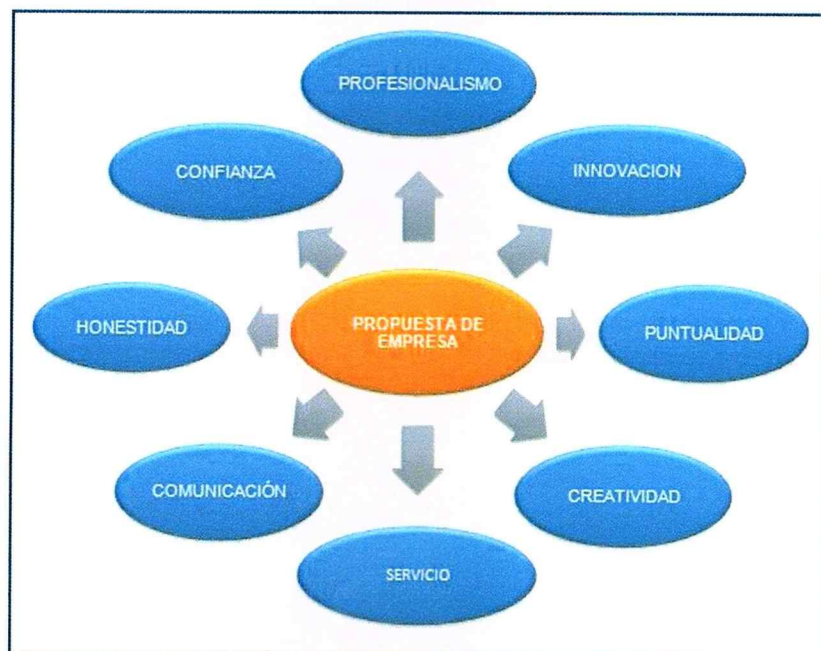
Ser para el 2016 la empresa de desarrollo de soluciones tecnológicas para Pymes con mayor crecimiento y posicionamiento en el mercado, manteniendo siempre calidad en el servicio y precios competitivos, obteniendo un adecuado margen de rentabilidad.

3.2.1.3. Valores Organizacionales

Los valores que deben primar en la empresa propuesta son:

Figura No.16

Valores Organizacionales



Elaborado por: Ing. Mariela Jiménez

3.2.2. Objetivos del plan de marketing

Los objetivos que se propone alcanzar como resultado del presente plan de marketing son los siguientes:

- Consolidar una estructura sólida que permita ofrecer a los clientes un buen producto y servicio.
- Mantener los ingresos por ventas de 8k mensuales en relación al producto principal.
- Alcanzar la recuperación de la inversión luego del primer año de gestión de la empresa.
- Mantener como precio de venta pública el valor establecido con el fin de afianzar a los clientes.
- Aumentar la cantidad de contratos de mantenimiento para afianzar la alianza con los clientes.

3.2.3. Análisis de oportunidades y alternativas

Una vez revisada la situación actual de la presente empresa propuesta, es necesario determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para conocer a que se enfrenta el producto y servicio ofrecido.

3.2.3.1. Principales Fortalezas

- F1: El servicio que se brinda es directo y personalizado
- F2: Cómodas condiciones de pago para los clientes que adquieran el software
- F3: La empresa es legal y formal y cuenta con todos los permisos requeridos
- F4: El personal técnico contratado tiene experiencia en programación e implementación de programas que consoliden las principales partes de un negocio
- F5: Ofrecimiento como valor agregado de equipos informáticos

3.2.3.2. Principales Oportunidades

- O1: La llegada al mercado objetivo (microempresas) no posee muchas barreras lo que hace fácil su acceso
- O2: No hay empresas registradas dirigidas a captar el mercado objetivo, es decir que la competencia es limitada
- O3: Necesidad de implementación de tecnología en mercado de las microempresas
- O4: En el mercado hay muchos profesionales preparados con necesidad de obtener un trabajo fijo
- O5: Buen acercamiento con mayoristas de computación

3.2.3.3. Principales Debilidades

- D1: La variedad de productos ofrecidos es limitada
- D2: Como la empresa es nueva, la cantidad de personal es limitado.
- D3: Al tratarse de una empresa nueva, no cuenta con procesos internos para desarrollar sus actividades.
- D4: No posee las estrategias de Marketing necesarias para llegar al consumidor
- D5: Como negocio que recién empieza no dispone de la infraestructura adecuada.

3.2.3.4. Principales Amenazas

- A1: Existe competencia informal en la Web
- A2: Los recursos financieros y de presupuesto de los clientes (microempresas) son limitados
- A3: Los usuarios de microempresas necesitan capacitación en uso de tecnología

“Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil”.

- A4: No existe identidad de la empresa en la mente de los clientes (microempresas)
- A5: El mercado brinda mayor apertura a aquellas empresas que ofrezcan mayores ventajas y promociones

Como resultado del análisis FODA surgieron varias estrategias las mismas que se enmarcan en 3 áreas básicas que debería tener la empresa. Es considerable ya que siendo una empresa que recién inicia debe contar con un personal mínimo hasta posicionarse y poder expandir sus recursos.

3.2.3.5. Análisis FOFA – DODA

Estas son el Área comercial y Marketing, Área Técnica y Área Administrativa Financiera y están divididas de la siguiente manera (Ver anexo 5):

Área Comercial y Marketing:

- F1 – O1: Realizar acercamientos hacia los microempresarios que permitan captar su atención e involucrarlos hacia el mundo tecnológico.
- F3 – A4: Establecer la identidad visual del negocio con la implementación de un estándar en el logo, colores y formato de todo documento que se imprima.
- D1 – A5: Establecer que tipo de promociones se utilizaran en el lanzamiento del producto.
- D4 – A4: Determinar que tipo de publicidad se va a utilizar, por que medios y con que frecuencia.

Área Técnica:

- F4 – O3: Desarrollar un software como producto de venta que permita a los clientes consolidar varias tareas de su negocio.
- D1 – O1: Definir el listado de productos ofrecidos para su identificación y difusión dentro del mercado de clientes.

Área Administrativa Financiera:

- F5 – O5: Establecer negociaciones con proveedores locales para mantener buenos precios y disponibilidad de equipos en caso de que se requieran.
- F2 – A2: Determinar las condiciones de pago que se establecerán en general para los clientes captados.
- F4 – A3: Programar capacitaciones constantes al personal de la empresa para mantener una excelente atención al cliente.
- D2 – O4: Definir una adecuada estructura organizacional de la empresa propuesta con un reclutamiento del personal adecuado.
- D3 – O2: Plantear un modelo de proceso interno en el negocio con el fin de asegurar una calidad permanente en la gestión.
- D5 – A1: Implementar la infraestructura adecuada para mantener una identidad empresarial dentro del mercado objetivo.

3.2.4. Desarrollo de las estrategias del Marketing mix

3.2.4.1. Estrategias de política de producto

- Establecer negociaciones con proveedores locales para mantener buenos precios y disponibilidad de equipos en caso de que se requieran.

Las negociaciones están definidas con ciertos proveedores locales, los cuales nos otorgan de acuerdo a solicitudes realizadas un crédito de 30 días y un monto de compra de \$50.000. Esto es para iniciar y se revisará luego de un año de acuerdo a la respuesta obtenida.

Los proveedores con los que se ha obtenido crédito son:

- Siglo XXI
- Megamicro
- Intcomex
- Tecnomega
- Cartimex

- Desarrollar un software como producto de venta que permita a los clientes consolidar varias tareas de su negocio.

En esta estrategia se agrupa la esencia del negocio ya que este desarrollo sería el producto a ofrecer a los clientes, el desarrollo lo realizaría un técnico con estudios en Ingeniería en sistemas contratado de planta para la empresa, al que se le pagaría un sueldo fijo mensual. El técnico desarrolla un programa que consolide: control de inventario, facturación, contabilidad y pagos a proveedores.

- Definir el listado de productos ofrecidos para su identificación y difusión dentro del mercado de clientes.

A continuación se detalla el listado de productos que se ofrecen, ya que además de ofrecer un software también se debe brindar soporte técnico, mantenimientos mensuales, actualización del programa y también ofrecer equipos en el caso de requerirlos. Para esta estrategia no es necesario plantear un costo ya que solo es un planteamiento.

LISTADO DE PRODUCTOS	PRECIOS
Software Desarrollado	\$1.200,00
Instalación de software y capacitación	\$ 300,00
Mantenimiento mensual (contrato)	\$ 80,00
Equipos (computadores PC y Portátil)	Depende del modelo

Cabe recalcar que el primer paso es la venta del software como tal, luego viene la instalación del mismo y el siguiente paso es negociar un contrato anual de mantenimiento y actualización, esto es opcional y se proyecta hacer tres mantenimientos mensuales, la meta del personal de ventas es vender a ocho PYMES, pero en la proyección de ventas se estiman cinco empresas a las que se les vendería mensualmente.

También se tiene la venta de equipos ya sean PC o portátiles, para lo cual gestionaríamos la compra con mayoristas como Siglo XXI, Intcomex, Tecnomega, Megamicro y Cartimex. Otorgaríamos garantía con los mayoristas.

3.2.4.2. Estrategias de política de precio

- Determinar las condiciones de pago que se establecerán en general para los clientes captados.

Con el fin de otorgar facilidades a los clientes y captar su fidelidad se otorga la siguiente forma de pago para su implementación:

- Contado: 70%
- Crédito: 30% a 30 días
- Los mantenimientos si serían en base a pagos mensuales fijos según contrato previo.

3.2.4.3. Estrategias de política de promoción

- Determinar ¿qué tipo de publicidad se va a utilizar?, ¿porqué medios? y ¿con qué frecuencia?

Para lanzamiento del producto y conocimiento de la empresa en el mercado se utiliza publicidad en radios, prensa escrita y elaboración afiches y material publicitario, los mismos que detallamos a continuación:

Publicidad en radios.-

Tiempo Aplicación	3 meses
Fecha de Inicio	02-ene
Fecha de Culminación	31-mar
Medios	Radio

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Canela	50	8,00	400,00
Fabu	20	6,00	120,00
América	20	6,00	120,00
Disney	40	4,00	160,00
TOTAL			800,00

Publicidad en prensa escrita.-

Tiempo Aplicación	3 meses
Fecha de Inicio	02-ene
Fecha de Culminación	31-mar
Medios	Varios

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Diario Universo 1/8 color	5	200,00	1.000,00
Diario Metroquil 1/8 color	5	120,00	600,00
TOTAL			1.600,00

Elaboración de afiches y material publicitario.-

Tiempo Aplicación	3 meses
Fecha de Inicio	02-ene
Fecha de Culminación	31-mar
Medios	Imprenta

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Elaboración de Dípticos	1000	0,15	150,00
Elaboración de Tarjetas de Presentación	2000	0,02	40,00
Elaboración de Volantes	4000	0,01	20,00
Elaboración de Carpetas	800	0,20	160,00
Gigantografía de Araña	2	15,00	30,00
TOTAL			400,00

El total de valor a invertir en publicidad es de \$2.800,00

3.2.4.4. Estrategias de política de plaza

- Realizar acercamientos hacia los microempresarios que permitan captar su atención e involucrarlos hacia el mundo tecnológico.

Para desarrollar esta estrategia se plantea organizar charlas informativas, estas serían gratuitas para los invitados que serían los posibles clientes identificados luego del análisis de mercado. Se debe considerar un lanzamiento del producto por medio de una invitación a un evento organizado. Se ubicaría un local adecuado para llevar a cabo esta charla informativa, es vital que de este paso salgan los primeros clientes.

La realización de esta estrategia, tendría el costo de:

- Local: Se contratará el Hotel Palace ya que proporcionan el local gratis con un costo por refrigerio alrededor de \$7 por persona. Serían 100 personas invitadas, generando un costo de \$ 700, la cotización nos indicaron telefónicamente.
- Folletos: A razón de \$1 por folleto se necesitarían \$100 para los 100 folletos que se elaborarán. Si no todos los invitados asisten estos quedarán para las visitas posteriores. Los folletos se realizan en la Imprenta Original, la cotización nos la indicaron telefónicamente.

El valor total sería de \$ 800 los cuales se consideran dentro de de la inversión inicial. Se debe realizar una retroalimentación por medio de un cuestionario que se solicitaría llenar a los asistentes con el fin de ir aperturando una base de datos de clientes. Esta estrategia debe ser desarrollada en el mes de febrero del 2012.

3.2.4.5. Estrategias de política de personal

- Programar capacitaciones constantes al personal de la empresa para mantener una excelente atención al cliente.

Esta estrategia involucra la parte de recursos humanos, pero por ser una empresa que recién inicia se lo agruparía con el área administrativa hasta que la empresa evolucione y vaya fortaleciéndose.

En lo que compete a capacitaciones están pueden ser coordinadas con la Cámara de comercio, se podría aprovechar las ventajas de pertenecer a la cámara. Estos cursos tienen descuentos e incluso hay cursos sin costo. La empresa se afiliará a la Cámara de Comercio.

- Definir una adecuada estructura organizacional de la empresa propuesta con un reclutamiento del personal adecuado.

En base a las estrategias se determinaron las tres áreas en las que se debe desarrollar la empresa y como resultado se determina una estructura inicial que debería tener la empresa:

Gerente General: Puede ser el accionista mayoritario o a quien designen en consenso los socios, será la persona encargada de liderar el proceso de planeación estratégica desarrollando los objetivos y estrategias anuales por cada área. Supervisará a todo el personal de la compañía realizando evaluaciones periódicas del cumplimiento de objetivos. Seleccionará al personal idóneo y competente y mantendrá un ambiente de trabajo que motive a los empleados a alcanzar sus metas organizacionales. El Gerente tendrá un sueldo mensual desde el mes de enero de \$1.000,00 y se incluirá dentro de la inversión inicial el valor de \$ 3.000,00 correspondiente a los sueldos de los meses de enero, febrero y marzo ya que en Marzo recién se empezaría a vender y hay ventas a plazos.

Administrador – Contador: La persona que ocupe este cargo estará encargada de elaborar y presentar estados financieros a Gerencia y a las entidades pertinentes, elaborar y presentar un presupuesto anual de la empresa, presentar y pagar todos los impuestos, declaraciones tributarias y aportes respectivos, se encargará también de la parte operativa de facturación y cobranzas, negociará con los proveedores y realizará las compras que sean necesarias para la empresa. Supervisará al Asistente de recursos humanos y mensajero. El Administrador – Contador tendrá un sueldo mensual desde el mes de febrero mes en el que será contratado de \$700,00 y se incluirá dentro de la inversión inicial el valor de \$1.400,00 correspondiente al

suelo de los meses de febrero y marzo ya que en Marzo recién se empezaría a vender y hay ventas a plazos.

Asistente Administrativa - Recursos Humanos: Este cargo tendrá como funciones la programación de capacitaciones para el personal de la empresa, se encargará de seleccionar la terna para los cargos futuros a ocupar en coordinación con la Gerencia General, elaborará la nómina y se encargará del pago de sueldos, estará situada físicamente en la recepción, se encargará del pago de servicios básicos y dará soporte al Administrador-Contador. La Asistente administrativa – Recursos Humanos tendrá un sueldo mensual desde el mes de marzo mes en el que será contratada de \$450,00 y se incluirá dentro de la inversión inicial el valor de \$450,00 correspondiente al sueldo del mes de marzo ya que en Marzo recién se empezaría a vender y hay ventas a plazos.

Mensajero: Se encargará de realizar todos los trámites fuera de la oficina, sean estos bancarios, tributarios, pagos de impuestos. Está a cargo del Administrador-Contador y dará soporte al técnico cuando se deban realizar entregas e instalaciones a clientes. El mensajero tendrá un sueldo mensual desde el mes de marzo mes en el que será contratada de \$300,00 y se incluirá dentro de la inversión inicial el valor de \$300,00 correspondiente al sueldo del mes de marzo ya que en Marzo recién se empezaría a vender y hay ventas a plazos.

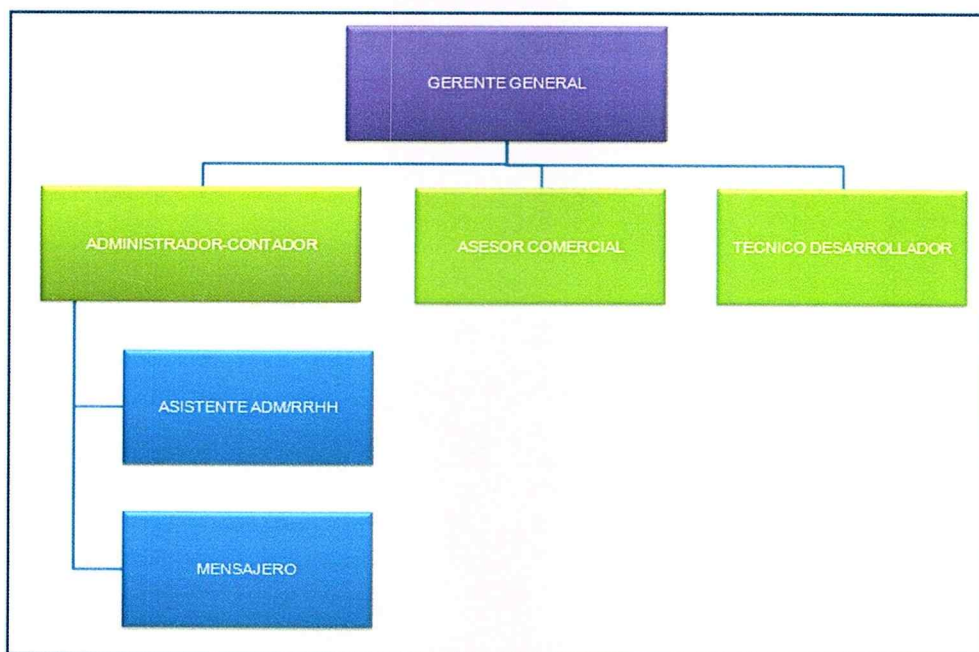
Asesor Comercial: Tendrá como funciones la apertura de cartera de clientes, comercialización de las soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado, organizar y ejecutar las charlas respectivas para presentación del producto que se ofrecerá, estará a cargo del Gerente General y será uno de los principales responsables en la obtención de los objetivos. El Asesor comercial tendrá un sueldo mensual desde el mes de febrero mes en el que será contratado de \$450,00 y se incluirá dentro de la inversión inicial el valor de \$900,00 correspondiente al sueldo de los meses de febrero y marzo ya que en Marzo recién se empezaría a vender y hay ventas a plazos. Adicional recibirá comisiones por venta del software en el mes recibirá el 4% del total de la venta menos los gastos incurridos.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Técnico desarrollador: La principal y vital función del Técnico será desarrollar un programa que consolide dentro de las Pymes la parte de inventario, facturación, contabilidad y pago a proveedores. Adicional será el encargado de instalarlo en la Pyme y dar la capacitación necesaria para su uso. Se encargará de dar mantenimiento y soporte post-venta. El Técnico tendrá un sueldo mensual desde el mes de enero de \$700,00 y se incluirá dentro de la inversión inicial el valor de \$ 1.100,00 correspondiente a los sueldos de los meses de enero, febrero y marzo ya que en Marzo recién se empezaría a vender y hay ventas a plazos.

Total de Inversión para desarrollo de la presente estrategia es de \$7.200,00

Figura No.17
Organigrama de la empresa



Elaborado por: Ing. Mariela Jiménez S.

3.2.4.6. Estrategias de política de elementos físicos (Physical Evidence)

- Implementar la infraestructura adecuada para mantener una identidad empresarial dentro del mercado objetivo.

Para iniciar el negocio es importante contar con una oficina que se encuentre adecuada con los equipos necesarios para el desarrollo del software a comercializar y que permita dar una buena atención a los usuarios. Es importante que dicho lugar cuente con las herramientas para llevar a cabo la estrategia planteada.

Se debe alquilar una oficina pequeña ubicada en la Parroquia Tarqui como punto central de las demás parroquias el alquiler será cubierto por la inversión los 3 primeros meses desde enero a marzo, el valor mensual de alquiler es de \$500, dando un total de \$1500.

El equipamiento estaría dado por tres computadores de escritorio y dos portátiles. Los computadores de escritorio sería uno para que lo utilice el técnico que desarrollara el software y los otros dos serían para el área Administrativa - Financiera, mientras que las portátiles será utilizadas por el área comercial para realizar visitas y demostraciones y por Gerencia General.

Se necesita una impresora multifunción en la que enviarían a imprimir los cuatro computadores en red. Los equipos serían adquiridos en Akros (Ver Anexo No.6) y el costo sería el siguiente:

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Computadores de escritorio con monitor marca DELL	\$950,00	\$2850,00
2	Computador portátil marca DELL	\$1.190,00	\$2.380,00
1	Impresora multifunción	\$541,00	\$541,00
SUB-TOTAL			\$5.771,00
IVA 12%			692,52
TOTAL			\$6.463,52

Adicional se necesita adecuar con muebles de oficina, cuatro escritorios con sus respectivas sillas, estas serían adquiridas en Electrónica Siglo XXI (Ver Anexo No.7) y el costo se detalla a continuación:

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Mesa computador tipo escritorio oficina	\$45,00	\$225,00
5	Sillas estilo secretaria con ruedas y apoya brazos	\$28,00	\$140,00
SUB-TOTAL			\$365,00
IVA 12%			43,80
TOTAL			\$408,80

Para colocar en red los equipos se compraría un switch de 8 puertos y se contrataría los servicios de cableado estructurado a la Compañía HighTelecom (Ver Anexo No.8), el costo a invertir en este punto sería de:

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
1	Instalación de 12 Puertos de datos Edificio posterior	\$1.100,40	\$1.100,40
TOTAL			\$1.100,40

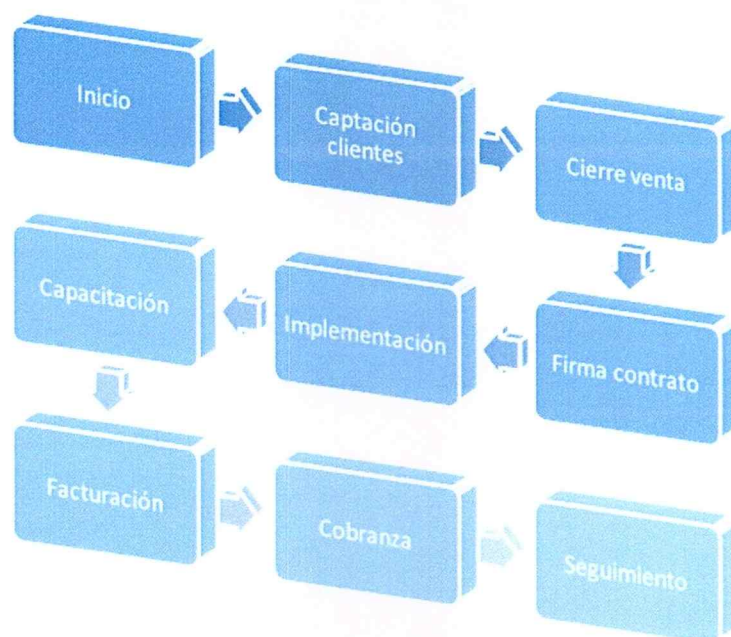
El local se alquila desde el mes de febrero del 2012 y su adecuación sería máxima en 15 días contados desde el 1 de febrero. El costo total de toda la adecuación sería de \$ 9.500,00

3.2.4.7. Estrategias de políticas de procesos

- Plantear un modelo de proceso interno en el negocio con el fin de asegurar una calidad permanente en la gestión.

La organización es muy importante dentro de todo negocio con la finalidad de llevar a cabo todas las acciones y que el cliente se sienta satisfecho, es por esto que es necesario establecer el proceso de llevar a cabo la gestión general del negocio y para tener una mejor idea del mismo, a continuación la estructura de proceso:

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".



3.2.5. Costos totales de implementación de las estrategias

Luego del desarrollo de las estrategias y de determinar los costos de llevarlas a cabo, se determina un global del total de inversión que se necesitará para iniciar el negocio:

<ul style="list-style-type: none"> Realizar acercamientos hacia los microempresarios que permitan captar su atención e involucrarlos hacia el mundo tecnológico. 	\$ 800,00
<ul style="list-style-type: none"> Definir una adecuada estructura organizacional de la empresa propuesta con un reclutamiento del personal adecuado. 	\$ 7.200,00
<ul style="list-style-type: none"> Implementar la infraestructura adecuada para mantener una identidad empresarial dentro del mercado objetivo. 	\$ 9.500,00
<ul style="list-style-type: none"> Determinar que tipo de publicidad se va a utilizar, porque medios y con que frecuencia. 	\$ 2.800,00
<ul style="list-style-type: none"> Gastos varios por pagar los primeros meses 	\$ 1.600,00
TOTAL DE INVERSION	\$ 21.900,00

3.2.6. Análisis Financiero

3.2.6.1. Aspectos Financieros y económicos

De acuerdo al análisis de los costos en los que se tendría que invertir para la aplicación de las estrategias antes mencionadas se necesita invertir como valor inicial la suma de \$21.900,00.

La cual sería financiada mediante crédito directo con el Banco de Guayaquil y de acuerdo al cronograma de inicio de actividades el préstamo debería ser adquirido en el mes de enero del 2012 para empezar a poner en marcha las estrategias desde el primer mes del año.

Se efectúa una negociación con el banco para que otorgue un periodo de gracia de 2 meses, tiempo en el que se empezaría a equiparar los ingresos en relación a los egresos.

3.2.6.2. Tabla de amortización – Préstamo Plan estratégico

Se presenta la tabla de amortización en relación al préstamo bancario, se detalla un periodo de gracia de 2 meses, con un plazo de pago a 36 meses, a una tasa de interés del 11% anual considerando la referencia del Banco Central de tasas de interés activas para el segmento empresarial.

El capital a prestar es de \$21.900,00 con un promedio de pago mensual de 679,19. El total de interés pagado luego de los 36 meses es de \$1.264,73. (Ver Anexo No.9)

La implementación del proyecto empezaría en Enero, pero en el primer y segundo mes no habrá ingresos propios del giro del negocio. Los ingresos por ventas se empezarán a ver a partir de Marzo del 2012, los cuales están dados en pagos del 70% al contado, 30% crédito a 30 días, con el fin de dar facilidades de pago a los pequeños negocios sin dejar de mantener liquidez.

3.2.6.3. Panorama financiero – Escenario alentador

3.2.6.3.1. Flujo de Caja

Se proyecta un total de ingresos mensuales promedio de \$10.900,00. Los valores mensuales correspondientes a sueldos están en promedio de \$4.500,00. Los gastos mensuales promedio están en \$1.500,00. Obteniendo un saldo final de caja a diciembre del 2012 de \$25.834,49 (Ver anexos No.10 - 13).

3.2.6.3.2. Estado de resultados proyectado

En base al análisis anterior de ingresos, egresos y flujo de caja, se procede a elaborar un Estado de Resultados proyectado a 5 años, obteniendo ganancia desde el primer año de inicio del proyecto.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2012 - 2016

	AÑOS				
	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS					
VENTAS	83.650,00	130.800,00	130.800,00	130.800,00	130.800,00
TOTAL INGRESOS	83.650,00	130.800,00	130.800,00	130.800,00	130.800,00
EGRESOS					
TOTAL SUELDOS	49.759,61	53.729,55	53.729,55	53.892,56	53.892,56
TOTAL GASTOS	18.355,90	19.714,28	19.714,28	11.564,00	11.564,00
TOTAL INVERSION INICIAL	11.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	79.715,51	73.443,83	73.443,83	65.456,56	65.456,56
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	3.934,49	57.356,17	57.356,17	65.343,44	65.343,44
PARTICIPACION TRABAJADORES (15%)	590,17	8.603,42	8.603,42	9.801,52	9.801,52
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	3.344,31	48.752,74	48.752,74	55.541,92	55.541,92
IMPUESTO A LA RENTA (25%)	836,08	12.188,19	12.188,19	13.885,48	13.885,48
UTILIDAD NETA	2.508,24	36.564,56	36.564,56	41.656,44	41.656,44

3.2.6.3.3. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Con este valor se conocerá el porcentaje de rendimiento de la inversión y si es conveniente invertir en el proyecto o no. Con este resultado conoceremos la tasa de interés más alta que se podría pagar sin perder dinero, en donde el valor presente (VAN) es igual a cero.

En este caso la TIR es mayor a la tasa de descuento (11%), significa que el proyecto tiene rentabilidad asociada a dicha tasa, por lo que es conveniente invertir. En este caso la TIR es de 89%.

3.2.6.3.4. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Considerando una tasa de descuento del 11% se obtiene como valor actual neto del presente proyecto el valor de \$ 88.933,43 lo cual indica que el proyecto es viable.

“Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarquí y Ximena de la ciudad de Guayaquil”.

Este valor se interpreta como el análisis de viabilidad del proyecto de implementación del plan estratégico el cual debe ser mayor a cero.

3.2.6.4. Panorama financiero – Escenario negativo

3.2.6.4.1. Flujo de Caja

Se proyecta un total de ingresos mensuales promedio de \$7.600,00. Los valores mensuales correspondientes a sueldos están en promedio de \$4.500,00. Los gastos mensuales promedio están en \$1.500,00. Obteniendo un saldo final de caja a diciembre del 2012 de \$1.552,01 (Ver anexos No.14 - 17).

3.2.6.4.2. Estado de resultados proyectado

En base al análisis anterior de ingresos, egresos y flujo de caja, se procede a elaborar un Estado de Resultados proyectado a 5 años, obteniendo ganancia desde el primer año de inicio del proyecto.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2012 - 2016

	AÑOS				
	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS					
VENTAS	58.870,00	91.920,00	91.920,00	91.920,00	91.920,00
TOTAL INGRESOS	58.870,00	91.920,00	91.920,00	91.920,00	91.920,00
EGRESOS					
TOTAL SUELDOS	49.262,09	53.009,55	53.009,55	53.172,56	53.172,56
TOTAL GASTOS	18.355,90	19.714,28	19.714,28	11.564,00	11.564,00
TOTAL INVERSION INICIAL	11.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	79.217,99	72.723,83	72.723,83	64.736,56	64.736,56
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	-20.347,99	19.196,17	19.196,17	27.183,44	27.183,44
PARTICIPACION TRABAJADORES (15%)	0,00	2.879,42	2.879,42	4.077,52	4.077,52
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-20.347,99	16.316,74	16.316,74	23.105,92	23.105,92
IMPUESTO A LA RENTA (25%)	0,00	4.079,19	4.079,19	5.776,48	5.776,48
UTILIDAD NETA	-20.347,99	12.237,56	12.237,56	17.329,44	17.329,44

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

3.2.6.4.3. Tasa Interna de Retorno

En este caso la TIR es mayor a la tasa de descuento (11%), significa que el proyecto tiene rentabilidad asociada a dicha tasa, por lo que es conveniente invertir. En este caso la TIR es de 11,31%.

3.2.6.4.4. Valor Actual Neto (VAN)

Considerando una tasa de descuento del 11% se obtiene como valor actual neto del presente proyecto el valor de \$ 348,37 lo cual indica que el proyecto es viable.

Este valor se interpreta como el análisis de viabilidad del proyecto de implementación del plan estratégico el cual debe ser mayor a cero.

CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el diseño de la investigación en el capítulo uno, hacer un análisis completo en el capítulo dos y plantear la propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado en el capítulo tres, se puede concluir de la siguiente manera:

En el escenario alentador se aprecia que con una venta mensual a siete microempresas y cinco contratos de mantenimiento al mes se obtendría ganancia desde el primer año de gestión, mientras que en el escenario negativo se debería vender como mínimo a cinco microempresas y obtener por lo menos 2 contratos de mantenimiento mensuales para que la inversión sea viable aunque la ganancia se empezaría a recibir desde el segundo año de gestión.

En ambos casos se estima que las ventas inicien desde el mes de mayo, considerando que se trata de proyectos que se deben trabajar y concretar. Por otra parte los contratos de mantenimiento se estima que comiencen desde el mes de junio ya que se debe considerar que la implementación empieza desde el mes anterior.

Tanto en el escenario alentador como en el escenario negativo se consideran constantes los gastos tanto de sueldos y generales fijos. Mientras que la Tasa interna de retorno y el valor actual neto en ambos casos es viable pero nos indica que para que este proyecto cumpla con sus expectativas debe alcanzar una venta mínima de cinco empresas para que se logre recuperar la inversión y mínimo se debe empezar a facturar desde el mes de mayo.

En definitiva, el análisis de todo el panorama tanto del mercado de las microempresas, del entorno propio de la empresa propuesta y del análisis financiero nos da como resultado que el presente proyecto es rentable y debe ser puesto en marcha.

RECOMENDACIONES

- Hacer una revisión periódica del cumplimiento de metas y objetivos planteados con el fin de identificar cambios en el mercado y reajustar dichos objetivos.
- Implementar el plan estratégico planteado ya que este se basa en el análisis previo y está enfocado al cumplimiento de la propuesta y rentabilidad.
- Se recomienda realizar controles constantes a cada área del plan estratégico con la finalidad de determinar el cumplimiento de las estrategias y efectividad de las mismas.
- Mantener actualizado y activo el cronograma de capacitaciones, así el personal podrá estar al día en atender los requerimientos de los clientes y de esta manera potencializar la calidad del producto y servicio ofrecido.
- Mantener una buena cobranza de las ventas a 30 y 60 días, con el fin de no perjudicar el flujo de caja planteado y poder cubrir tanto la inversión como los costos fijos y variables.
- Se recomienda contratar más personal luego del primer año de implementación y marcha, obviamente también se alquilaría una oficina mas grande.
- Mantener una buena posición en el mercado, aprovechando la poca competencia legal que existe cubriendo el mercado de las PYMES.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

BIBLIOGRAFÍA

Ackoff Rusell I. (1984), Rediseñando el Futuro, Editorial Limusa, México.

Araque J., Wilson. (2009). Perfil del emprendedor ecuatoriano. Editores: Universidad Andina Simón Bolívar / Corporación Editora Nacional.

Aubert-Krier Jane. (1980). Gestión de la empresa. Tomo I: Estructura y Organización. Segunda Edición. Editorial Ariel.

Baye, Michael R. (2006). Economía de Empresa.

Bunge, Mario. (1972). "La investigación científica, su estrategia y su filosofía". Ediciones Ariel. Segunda edición. España.

Cera Rafael. (2005). "Plan de Marketing para empresas" desde <http://www.mailxmail.com/curso-plan-marketing-empresas/que-es-plan-marketing-que-sirve-mi-empresa>

Chiavenato Idalberto. (2001). Administración, Proceso Administrativo. Tercera Edición. Mc Graw Hill.

Corporación Ekos Media. Ekos Pymes 2010. PYMES la pequeña y mediana empresa del Ecuador.

Daft, Richard L., Teoría y diseño organizacional, , International Thompson Editores, Sexta edición.

Donnelly Gibson Ivancevich (1997) "Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas. Octava Edición.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Douglas R. Emery, John D. Finnerty (2000). Administración Financiera corporativa. Primera edición, Prentice Hall 2000.

Druker, Peter F. (1954). The practice of management. Harper & Row, Nueva York.

Drummond Helga. (2001). La calidad total. UPC Escuela de Empresa. Ediciones Deusto S.A. Bilbao.

Fernández-Aráoz René. (1994). El arte de la guerra: Aplicado a la gestión moderna de la empresa, La Paz.

Fernández, Francisco. (2003). "La innovación tecnológica en las organizaciones". Ediciones Thompson. Primera edición. España.

Ferré Trenzano, J. (1997), Investigación de mercados estratégica: cómo utilizar de forma inteligente la información de los estudios de mercado, Barcelona: Gestión 2000.

Garrido, S. (2006). Dirección Estratégica. España. Editorial McGraw Hill.

Gibson James L., (2002). Organizaciones: Entorno, Estructura, Procesos.

Hall Richard H. (1983). Organizaciones, Estructura y Proceso. Tercera Edición. Prentice Hall. México.

Hampton David R. (1983). Administración Contemporánea. McGraw-Hill/Interamericana de México. 2 ed.

Harrington H. James, (1998). Mejoramiento de los procesos de la empresa.

Hax A. y Majluf N., (2004). Estrategia para el liderazgo competitivo. Argentina. Ediciones Granica S. A.

Hernández Cabrera José Luis, (2003). Análisis Estratégico.

Hernández Ivan, PHD (2004). La competitividad e innovación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES): Una visión institucional desde la Mesoconomía. Revista Javeriana, Colombia. Septiembre 2004. pp. 20-27

Hernández, R; Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. 4ta Edición. México. McGraw Hill Interamericana Editores S.A.

Hernández, Roberto. (2006). "Metodología de la Investigación". Mc Graw Hill. Cuarta edición. México.

Huidobro José Manuel, Nuevas tecnologías: Impacto en las empresas desde <http://www.monografias.com/trabajos15/nvas-tecnologias/nvas-tecnologias.shtml>

J. E. Ricart, Diseño de Organizaciones, IESE, Universidad de Navarra.

Jáuregui Gómez Alejandro. "Gestiópolis" desde: <http://www.rppnet.com.ar/investigaciondemercados.htm>

Jiménez Fernández C. (1983): "Población y muestra. El muestreo". En Pedagogía Experimental II. Tomo I. UNED. Madrid. pp. 229-258.

Kaplan Robert S. – Norton David P. Cuadro de mando integral. Segunda Edición. 2002. Ediciones Gestión 2000 S.A.

Kerlinger F. N. (1985): Investigación del comportamiento. Técnicas y Metodología. Interamericana, México.

Kinney/Taylor (1998). Investigación de mercados. Quinta edición, Mc Graw Hill.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Koontz, Harold. (1998). "Administración: una perspectiva global ", Mc Graw – Hill.

KOTLER PHILLIP (1993) "Dirección de la Mercadotecnia (Análisis, Planeación, Implementación y control) 7a. edición. Prentice Hall.

Kotler y Armstrong. Fundamentos de Marketing. 6ta. Edición, Prentice Hall.

Lohr S. L. (1999): Muestreo: Diseño y Análisis. International. Thompson Editores, Madrid.

López de Gelviz Nilsia Joany. Un enfoque pluriparadigmatico para la competitividad inspirada en la innovación de las pymes en la postmodernidad desde <http://eumed.net>

Mankiw Gregory (2002). Principios de Economía.

Monera Fernando. Modelos de Negocios basados en software libre desde http://www.opensistemas.com/Articulo_completo.644.0.html

Münch, L y García, J. (2008). Fundamentos de Administración. México. Trillas.

Palomo González Miguel A. (2005). Los procesos de gestión y la problemática de las Pymes. Julio – Septiembre 2005, Vol. VIII, No.28.

Porter Michael. (1980). Competitive Strategic: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, Nueva York.

Porter Michael E. "Estrategia Competitiva" Compañía Editorial Continental, 1995.

Presidencia de la República (2010). Plan Nacional de desarrollo 2007 – 2010: Micro, Pequeña y Mediana empresa.

"Propuesta de creación de una empresa que comercialice soluciones tecnológicas referentes a software desarrollado para el manejo de microempresas como librerías, papelerías y bazares ubicadas en las Parroquias García Moreno, Tarqui y Ximena de la ciudad de Guayaquil".

Pymes retrasadas en el uso de informática. (Mayo 2009). Diario hoy desde <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador>

Robbins S. (1998). Comportamiento organizacional. Quinta edición, Editorial Stevenson.

Rue, L. y Byars, L. (2006). Administración, teoría y aplicaciones. México. Alfaomega grupo editor, S.A.

Sallenave, J. (2002). La Gerencia Integral. Colombia. Grupo Editorial Norma.

Serna, H. (2008). Gerencia Estratégica. Colombia. 3R Editores.

Stanton, Etzel & Walker (1997), Fundamentos de Marketing 10ma. Edición, Editorial McGraw Hill.

Tarziján & Paredes (2001). Organización Industrial para la Estrategia Empresarial.

Thompson & Strickland (1999), Strategic Management 11a edición, Editorial McGraw Hill.

Thompson Iván, (2006). "El Plan de Marketing" desde <http://www.marketing-free.com/articulos/plan-marketing.html>.

Troya Jaramillo, Alfonso. (2009). La Planeación Estratégica en la empresa ecuatoriana. Editores: Universidad Andina Simón Bolívar / Corporación Editora Nacional.

Van Horne James (1996). Fundamentos de administración financiera. Octava edición, México. Prentice Hall.

Westwood, J. (2004). The Marketing Plan. EEUU. Institute of Directors.

A N E X O S

ANEXO No. 1
MATRIZ AUXILIAR PARA EL DISEÑO DE LA INVESTIGACION

GENERAL	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES				IND.V.DEP.	
				INDEPENDIENTE	DEPENDIENTE	V.EMPIRICA IND.	V.EMPIRICA DEP.		IND.V.IND.
	En que medida la creación de una empresa que comercialice software desarrollado facilitaría el manejo de los PYMES bajo herramientas informáticas.	Elaborar un modelo de empresa que comercialice software desarrollado, facilitando el manejo de las PYMES bajo herramientas informáticas.	¿La creación de una empresa que comercialice software desarrollado, permitirá mejorar el manejo de las PYMES bajo herramientas informáticas?	Creación de una empresa que comercialice software desarrollado	Mejoramiento del manejo de las PYMES bajo herramientas informáticas	Creación de una empresa que comercialice software desarrollado	Mejora de procesos de las PYMES	Porcentaje de PYMES que utilizan software desarrollado	Porcentaje de PYMES que llevan procesos generales en sus negocios
	¿Cuál es el proceso de control interno que actualmente utilizan las PYMES?	Identificar el proceso de control interno que actualmente utilizan las PYMES.	¿La identificación del proceso de control interno que utilizan actualmente las PYMES nos proveerá de información necesaria para desarrollar la solución tecnológica que los propietarios de estos negocios necesitan?	Identificación del proceso de control interno que utilizan las PYMES	Provisión de información necesaria para desarrollar la solución tecnológica	Proceso de control de inventarios e ingresos y gastos	Desarrollo de solución tecnológica	Porcentaje del metodo de control de inventario que llevan las PYMES	Porcentaje de PYMES que utilizan algún programa contable
	¿Que nivel de instrucción educativa posee el personal que labora en las PYMES?	Definir el nivel de instrucción educativa que poseen las personas que trabajan en las PYMES.	¿La evaluación de la instrucción educativa de las personas que trabajan en las PYMES nos permitirá plantear un esquema de inducción junto con la instalación de esta solución tecnológica?	Evaluación de la instrucción educativa de las personas que trabajan en las PYMES	Planteamiento del tipo de inducción a impartir con la instalación del software desarrollado	Nivel de instrucción educativa de las persona que trabajan en PYMES	Inducción con la instalación del software desarrollado	Porcentaje de nivel de educación de los dueños de Pymes	Porcentaje del nivel de educación de los empleados de las PYMES
	¿Cómo impacta una solución tecnológica en las PYMES y en que medida los propietarios de estas poseen apertura al cambio?	Identificar como impactan las soluciones tecnológicas en las PYMES Y en que medida los dueños de estos negocios están consentes de la necesidad de implementar tecnología para mejorar los procesos internos.	En la medida que las soluciones tecnológicas y la apertura al cambio ocupe un porcentaje alto de aceptación en los dueños de las PYMES, se logrará que sea aceptada la propuesta de innovación tecnológica para estos negocios.	Identificación del nivel de apertura al cambio hacia soluciones tecnológicas	Aceptación de la propuesta de innovación tecnológica para estos negocios	Apertura al cambio	Aceptación de la propuesta de innovación tecnológica	Porcentaje de consideración en la incursión de tecnología en el manejo de negocios	Porcentaje de aceptación a la adquisición de un software desarrollado
	¿Cuánto estarían dispuestos a invertir los dueños de las PYMES para mejorar sus procesos internos?	Determinar el nivel de inversión en el que estarían dispuestos a incursionar los dueños de PYMES.	En la medida de nivel de inversión que los dueños de PYMES estén dispuestos a realizar, se planteará el nivel de robustez de la solución tecnológica a aplicar.	Reconocimiento del nivel de inversión que los dueños de PYMES estén dispuestos a realiza	Exposición del nivel de robustez de la solución tecnológica a aplicar	Nivel de inversión	Nivel de robustez de la solución tecnológica	Porcentaje de nivel de inversion	Porcentaje de ventas mensuales

ANEXO No.2

FORMATO DE PREGUNTAS DE ENTREVISTA

ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

¿Cuál es el tipo de su negocio? _____

¿Cuántas personas trabajan en su negocio, incluyendo a Ud.? _____

¿Cuáles son los cargos que ocupan las personas que laboran en su negocio? _____

MISION

¿Cuál es el proposito real por el que Ud. Creo su negocio? _____

¿Describa brevemente lo que la empresa realiza? _____

¿Para que mercado esta dirigido su negocio? _____

¿Qué lo diferencia de los otros locales similares al suyo? _____

VISION

¿Cómo ve su negocio en 5 años? _____

¿Qué desea lograr en 5 años? _____

¿Cree que con sus objetivos sus empleados estarian orgullosos del lugar en el que trabajan? _____

¿Cree que sus objetivos son factibles y reales para ser alcanzados? _____

VALORES

Enumere los 5 principales valores que caracteriza a su negocio:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

FODA

¿Cuáles son sus principales fortalezas? _____

¿Cuáles son sus principales oportunidades? _____

¿Cuáles son sus principales debilidades? _____

¿Cuáles son sus principales amenazas? _____

ANEXO No.3
Análisis Matriz FOFA-DODA / Mercado de las Microempresas

FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS		FORTALEZAS		DEBILIDADES					
		F1	F2	F3	F4	F5	D1	D2	D3
OPORTUNIDADES		O1	A1	La atención a los usuarios es directa y personalizada.	D1	No hay facilidad de crédito para sus clientes, todos los pagos son de contado			
		O2	F2	Los dueños de microempresas son emprendedores con deseos de invertir en tecnología	D2	Sus recursos financieros y presupuestos propios son limitados			
		O3	F3	Al vender de contado se garantiza dinero fresco para seguir invirtiendo día a día	D3	Falta de organización y estructura de procesos en el negocio			
		O4	F4	La ubicación del negocio brinda facilidades a los usuarios del sector y evita que tengan que buscar alternativas en otros sitios	D4	Cuentan con equipos informáticos básicos y desactualizados.			
		O5	F5	Las decisiones importantes se las toma de manera inmediata por contar con la presencia del dueño del negocio en todo momento	D5	El nivel de educación de los empleados de las microempresas alcanza el Bachillerato en un mayor porcentaje			
AMENAZAS		FO		DO					
		O4 - F1	F1 - A1	Capacitar vendedores para mejorar la atención a los clientes	D5 - O4	Incentivar la capacitación constante de los empleados de las microempresas aprovechando los beneficios de la Cámara de Comercio			
		O1 - F5	F5 - A3	Mejorar la infraestructura física del local para brindar comodidad al cliente	D3 - O1	Buscar alternativas de financiamiento para mejorar la organización del negocio y aplicar procesos que permitan brindar un mejor servicio a los usuarios			
		O2 - F2	F2 - A4	Invertir en herramientas tecnológicas que permitan competir al mismo nivel de empresas grandes	D4 - O2	Mejorar la infraestructura tecnológica del negocio con la adquisición de equipos informáticos modernos			
		FA		DA					
A1	F1 - A1	Realizar lanzamientos de promociones a clientes aprovechando el acercamiento hacia los clientes para aplacar la competencia	D1 - A3	Negociar con instituciones financieras la implementación de data fast para otorgar a los usuarios la oportunidad de cancelar con tarjeta de crédito y así no poseer dinero en efectivo en los locales y evitar los robos en los mismos					
A2	F5 - A3	Mantener activas las afiliaciones a la Cámara de Comercio para contar con los servicios de seguridad que están ofreciendo	D5 - A1	Capacitar al personal que labora en las microempresas en el uso y manejo de herramientas informáticas para mejorar el nivel de competencia					
A3	F2 - A4	Implementar un software informático que permita mantener organizado el negocio en cuanto a inventario, contabilidad, facturación y pago a proveedores	D4 - A4	Adquirir un contrato de mantenimiento y actualización del software implementado para mantener su correcto funcionamiento					
A4									
A5									

Elaborado por: Mariela Jiménez S.

ANEXO No.4
CUESTIONARIO

PARROQUIA: _____

1.- ¿Lleva Ud. Algún tipo de programa (software) ya sea contable, facturación, inventario, etc. en su negocio?

Si Si es si, indique cual: _____
No

2.- ¿Lleva algún tipo de proceso en su negocio?. Entiendase por proceso el conjunto de tareas relacionadas llevadas a cabo para lograr un resultado.

Si Si es si, indique que tipo de proceso: _____
No

3.- ¿De que forma Ud. Lleva el control de su inventario?

Kardex/Manual Programa/Software
Kardex/Excel Cual: _____

4.- ¿Lleva Ud. Algún tipo de programa contable en su negocio?

Si Si es si, indique cual: _____
No

5.- ¿Cuál es su nivel de educación?

Primaria Superior
Bachiller Otros cual: _____

6.- ¿Cuál es el nivel promedio de educación del personal que labora en su negocio?

Primaria Superior
Bachiller Otros cual: _____

7.- ¿Cómo considera Ud. La incursión de la tecnología en el manejo de los negocios en la actualidad?

Poco Importante Muy Importante
Importante

8.- ¿Estaría dispuesto a adquirir un Software/Programa que le permita llevar un mejor control de sus procesos internos, tanto contables, mercadería y facturación?

Si No

9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en una solución tecnológica que le permita consolidar su contabilidad, control de inventario y facturación?

\$800 - \$1200 MAS DE \$2000
\$1201 - \$2000 NINGUNA

10.- ¿Cuál es su nivel de ventas mensuales?

\$0 - \$1000 \$5001 - \$10.000
\$1001 - \$5000 MAS DE \$10.000

ANEXO No.5
Análisis Matriz FOFA-DODA / Empresa propuesta

FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS		FORTALEZAS		DEBILIDADES				
		F1	F2	F3	F4	D1	D2	D3
		El servicio que se brinda es directo y personalizado Comodas condiciones de pago para los clientes que adquieran el software		La variedad de productos ofrecidos es limitada Como la empresa es nueva, la cantidad de personal es limitado.				
		La empresa es legal y formal y cuenta con todos los permisos requeridos		Al tratarse de una empresa nueva, no cuenta con procesos internos para desarrollar sus actividades.				
		El personal técnico contratado tiene experiencia en programación e implementación de programas que consoliden las principales partes de un negocio		No posee las estrategias de Marketing necesarias para llegar al consumidor				
		Ofrecimiento como valor agregado de equipos informáticos		Como negocio que recién empieza no dispone de la infraestructura adecuada.				
		FO		DO				
O1	La llegada al mercado objetivo (microempresas) no posee muchas barreras lo que hace fácil su acceso	F1 - O1	Realizar acercamientos hacia los microempresarios que permitan captar su atención e involucrarlos hacia el mundo tecnológico.	D1 - O1	Definir el listado de productos ofrecidos para su identificación y difusión dentro del mercado de clientes.			
O2	No hay empresas registradas dirigidas a captar el mercado objetivo, es decir que la competencia es limitada	F5 - O5	Establecer negociaciones con proveedores locales para mantener buenos precios y disponibilidad de equipos en caso de que se requieran.	D2 - O4	Definir una adecuada estructura organizacional de la empresa propuesta con un reclutamiento del personal adecuado.			
O3	Necesidad de implementación de tecnología en mercado de las microempresas	F4 - O3	Desarrollar un software como producto de venta que permita a los clientes consolidar varias tareas de su negocio.	D3 - O2	Plantear un modelo de proceso interno en el negocio con el fin de asegurar una calidad permanente en la gestión.			
O4	En el mercado hay muchos profesionales preparados con necesidad de obtener un trabajo fijo	FA		DA				
O5	Buen acercamiento con mayoristas de computación	Determinar las condiciones de pago que se establecieron en general para los clientes captados.		Establecer que tipo de promociones se utilizaran en el lanzamiento del producto.				
A1	Existente competencia informal en la Web	F2 - A2		D1 - A5				
A2	Los recursos financieros y de presupuesto de los clientes (microempresas) son limitados	F4 - A3	Programar capacitaciones constantes al personal de la empresa para mantener una excelente atención al cliente.	D5 - A1	Implementar la infraestructura adecuada para mantener una identidad empresarial dentro del mercado objetivo.			
A3	Los usuarios de microempresas necesitan capacitación en uso de tecnología	F3 - A4	Establecer la identidad visual del negocio con la implementación de un estándar en el logo, colores y formato de todo documento que se imprima.	D4 - A4	Determinar que tipo de publicidad se va a utilizar, por que medios y con que frecuencia.			
A4	No existe identidad de la empresa en la mente de los clientes (microempresas)							
A5	El mercado brinda mayor apertura a aquellas empresas que ofrezcan mayores ventajas y promociones							

Elaborado por: Mariela Jiménez S.



PROFORMA

Matriz: Av. República E7-318 y Av. Diego de Almagro esq.

NBX: 3976800

Sucursal Gye: Cda. Kennedy Norte. Av. Luis Orrantía
y Nahim Isaías esq. Ed. Tecniseguros PB y 1er piso.

PBX: (04) 2683456 / 5018330

DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Computadores de escritorio con monitor marca DELL	3	\$ 950,00	\$ 2.850,00
Computador portátil marca DELL	2	\$ 1.190,00	\$ 2.380,00
Impresora multifunción HP	1	\$ 541,00	\$ 541,00
SUB-TOTAL			\$ 5.771,00
12% IVA			\$ 692,52
TOTAL			\$ 6.463,52

“SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES”

FORMA DE PAGO: CONTADO: 50 % ANTICIPO , SALDO CONTRAENTRGA

TIEMPO DE ENTREGA: Inmediata, previa consulta de stock.

VALIDEZ DE LA PROFORMA: 10 días.

ATENTAMENTE,

PAMELA OLVERA
CORPORACION AKROS
PBX. 2683456 ext. 8125
E-MAIL:

AKROS TAMBIEN ES...

- ✓ SOFTWARE: Licenciamiento
- ✓ SEGURIDAD: Firewall ,Antivirus
- ✓ SERVICIOS: Networking, Mantenimiento
- ✓ PARTES Y REPUESTOS
- ✓ SUMINISTROS: Recargas, cartuchos y papel

Su Garantía y Servicio

ANEXO No.7



TECNOLOGÍA A TU ALCANCE
WWW.SIGLO21.NET

PROFORMA

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
SM32MESADOBLE	Mesa de computadora tipo escritorio de oficina (194.5*60*86cm)	5	\$ 45,00	\$ 225,00
SM21CHAIR	Silla Speedmind con ruedas y apoyabrazos	5	\$ 28,00	\$ 140,00
SUBTOTAL				\$ 365,00
IVA 12%				\$ 43,80
TOTAL				\$ 408,80

FORMA DE PAGO: CONTRAENTREGA

TIEMPO DE ENTREGA: Inmediata, previa consulta de stock.

VALIDEZ DE LA PROFORMA: 15 días.

ATENTAMENTE,

Nury Molina



PBX VENTAS GYE: **2 247-299 / 2 592-212**

Quito: Centro: 02 2905-290 Norte: 02 2483-888

Web: www.siglo21.net Comentarios y Sugerencias a: contact@siglo21.net



Centro Autorizado de Servicios

GARANTIAS: Epson, Speed Mind, Tripp Lite, Samsung, Lg, Genius, Creative, memorias, procesadores.

HP: 1800999119 línea gratuita 18007112884

ANEXO No. 8



Proforma No. HT-PR0 200-11

High Telecommunications Sociedad de Telecomunicaciones Cia. Ltda.

Cliente: Mariela Jimenez
RUC:
Teléfono:
Atención: Ing Mariela Jimenez

Dirección: Guayaquil
Fecha: 23 de Agosto de 2011

CABLEADO ESTRUCTURADO

OPCION 1 VENTA

ITEM	Sistema	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total total
		INSTALACIÓN 12 PUERTOS DE DATOS EDIFICIO POSTERIOR			
1		Cable UTP Cat. 6 marca Panduit	200,00	0,90	180,00
2		Face plates dobles	6,00	2,18	13,05
3		Patch cord Cat. 6, 3 ples marca Panduit	6,00	10,08	60,45
4		Cajas sobrepuestas Dexson	6,00	2,45	14,70
5		Jacks Cat. 6 Panduit	12,00	9,35	112,20
6		Instalacion total del proyecto	1	720,00	720,00
					1.100,40

CONDICIONES COMERCIALES:

- 1.- Garantía de 12 meses contra defectos de fábrica en equipos, a partir de la firma del acta de Entrega Recepción
- 2.- Tiempo de validez de la oferta: 15 días
- 3.- Forma de pago:
 - 3.1.- Primer pago: 50% del valor total como concepto de anticipo
 - 3.2.- Segundo pago: 50% del valor total contra entrega de equipos
- 4.- Tiempo de entrega del trabajo: 15 días
- 5.- La oferta económica no incluye el valor del IVA

Atentamente,

Ing. Mauricio Bravo Msc
HIGH TELECOM

ANEXO No. 9

TABLA DE AMORTIZACION - PRESTAMO BANCARIO

Capital:	21.900,00	Plazo total (Meses):	36
Solca:	0,00	Fecha:	02-ene-12
Impuesto:	0,00	Tasa Interes:	11,00%
Com.Administrativa:	0,00	Tasa Comision:	0,00%
Meses de gracia:	2	Seg.Desgravamen:	0,00%
Neto:	21.900,00	Seg.Cesantia:	0,00%

No. DIVIDENDO	CAPITAL	INTERES	COMISION	SEGURO	DIVIDENDO	CAPITAL REDUCIDO
<u>2 MESES DE GRACIA</u>						
1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	21.900,00
2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	21.900,00
3	644,12	72,27	0,00	0,00	716,39	21.255,88
4	644,12	70,14	0,00	0,00	714,26	20.611,76
5	644,12	68,02	0,00	0,00	712,14	19.967,65
6	644,12	65,89	0,00	0,00	710,01	19.323,53
7	644,12	63,77	0,00	0,00	707,89	18.679,41
8	644,12	61,64	0,00	0,00	705,76	18.035,29
9	644,12	59,52	0,00	0,00	703,63	17.391,18
10	644,12	57,39	0,00	0,00	701,51	16.747,06
11	644,12	55,27	0,00	0,00	699,38	16.102,94
12	644,12	53,14	0,00	0,00	697,26	15.458,82
13	644,12	51,01	0,00	0,00	695,13	14.814,71
14	644,12	48,89	0,00	0,00	693,01	14.170,59
15	644,12	46,76	0,00	0,00	690,88	13.526,47
16	644,12	44,64	0,00	0,00	688,76	12.882,35
17	644,12	42,51	0,00	0,00	686,63	12.238,24
18	644,12	40,39	0,00	0,00	684,50	11.594,12
19	644,12	38,26	0,00	0,00	682,38	10.950,00
20	644,12	36,14	0,00	0,00	680,25	10.305,88
21	644,12	34,01	0,00	0,00	678,13	9.661,76
22	644,12	31,88	0,00	0,00	676,00	9.017,65
23	644,12	29,76	0,00	0,00	673,88	8.373,53
24	644,12	27,63	0,00	0,00	671,75	7.729,41
25	644,12	25,51	0,00	0,00	669,62	7.085,29
26	644,12	23,38	0,00	0,00	667,50	6.441,18
27	644,12	21,26	0,00	0,00	665,37	5.797,06
28	644,12	19,13	0,00	0,00	663,25	5.152,94
29	644,12	17,00	0,00	0,00	661,12	4.508,82
30	644,12	14,88	0,00	0,00	659,00	3.864,71
31	644,12	12,75	0,00	0,00	656,87	3.220,59
32	644,12	10,63	0,00	0,00	654,75	2.576,47
33	644,12	8,50	0,00	0,00	652,62	1.932,35
34	644,12	6,38	0,00	0,00	650,49	1.288,24
35	644,12	4,25	0,00	0,00	648,37	644,12
36	644,12	2,13	0,00	0,00	646,24	0,00
	21.900,00	1.264,73	0,00	0,00	23.164,73	
PROMEDIO DE PAGO MENSUAL					679,19	

PRESUPUESTO DE SUELDOS MENSUALES PROYECTADO 2012 - 2016

Escenario Alentador

2012

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
GERENTE GENERAL	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
ADMINISTRADOR-CONTADOR	0,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
ASISTENTE ADM/RRHH	0,00	0,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
MENSAJERO	0,00	0,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
ASESOR COMERCIAL	0,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
TECNICO DESARROLLADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
	1.700,00	2.850,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
COMISIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	115,48	174,48	178,48	178,48	174,48	178,48	178,48	174,48
APORTE PATRONAL	189,04	316,92	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32
FONDO DE RESERVA	141,67	237,50	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	330,71	554,42	700,32	700,32	815,80	874,80	878,80	878,80	874,80	878,80	878,80	874,80
TOTAL SUELDOS MENSUALES	2.030,71	3.404,42	4.300,32	4.300,32	4.415,80	4.474,80	4.478,80	4.478,80	4.474,80	4.478,80	4.478,80	4.474,80

2013

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
GERENTE GENERAL	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
ADMINISTRADOR-CONTADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
ASISTENTE ADM/RRHH	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
MENSAJERO	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
ASESOR COMERCIAL	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
TECNICO DESARROLLADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
COMISIONES	178,48	178,48	174,48	178,48	178,48	174,48	178,48	178,48	174,48	178,48	178,48	174,48
APORTE PATRONAL	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32
FONDO DE RESERVA	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	878,80	878,80	874,80	878,80	878,80	874,80	878,80	878,80	874,80	878,80	878,80	874,80
TOTAL SUELDOS MENSUALES	4.478,80	4.478,80	4.474,80	4.478,80	4.478,80	4.474,80	4.478,80	4.478,80	4.474,80	4.478,80	4.478,80	4.474,80

2014

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
GERENTE GENERAL	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
ADMINISTRADOR-CONTADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
ASISTENTE ADM/RRHH	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
MENSAJERO	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
ASESOR COMERCIAL	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
TECNICO DESARROLLADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
COMISIONES	178,48	178,48	178,48	178,48	178,48	178,48	178,48	178,48	178,48	178,48	178,48	178,48
APORTE PATRONAL	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32
FONDO DE RESERVA	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
TOTAL SUELDOS MENSUALES	878,80	878,80	878,80	878,80	878,80	878,80	878,80	878,80	878,80	878,80	878,80	878,80
	4.478,80	4.478,80	4.478,80	4.478,80	4.478,80	4.478,80	4.478,80	4.478,80	4.478,80	4.478,80	4.478,80	4.478,80

2015

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
GERENTE GENERAL	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
ADMINISTRADOR-CONTADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
ASISTENTE ADM/RRHH	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
MENSAJERO	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
ASESOR COMERCIAL	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
TECNICO DESARROLLADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
COMISIONES	192,06	192,06	188,06	192,06	192,06	188,06	192,06	192,06	188,06	192,06	192,06	188,06
APORTE PATRONAL	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32
FONDO DE RESERVA	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	892,38	892,38	888,38	892,38	892,38	888,38	892,38	892,38	888,38	892,38	892,38	888,38
TOTAL SUELDOS MENSUALES	4.492,38	4.492,38	4.488,38	4.492,38	4.492,38	4.488,38	4.492,38	4.492,38	4.488,38	4.492,38	4.492,38	4.488,38

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
GERENTE GENERAL	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
ADMINISTRADOR-CONTADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
ASISTENTE ADM/RRHH	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
MENSAJERO	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
ASESOR COMERCIAL	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
TECNICO DESARROLLADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
COMISIONES	192,06	192,06	188,06	192,06	192,06	188,06	192,06	192,06	188,06	192,06	192,06	188,06
APORTE PATRONAL	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32
FONDO DE RESERVA	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	892,38	892,38	888,38	892,38	892,38	888,38	892,38	892,38	888,38	892,38	892,38	888,38
TOTAL SUELDOS MENSUALES	4.492,38	4.492,38	4.488,38	4.492,38	4.492,38	4.488,38	4.492,38	4.492,38	4.488,38	4.492,38	4.492,38	4.488,38

PRESUPUESTO DE GASTOS MENSUALES PROYECTADO 2012 - 2016

Escenario Alentador

2012

GASTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AGUA, LUZ, INTERNET Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
PAGO PRESTAMO	0,00	0,00	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL GASTOS	897,00	897,00	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19

2013

GASTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AGUA, LUZ, INTERNET Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
PAGO PRESTAMO	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL GASTOS	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19

2014

GASTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AGUA, LUZ, INTERNET Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
PAGO PRESTAMO	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL GASTOS	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19

2015

GASTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AGUA, LUZ, INTERNET Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES			200,00			200,00			200,00			200,00
TOTAL GASTOS	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00

2016

GASTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AGUA, LUZ, ENERGIA Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES			200,00			200,00			200,00			200,00
TOTAL GASTOS	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00

ANEXO No.13
FLUJO DE CAJA PROYECTADO A DIC 2012
 Escenario Alentador

2013

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SALDO INICIAL CAJA	21.900,00	7.372,29	3.070,87	-3.005,64	-8.882,15	-7.524,13	-2.875,12	1.969,89	6.814,91	11.463,92	16.308,94	21.153,95
INGRESOS:												
CONTADO 70%	0,00	0,00	0,00	0,00	7.350,00	7.350,00	7.350,00	7.350,00	7.350,00	7.350,00	7.350,00	7.350,00
CREDITO 30 DIAS 30%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00
MANTENIMIENTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
TOTAL EFECTIVO DISPONIBLE	21.900,00	7.372,29	3.070,87	-3.005,64	-1.532,15	3.375,87	8.024,88	12.869,89	17.714,91	22.363,92	27.208,94	32.053,95
EGRESOS:												
SUELDOS Y SALARIOS	1.700,00	2.850,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
COMISIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	115,48	174,48	178,48	178,48	174,48	178,48	178,48	174,48
APORTE PATRONAL	189,04	316,92	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32
FONDO DE RESERVA	141,67	237,50	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
AGUA, LUZ, ENERGIA Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
PAGO PRESTAMO	0,00	0,00	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES	0,00	0,00	200,00	0,00	0,00	200,00	0,00	0,00	200,00	0,00	0,00	200,00
TOTAL EGRESOS	2.927,71	4.301,42	6.076,51	5.876,51	5.991,99	6.250,99	6.054,99	6.054,99	6.250,99	6.054,99	6.054,99	6.250,99
EGRESOS DE INVERSION:												
LANZAMIENTO DE PRODUCTO	800,00											
APLICACIÓN DE PUBLICIDAD	2.800,00											
COMPRA DE EQUIPOS COMPUTACION	6.500,00											
COMPRA DE MUEBLES DE OFICINA	400,00											
TRABAJO DE CABLEADO	1.100,00											
TOTAL EGRESOS DE INVERSION	11.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SALDO FINAL DE CAJA	7.372,29	3.070,87	-3.005,64	-8.882,15	-7.524,13	-2.875,12	1.969,89	6.814,91	11.463,92	16.308,94	21.153,95	25.802,96

ANEXO No.15
PRESUPUESTO DE SUELDOS MENSUALES PROYECTADO 2012 - 2016
ESCENARIO NEGATIVO

2012

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
GERENTE GENERAL	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
ADMINISTRADOR-CONTADOR	0,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
ASISTENTE ADM/RRHH	0,00	0,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
MENSAJERO	0,00	0,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
ASESOR COMERCIAL	0,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
TECNICO DESARROLLADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
	1.700,00	2.850,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
COMISIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	73,48	114,48	114,48	114,48	114,48	114,48	114,48	114,48
APORTE PATRONAL	189,04	316,92	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32
FONDO DE RESERVA	141,67	237,50	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	330,71	554,42	700,32	700,32	773,80	814,80	814,80	814,80	814,80	814,80	814,80	814,80
TOTAL SUELDOS MENSUALES	2.030,71	3.404,42	4.300,32	4.300,32	4.373,80	4.414,80	4.414,80	4.414,80	4.414,80	4.414,80	4.414,80	4.414,80

2013

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
GERENTE GENERAL	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
ADMINISTRADOR-CONTADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
ASISTENTE ADM/RRHH	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
MENSAJERO	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
ASESOR COMERCIAL	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
TECNICO DESARROLLADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
COMISIONES	118,48	118,48	114,48	114,48	118,48	114,48	114,48	114,48	114,48	114,48	114,48	114,48
APORTE PATRONAL	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32
FONDO DE RESERVA	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	818,80	818,80	814,80	814,80	818,80	814,80	814,80	814,80	814,80	814,80	818,80	814,80
TOTAL SUELDOS MENSUALES	4.418,80	4.418,80	4.414,80	4.414,80	4.418,80	4.414,80	4.414,80	4.414,80	4.414,80	4.414,80	4.418,80	4.414,80

2016

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
GERENTE GENERAL	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
ADMINISTRADOR-CONTADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
ASISTENTE ADM/RRHH	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
MENSAJERO	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
ASESOR COMERCIAL	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
TECNICO DESARROLLADOR	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
COMISIONES	132,06	132,06	128,06	132,06	132,06	128,06	132,06	132,06	128,06	132,06	132,06	128,06
APORTE PATRONAL	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32
FONDO DE RESERVA	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	832,38	832,38	828,38	832,38	832,38	828,38	832,38	832,38	828,38	832,38	832,38	828,38
TOTAL SUELDOS MENSUALES	4.432,38	4.432,38	4.428,38	4.432,38	4.432,38	4.428,38	4.432,38	4.432,38	4.428,38	4.432,38	4.432,38	4.428,38

PRESUPUESTO DE GASTOS MENSUALES PROYECTADO 2012 - 2016

ESCENARIO NEGATIVO

2012

GASTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AGUA, LUZ, INTERNET Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
PAGO PRESTAMO	0,00	0,00	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES			200,00			200,00			200,00			200,00
TOTAL GASTOS	897,00	897,00	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19

2013

GASTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AGUA, LUZ, INTERNET Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
PAGO PRESTAMO	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES			200,00			200,00			200,00			200,00
TOTAL GASTOS	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19

2014

GASTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AGUA, LUZ, INTERNET Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
PAGO PRESTAMO	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES			200,00			200,00			200,00			200,00
TOTAL GASTOS	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19	1.576,19	1.576,19	1.776,19

2015

GASTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AGUA, LUZ, INTERNET Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES			200,00			200,00			200,00			200,00
TOTAL GASTOS	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00

2016

GASTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AGUA, LUZ, ENERGIA Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES			200,00			200,00			200,00			200,00
TOTAL GASTOS	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00	897,00	897,00	1.097,00

ANEXO No.17
FLUJO DE CAJA PROYECTADO A DIC 2012
ESCENARIO NEGATIVO

2013

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SALDO INICIAL CAJA	21.900,00	7.372,29	3.070,87	-3.005,64	-8.882,15	-9.582,13	-8.113,12	-6.448,11	-4.783,09	-3.314,08	-1.649,06	15,95
INGRESOS:												
CONTADO 70%	0,00	0,00	0,00	0,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00
CREDITO 30 DIAS 30%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00
MANTENIMIENTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
TOTAL EFECTIVO DISPONIBLE	21.900,00	7.372,29	3.070,87	-3.005,64	-3.632,15	-1.922,13	-453,12	1.211,89	2.876,91	4.345,92	6.010,94	7.675,95
EGRESOS:												
SUELDOS Y SALARIOS	1.700,00	2.850,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
COMISIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	73,48	114,48	118,48	118,48	118,48	118,48	118,48	118,48
APORTE PATRONAL	189,04	316,92	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32	400,32
FONDO DE RESERVA	141,67	237,50	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
AGUA, LUZ, ENERGIA Y TELECOMUNICACIONES	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ARRIENDO	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
PAGO PRESTAMO	0,00	0,00	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19	679,19
SUMINISTROS Y MATERIALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
CAPACITACIONES	0,00	0,00	200,00	0,00	0,00	200,00	0,00	0,00	200,00	200,00	0,00	200,00
TOTAL EGRESOS	2.927,71	4.301,42	6.076,51	5.876,51	5.949,99	6.190,99	5.994,99	5.994,99	6.190,99	5.994,99	5.994,99	6.190,99
EGRESOS DE INVERSION:												
LANZAMIENTO DE PRODUCTO	800,00											
APLICACIÓN DE PUBLICIDAD	2.800,00											
COMPRA DE EQUIPOS COMPUTACION	6.500,00											
COMPRA DE MUEBLES DE OFICINA	400,00											
TRABAJO DE CABLEADO	1.100,00											
TOTAL EGRESOS DE INVERSION	11.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SALDO FINAL DE CAJA	7.372,29	3.070,87	-3.005,64	-8.882,15	-9.582,13	-8.113,12	-6.448,11	-4.783,09	-3.314,08	-1.649,06	15,95	1.484,96