



UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

**FACULTAD DE ECONOMIA AGRÍCOLA
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO PARA
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA**

**MODELO DE NEGOCIO DE SERVICIOS FINANCIEROS PARA
LA PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS EN EL ECUADOR**

JOAQUÍN ALEJANDRO RODRÍGUEZ HURTADO

GUAYAQUIL, ECUADOR

2023

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CERTIFICACIÓN

El suscrito, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de director **CERTIFICO QUE:** he revisado el trabajo de titulación, denominado: **MODELO DE NEGOCIO DE SERVICIOS FINANCIEROS PARA LA PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS EN EL ECUADOR**, el mismo que ha sido elaborado y presentado por el/la estudiante, **Joaquín Alejandro Rodríguez Hurtado**; quien cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador para este tipo de estudios.

Atentamente,

Ec. Ricardo Contreras Chacón, Msc.

Guayaquil, 28 de julio de 2023

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

TEMA:

**MODELO DE NEGOCIO DE SERVICIOS FINANCIEROS PARA
LA PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS EN EL ECUADOR**

AUTOR/A:

JOAQUÍN ALEJANDRO RODRÍGUEZ HURTADO

TRABAJO DE TITULACIÓN

**APROBADA Y PRESENTADA AL CONSEJO DIRECTIVO
COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

PhD. Jorge García Regalado Msc.

PRESIDENTE

Ing. Carlos Granizo Cabrera Msc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

Ing. Elisa Cedeño Luzardo Msc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

AGRADECIMIENTO

Al inicio de esta tesis, quiero expresar mi agradecimiento a mi padre Domingo Rodríguez, a mi madre Mercy Hurtado y a mi hermana Verónica Rodríguez por su amor y apoyo incondicional durante todo el proceso. Sin su apoyo, no habría podido completar esta tesis de manera exitosa.

Agradezco a Dios por su infinita misericordia y amor, sin el cual nada de esto hubiera sido posible.

También quiero agradecer al Econ. Ricardo Contreras, mi director de tesis, por su paciencia, orientación, apoyo y motivación durante el desarrollo de esta tesis. Estoy agradecido por sus consejos y sugerencias tan valiosas que me han ayudado a completar este proyecto.

Por último, agradecer a todos mis profesores y colegas por sus enseñanzas y sugerencias útiles para la realización de este trabajo.

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mis padres y hermana, quienes me han apoyado de forma incondicional durante todo mi camino académico. Su amor, paciencia y aliento me han inspirado para perseverar a través de los desafíos y lograr mi objetivo. ¡Gracias por ser mi mejor equipo!

RESPONSABILIDAD

La responsabilidad, derecho de la investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que aparecen en el presente Trabajo de Titulación corresponden exclusivamente al Autor/a y los derechos académicos otorgados a la Universidad Agraria del Ecuador.

Joaquín Alejandro Rodríguez Hurtado

C. I. 0951260413

RESUMEN

Este trabajo de investigación se centrará en el desarrollo de un modelo de negocio de servicios financieros para promover el emprendimiento en el Ecuador. El objetivo central de este trabajo será diseñar un modelo de negocio de servicios financieros que ofrezca una amplia gama de servicios financieros a los emprendedores. El modelo de negocio debe incluir una combinación de servicios financieros, como el capital semilla, el financiamiento de la innovación, el financiamiento para el crecimiento, el financiamiento para la internacionalización y el financiamiento para el desarrollo de los negocios. Además, el modelo debe considerar los principales retos que enfrentan los emprendedores en el Ecuador, como el acceso limitado a los recursos financieros, la falta de conocimientos sobre cómo acceder a los recursos disponibles y la asistencia técnica limitada. El modelo también debe considerar los requisitos regulatorios, como la necesidad de cumplir con los requisitos de capital y de información para obtener una licencia para prestar servicios financieros. El trabajo de investigación se llevará a cabo a través de una combinación de análisis de la situación actual, entrevistas con profesionales del sector financiero y emprendedores, análisis de la literatura y estudios de casos. El resultado final del trabajo será un modelo de negocio de servicios financieros para promover el emprendimiento en el Ecuador, que sea rentable, sostenible y adaptado a las necesidades de los emprendedores locales.

Palabras claves: Rentabilidad, Inversión, Emprendimiento, Desarrollo

SUMMARY

This research work will focus on the development of a financial services business model to promote entrepreneurship in Ecuador. The central objective of this work will be to design a financial services business model that offers a wide range of financial services to entrepreneurs. The business model should include a mix of financial services, such as seed capital, innovation financing, growth financing, internationalization financing, and business development financing. In addition, the model must consider the main challenges faced by entrepreneurs in Ecuador, such as limited access to financial resources, lack of knowledge on how to access available resources, and limited technical assistance. The model must also consider regulatory requirements, such as the need to meet capital and reporting requirements to obtain a license to provide financial services. The research work will be carried out through a combination of analysis of the current situation, interviews with professionals from the financial sector and entrepreneurs, literature analysis and case studies. The end result of the work will be a financial services business model to promote entrepreneurship in Ecuador, which is profitable, sustainable and adapted to the needs of local entrepreneurs.

Keywords: *Profitability, Investment, Entrepreneurship, Development*

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
<i>Caracterización del Tema.....</i>	<i>1</i>
<i>Justificación e Importancia del Estudio.....</i>	<i>2</i>
<i>Delimitación del Problema</i>	<i>3</i>
<i>Formulación del Problema.....</i>	<i>3</i>
<i>Objetivos</i>	<i>3</i>
<i>Objetivo General</i>	<i>3</i>
<i>Objetivos Específicos.....</i>	<i>3</i>
<i>Hipótesis de Investigación.....</i>	<i>4</i>
<i>Aporte Teórico o Conceptual.....</i>	<i>4</i>
<i>Aplicación Práctica.....</i>	<i>4</i>
CAPITULO I	5
Marco Referencial	5
1.1 Estado del arte	5
1.2 Bases teóricas y científicas.....	7
1.3 Fundamentación Legal	18
CAPITULO II.....	23
Aspectos Metodológicos.....	23
2.1 Métodos	23
2.2 Variables	24
2.3 Población y Muestra	24
2.4 Técnica de recolección de datos	26
2.5 Estadísticas Descriptivas e Inferencial.....	27
RESULTADOS.....	28
DISCUSIÓN.....	65
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES	67
BIBLIOGRAFÍA CITADA.....	68
ANEXOS.....	72
APÉNDICES.....	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Pregunta N°1 ¿Cuáles son las principales necesidades financieras de los emprendedores en el Ecuador?	28
Figura 2: Pregunta N°2 ¿Cómo evaluaría el nivel de acceso a los servicios financieros para emprendimientos en el Ecuador?	29
Figura 3: Pregunta N°3 ¿Cuáles son los principales obstáculos para el desarrollo de emprendimientos en el Ecuador?	30
Figura 4: Pregunta N°4 ¿Qué factores considera importantes para la promoción de la inversión en el sector de servicios financieros en el Ecuador?	30
Figura 5: Pregunta N°5 ¿Cómo percibe el acceso a los servicios financieros por parte de los emprendedores en el Ecuador?	31
Figura 6: Pregunta N°6 ¿Qué considera como los principales motivadores para el desarrollo de emprendimientos en el Ecuador?	32
Figura 7: Pregunta N°7 ¿Qué tipo de servicios financieros desea que se ofrezcan a los emprendedores en el Ecuador?	32
Figura 8: Pregunta N°8 ¿Cómo evalúa la disponibilidad de financiamiento para emprendimientos en el Ecuador?	33
Figura 9: Pregunta N°9 ¿Cuáles cree que son los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores en el Ecuador?	34
Figura 10: Pregunta N°10 ¿Cómo podrían los servicios financieros apoyar la creación y desarrollo de emprendimientos en el Ecuador?	34
Figura 11: Pregunta N°11 ¿Qué factores considera fundamentales para el éxito de los emprendimientos en el Ecuador?	35
Figura 12: Pregunta N°12 ¿Cuáles son las principales fortalezas de la economía ecuatoriana que pueden facilitar el desarrollo de emprendimientos?	36
Figura 13: Pregunta N°13 ¿Qué empresa existente que otorga servicios financieros a emprendedores es de su preferencia?	37
Figura 14: Logotipo de la Empresa	42

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de las Variables	72
Anexo 2: Cronograma de Actividades	72
Anexo 3: Formato de Encuesta	73

ÍNDICE DE APÉNDICE

Apéndice 1: Análisis PESTEL	76
Apéndice 2: Fuerzas de PORTER	77
Apéndice 3: Análisis FODA	77
Apéndice 4: Matriz de Impacto	77
Apéndice 5: Servicios De Consultoría.....	77
Apéndice 6: Precio por hora de cada servicio	78
Apéndice 7: Segmentación de Mercado.....	78
Apéndice 8: Cuantificación de la Demanda	78
Apéndice 9: Cuantificación de la Oferta.....	79
Apéndice 10: Demanda Insatisfecha.....	79
Apéndice 11: Supuestos	61
Apéndice 12: Requerimiento De Herramientas Y Equipos Para Operaciones	61
Apéndice 13: Requerimiento De Materiales Y Repuestos Para Operaciones.....	62
Apéndice 14: Requerimiento De Activos No Corrientes Para Operaciones.....	62
Apéndice 15: Requerimiento De Muebles Enseres	63
Apéndice 16: Total Activos No Corrientes	63
Apéndice 17: Depreciación Acumulada	64
Apéndice 18: Permisos Y Desarrollo De Programas	64
Apéndice 19: Resumen Y Proyección De Costos De Producción	65
Apéndice 20: Gastos De Ventas	66
Apéndice 21: Gastos Publicidad Y Suministros De Oficina	66
Apéndice 22: Gastos De Mantenimiento De Activos Operativos	66
Apéndice 23: Resumen De Gastos De Venta Y Administrativos.....	67
Apéndice 24: Ingresos Proyectados	67
Apéndice 25: Costos Indirectos Fabricación.....	68
Apéndice 26: Otros Costos Indirectos De Fabricación.....	68
Apéndice 27: Salario Mensual De MOI.....	69
Apéndice 28: Salario Mensual MOI.....	69
Apéndice 29: Salario Mensual MOD	70
Apéndice 30: Salario Anual MOD.....	71
Apéndice 31: Resumen Y Proyección De Costos Fijos De Producción	72
Apéndice 32: Calculo Del Costo Operativo Anual	72
Apéndice 33: Inversión Y Estructura Del Capital.....	73
Apéndice 34: Cronograma De Pago Por Préstamo	73
Apéndice 35: Intereses Y Amortización Anual	74
Apéndice 36: Cálculo TMAR Inversionistas	74
Apéndice 37: Cálculo TMAR General	74
Apéndice 38: Proyección Flujo De Efectivo	75
Apéndice 39: Costos Y Beneficios	77
Apéndice 40: Relación Costo Beneficio.....	77
Apéndice 41: Sensibilidad De Precios.....	77
Apéndice 42: Herramienta Canvas	77

INTRODUCCIÓN

Caracterización del Tema

Este tema tiene como objetivo analizar el desarrollo de un modelo de negocio de servicios financieros para la promoción de emprendimientos en el Ecuador. El estudio abarcará los componentes claves del emprendimiento, como la formulación de un modelo de negocio sostenible, la identificación de recursos financieros, los incentivos fiscales apropiados, la educación empresarial, el empoderamiento de la mujer emprendedora, la gestión de la responsabilidad social empresarial, entre otros, y se centrará en el análisis de la situación actual de la región, las tendencias y las prácticas exitosas, con el fin de desarrollar un modelo de negocio óptimo para la promoción de emprendimientos. El tema también abordará el impacto de la crisis económica y el papel de la banca de desarrollo y los organismos internacionales en el desarrollo de los emprendimientos. El estudio se llevará a cabo a través de la investigación bibliográfica y el análisis de información primaria, incluyendo entrevistas a expertos. El resultado de la investigación debe contribuir a la formulación de políticas públicas y a la promoción de una cultura emprendedora en el Ecuador.

Planteamiento de la Situación Problemática

El Ecuador es un país con un alto índice de desempleo, baja tasa de inversión privada y una economía frágil. Esto ha llevado a la población a buscar nuevas formas de generar ingresos, lo que ha llevado a un aumento en el número de emprendimientos, muchos de los cuales carecen de los recursos financieros necesarios para su crecimiento. Con el fin de apoyar el desarrollo de los emprendimientos en el Ecuador, se propone un modelo de negocio de servicios financieros para promover el desarrollo de emprendimientos en el país. El modelo de negocio de servicios financieros se centrará en el análisis de los factores clave para el éxito de los emprendimientos, así como en el diseño de estrategias para que los emprendedores tengan acceso a los recursos financieros necesarios para su crecimiento.

El nulo conocimiento financiero por parte de la sociedad ecuatoriana entre los que destacan el bajo porcentaje de educación y cultura financiera que existe en la región, tal como muestra un estudio realizado por el Banco de Desarrollo de América Latina y El Caribe situando a Ecuador entre los países con un nivel de cultura de ahorro y bajos niveles de inclusión financiera siendo esta inferior al 41%, es decir, de 18'297,377 de ecuatorianos el 59% representado por 10'795,452 no cuentan con una instrucción financiera adecuada, esto ha provocado un escaso surgimiento de empresarios, emprendedores e inversionistas a su vez, frenando la puesta en marcha de diversos negocios.

A causa de esta escasa inclusión financiera las consecuencias se ven reflejadas en la situación laboral que atraviesa el Ecuador en la actualidad, representa una gran problemática para el desarrollo de nuevos emprendimientos e incluso es un impedimento para el continuo crecimiento de los mismos, esto no resulta conveniente al momento en el que se desea realizar la captación de inversionistas que puedan financiar a estas empresas.

Esto genera una imagen negativa para el país en general, debido al inexistente espacio que se puede adquirir en línea, teniendo en cuenta la era de la digitalización que se ha impulsado durante los últimos años, generando desconfianza y una reducción en la rentabilidad y valoración de dichos emprendimientos en el Ecuador.

El modelo de negocio de servicios financieros se propone como una solución al desempleo y a la baja tasa de inversión privada, proporcionando a los emprendedores el apoyo necesario para que sus empresas sean exitosas. El proyecto de tesis se centrará en el estudio de los factores clave para el éxito de los emprendimientos, el análisis de los servicios financieros disponibles en el Ecuador, el diseño de estrategias para promover el desarrollo de emprendimientos y la evaluación del impacto del modelo de negocio de servicios financieros en el desarrollo de emprendimientos en el Ecuador.

Justificación e Importancia del Estudio

La economía ecuatoriana se encuentra cada vez más afectada por la crisis económica global, lo que ha provocado una disminución significativa en los niveles de inversión y aumento en la desigualdad. Esto ha generado una

profunda escasez de financiamiento para los emprendimientos del país, uno de los sectores que más han sentido el golpe de la crisis.

En este contexto, el estudio de un modelo de negocio de servicios financieros para la promoción de emprendimientos en el Ecuador cobra una mayor relevancia. Este estudio permitirá identificar barreras y oportunidades para el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos, así como proponer estrategias innovadoras para la provisión de servicios financieros a estas empresas.

Además, el estudio podría contribuir a la reducción de la brecha financiera existente entre los diversos sectores económicos, promoviendo la inclusión financiera y ofreciendo una mayor accesibilidad a los servicios financieros a los emprendimientos. Esto contribuirá a mejorar la calidad de vida de la población, así como a estimular el crecimiento económico y la competitividad del país. En conclusión, el estudio contribuirá a una mayor conciencia de la importancia de los servicios financieros para el desarrollo de los pequeños negocios en el Ecuador.

Delimitación del Problema

El modelo de negocio se plantea a nivel nacional en el Ecuador, donde se estudiarán y analizarán el mercado de la compra, venta e inversión de negocios, por parte de empresarios, emprendedores e inversionistas.

Formulación del Problema

¿Qué tan rentable resulta la implementación de estrategias financieras orientadas hacia la compra, venta e inversión de emprendimientos negocios en el Ecuador?

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un modelo de negocio de servicios financieros para la promoción de emprendimientos en el Ecuador.

Objetivos Específicos

- ✓ Desarrollar estrategias comerciales que se implementarán en el modelo de negocio para la captación de empresarios, emprendedores e inversionistas.

- ✓ Realizar un análisis de los recursos técnicos y financieros que determinen la viabilidad financiera de los negocios.
- ✓ Describir mediante la herramienta Canvas la gestión estratégica y operacional con la cual se busca ofrecer un panorama general con respecto a los negocios.

Hipótesis de Investigación

El proyecto de un modelo de negocio destinado a la promoción de emprendimientos en el Ecuador es viable.

Aporte Teórico o Conceptual

Para el desarrollo de estas estrategias se aplicarán diversos modelos de negocios como son los modelos de negocios Canvas, De Suscripción y de Franquicia o licencia.

Aplicación Práctica

La finalidad de este modelo de negocio es brindar un servicio de asesoramiento financiero para dueños de negocios, que permitan mejorar la rentabilidad de las compañías existentes en el Ecuador, captando la atención de inversionistas nacionales y extranjeros, permitiendo el desarrollo de pequeños y medianos negocios.

CAPITULO I

Marco Referencial

1.1 Estado del arte

Para (Chaglla, 2019) quién expresa en su proyecto titulado “Diagnóstico de la Gestión Empresarial de los Emprendimientos PYMES Comerciales de la ciudad de Ambato” las microempresas son muy importantes para el Ecuador, debido a ser generadoras de fuentes de empleo rentables, que contribuyen de una u otra manera a generar y mantener la sostenibilidad de los hogares, sin embargo, destaca que los empresarios que las manejan tienen un bajo nivel de aprovechamiento de estrategias financieras para el éxito de las mismas, señalando además que, muchos de estos emprendimientos suelen ser de mucho interés para empresarios, emprendedores e inversionistas, pero, al no tener una probabilidad de expansión y crecimiento, genera desinterés y por lo tanto, pérdidas en posibles inyecciones de capital para su desarrollo.

Para (Varas, 2018) en su trabajo investigativo “Panorama de los Emprendimientos en el Ecuador” El principal motivo para la necesidad de la creación y surgimiento de nuevos negocios en el Ecuador se ve impulsado por el método de financiamiento mediante el cual se llevan a cabo estas iniciativas, así mismo como por efectos negativos derivados de la situación actual en la que se encuentra el país, estas situaciones ameritan la formación de un ecosistema de emprendedores, el cual se vuelve un factor indispensable para poder ejecutar la idea de negocio que se tiene, es por esto que la contratación de servicios otorgados por instituciones públicas o privadas que se relacionen con este panorama, permiten una expansión de la idea comercial trasladando el espacio interno a uno externo, con la aparición de nuevas estrategias y nuevos clientes.

Tal como destacan (García & Montés, 2018) “Modelo de valoración financiera para una pequeña y mediana empresa (pyme) en Colombia” para poder promover el crecimiento de un negocio y de esta manera, incrementar su rentabilidad y por lo tanto el aumento de su valoración, es necesario realizar un

estudio interno de la misma, de forma que resulte útil para poder determinar que las decisiones tomadas por la empresa han resultado beneficiosas para su crecimiento o han generado inconvenientes que pueden verse reflejados de un corto a mediano plazo, para esto, se deben tener claros los conceptos, metas y objetivos que se pretenden conseguir a través de estos estudios, en este caso se trata de valorar las compañías en un sentido financiero y actual, esto incluye los resultados actuales y a futuro que aspira la empresa a conseguir, todo esto, durante un periodo de tiempo ya determinado con anterioridad.

El proyecto realizado por (Cueva Enríquez, 2021) “Las Fintech como alternativa de inclusión financiera en Ecuador” la inclusión financiera no solo implica que las personas y empresas cuenten con un historial de créditos con entidades financieras, sino que además puedan acceder a servicios financieros y productos que les sean útiles, esto presenta un gran problema para el país debido a ocupar el 40% de los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas, en base a esto, surgen las Fintech, conocidas por ser entidades no financieras que proporcionan servicios financieros, cumpliendo el objetivo de mejorar la situación de inclusión financiera en el Ecuador, el autor para deducir la importancia estas empresas realizó una investigación descriptiva en las que se pretendía identificar la situación actual del desarrollo económico y social del país, consultando con profesionales y especialistas en el tema.

Según expresan (Suárez, y otros, 2020) en su trabajo de investigación titulado “Marketing digital y estrategias de negocios para el posicionamiento competitivo de las empresas” en la actualidad el proceso de globalización y digitalización de la economía ha traído consigo la aparición de nuevos métodos de comercialización teniendo como herramienta principal la conexión a internet, esto ha impulsado el surgimiento y establecimiento de pequeños negocios, sin embargo, el desconocimiento en el uso de herramientas financieras como ofensivas, defensivas, supervivencia y reorientación para entender la funcionalidad del servicio que estas brindan y, de esta manera, analizar su rentabilidad en el mercado en el cual compiten con la finalidad de potenciar sus fortalezas y oportunidades y reducir sus debilidades y amenazas.

Las observaciones realizadas por (Muñoz, 2019) en su proyecto “La Educación Financiera en el Ecuador: Su inserción en el Sistema de Educación Regular” la educación financiera es de vital importancia para la formación y desarrollo de las capacidades de cada individuo, esto los permitirá tomar decisiones formadas y reflexivas no solo en el ámbito financiero, sino también en el ámbito social, el objetivo que pretende alcanzar el autor de este proyecto, es la propuesta de alcanzar una formación innovadora en el ámbito educativo, apoyando la propuesta en la dinámica social que en la actual exige un proceso integral en cuanto a formación se refiere, para la correcta capacitación de personas, las cuales tienen un deficiente conocimiento acerca del espacio económico.

De acuerdo con (Gutiérrez & Pérez, 2021) en su trabajo titulado “El Marketing Digital y su incidencia en el posicionamiento de marca en la empresa Integra en la ciudad de Ambato” En el Ecuador existen diferentes sectores económicos que contribuyen en el desarrollo del país, llegando a la conclusión de que las estrategias financieras orientadas a la tecnología pueden generar un mayor alcance y expansión de los pequeños y medianos negocios, permitiendo el uso de modelos de negocios direccionados hacia franquicias para generar valor a los clientes y a los accionistas de la empresa, pues la realidad postpandemia a la que muchos negocios están expuestos, ha creado la necesidad de obtener un reconocimiento de manera acelerada, pero confiable buscando abarcar nuevos mercados, en los cuales puedan conseguir una ventaja competitiva sobre diversos negocios cuya actividad sea la misma, el uso de estas estrategias no solo posicionarían en los mercados a estos negocios, también permitirían la compra y unificación con otras compañías.

1.2 Bases teóricas y científicas

1.2.1 Modelo de Negocio

Para el autor (Ricart, 2009) un modelo de negocio es una descripción clara y concisa de cómo una empresa genera ingresos, obtiene utilidades y sostiene una ventaja competitiva sostenible. Esta definición fue formulada por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur en su libro Business Model Generation.

En términos generales, un modelo de negocio describe:

- ✓ Los productos o servicios que ofrece una empresa
- ✓ Las fuentes principales de ingresos
- ✓ Los canales de entrega y distribución utilizados
- ✓ Los recursos y capacidades necesarios para implementar el modelo de negocio
- ✓ Los socios clave que ayudan a hacer el modelo de negocio funcionar
- ✓ Las actividades clave necesarias para la ejecución del modelo de negocio
- ✓ Los ingresos y gastos necesarios para mantener el modelo de negocio

Para (Palacios Preciado & Duque Oliva, 2011) Un modelo de negocio también debe incluir una visión general de la estrategia de crecimiento de la empresa. Esto puede incluir cualquier cosa, desde el desarrollo de nuevos productos hasta el uso de tecnologías disruptivas para entrar en nuevos mercados.

A diferencia de la definición otorgada por otros autores (Casadesus-Masanell, 2004) Define al modelo de negocios como un planteamiento que responde preguntas tales como: ¿Quién es el cliente?, ¿Qué busca valorar? ¿Cuál es la lógica económica subyacente que explica cómo podemos aportar dicho valor al cliente a un coste apropiado?

1.2.2 Oferta y Demanda de Mercado

Oferta y Demanda

Para (Vargas Sánchez, 2006) La oferta en el mercado está ligada de manera directa con los términos de cada empresa, es decir, las cantidades de bienes a producir y vender. En dichos acuerdos existen

- ✓ Las cantidades ofrecidas, es decir, los bienes que los vendedores pueden y quieren vender.
- ✓ La tabla de oferta individual, mostrando las cantidades que las empresas desea ofrecer por cada precio.

Mientras que, por el lado de la Demanda, tiene que ver con lo que los consumidores desean comprar, en la demanda se analizan diversos factores cómo:

- ✓ Las cantidades demandadas, el bien que los consumidores comprarían

- ✓ La tabla de demanda de consumidores, recogiendo las cantidades que cada comprador desea adquirir por dicho precio.

Los principales factores que determinan el precio de un bien o servicio. La oferta es la cantidad de bienes o servicios que una empresa u otro agente económico está dispuesto a vender a cierto precio. Por otro lado, la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores están dispuestos a comprar a cierto precio.

La oferta y la demanda interactúan entre sí, y el precio de un bien o servicio se determina por la interacción entre estas dos fuerzas. Cuando la oferta supera a la demanda, los precios disminuyen; cuando la demanda supera a la oferta, los precios aumentan. Esta interacción entre la oferta y la demanda de mercado se conoce como el equilibrio de mercado.

1.2.3 Estudio y Riesgo de Mercado

Según indica (Salinas Ávila, 2009) Un estudio de mercado abarca una serie de procedimientos que resultan útiles para el análisis de la información referente a la oferta y demanda para la comercialización de un bien.

Para (Fernandez, 2017) El estudio de mercado es el proceso de evaluación de la situación financiera de una empresa o de un sector de la economía. El estudio de mercado implica un examen de la estructura de capital, las ratios financieras, la historia de precios, la volatilidad, el análisis fundamental y técnico, y la situación macroeconómica. El estudio de mercado ayuda a los inversores a tomar decisiones informadas al evaluar el riesgo de una inversión.

Un estudio de mercado funciona como una herramienta de análisis para cuando las empresas, sean estas pequeñas, medianas o grandes deseen introducir un producto en el mercado, es por esto, que esta técnica de recolección de datos permite evaluar los gustos y las expectativas de los consumidores acerca de su producto o servicio ideal que se ajuste a sus preferencias. (Vargas, 2017)

Para (Salinas Ávila, 2009) El riesgo de mercado es el riesgo asociado con la incertidumbre de los rendimientos de los activos financieros. Esto significa que el rendimiento de una inversión puede variar debido a factores como la volatilidad

del mercado, los ciclos económicos, la inflación, la política monetaria, etc. El riesgo de mercado también se conoce como riesgo sistemático.

Los inversores deben tener en cuenta el riesgo de mercado al evaluar la rentabilidad de una inversión:

- ✓ Altas tasas de interés
- ✓ Los valores en las deudas
- ✓ Los precios de acciones

Esto provoca el surgimiento de diversos métodos científicos para el cálculo de la rentabilidad de los mercados financieros.

1.2.4 Análisis de la Competencia

(Gutiérrez Cárdenas, 2013) define el análisis de la competencia se refiere a las acciones y estrategias que las empresas utilizan para posicionarse mejor en el mercado y destacar frente a sus competidores. Estas estrategias incluyen posicionamiento de marca, publicidad, relaciones públicas, promociones, mejora de la calidad de los productos y servicios, precios competitivos, entre otros.

Para (Medina Quintero, De la Garza Ramos, & Jiménez Almaguer, 2011) El análisis de la competencia se refiere a la interacción entre empresas que ofrecen productos o servicios similares. Esta interacción se da a través de estrategias de marketing, como publicidad, promociones, precios competitivos y calidad del producto. El objetivo de la competencia es conseguir una ventaja competitiva en el mercado.

1.2.5 Financiamiento

Tal como lo define (Asmundson , 2011) El financiamiento es el medio a través del cual los precios de los activos se determinan. Él argumenta que los precios de los activos reflejan el equilibrio entre los fondos de los inversores y los precios de los activos.

Financiamiento se puede definir como el conjunto de medios por los cuales una empresa, organización o institución obtiene los fondos necesarios para llevar a cabo sus actividades. Estos medios pueden provenir de diferentes fuentes, como la emisión de bonos, el endeudamiento, el capital de los accionistas, los

préstamos bancarios y la venta de activos. (Arias Ronquillo, Ibarra Zuleta, Tulcán Pastas, & Pastás Gutiérrez, 2018).

1.2.6 Estudio Financiero

El estudio financiero es una herramienta valiosa para los inversores y administradores. El estudio financiero les permite a los inversores conocer el riesgo y la rentabilidad de las empresas, además de una evaluación de la solidez financiera de la misma. También es una forma de medir la eficiencia de una empresa, y de determinar su valor para el futuro. (Nava Rosillón, 2009).

El estudio financiero es una forma de evaluar la situación financiera de una empresa. A través del estudio financiero, se puede analizar la situación de la empresa en el pasado, presente y futuro. Esto permite a los inversores tomar decisiones de inversión informadas, y determinar el valor de la empresa. (Nava Rosillón, 2009).

1.2.7 Planeación Financiera

Para (Morales Castro & Morales Castro, 2014) La planeación financiera es un proceso sistemático que consiste en establecer objetivos financieros a largo y corto plazo, evaluar los recursos financieros, identificar los riesgos financieros, seleccionar los instrumentos y productos financieros adecuados para alcanzar los objetivos y monitorizar y revisar el plan financiero.

Para (Koontz & O'Donnell, 1982) La planeación estratégica consta de 5 elementos para la correcta gestión de la empresa:

- ✓ La identificación de problemas y oportunidades
- ✓ Fijación de metas y Objetivos
- ✓ Diseño de un procedimiento para hallar posibles soluciones o caminos para encontrar una solución
- ✓ Escoger mejores soluciones
- ✓ Procedimientos de control para comprobar los resultados de solución escogida mediante la planeación estratégica.

La planeación financiera es "un proceso sistemático de alcanzar objetivos financieros a través de la toma de decisiones financieras". El autor explica que el proceso de planeación financiera se divide en cinco etapas: establecer metas

financieras, evaluar los recursos financieros, identificar los riesgos financieros, elaborar un plan financiero y realizar un seguimiento del plan.

1.2.8 Desarrollo Financiero empresarial

El desarrollo financiero empresarial se trata de optimizar los recursos financieros para la empresa mediante el uso de una variedad de estrategias y herramientas financieras. Esto incluye el análisis de los costos y beneficios de las diferentes fuentes de financiamiento, el control de los riesgos financieros, la planificación fiscal y la gestión de la liquidez. (Barriga, González, Torres, Zurita, & Pinilla, 2018)

El desarrollo financiero empresarial es el proceso de asegurar los fondos necesarios para la expansión de la empresa. Esto implica la identificación de las fuentes de financiamiento más adecuadas, la selección de los mejores instrumentos financieros, el diseño y la implementación de estrategias de financiamiento y la gestión de los riesgos financieros. (Pollack & García, 2004)

1.2.9 Formación Financiera

Los autores (Cevallos Vique, Valverde Aguirre, Orna Hidalgo, & Cargua Pilco, 2020) El objetivo de la formación financiera es educar a las personas sobre las finanzas para que puedan tomar decisiones sabias que les permitan alcanzar sus objetivos financieros. Esto incluye comprender los conceptos básicos del ahorro, el presupuesto, la inversión, la gestión de deudas y la planificación financiera.

La formación financiera es una herramienta esencial para el éxito financiero. Enseña a las personas cómo usar el dinero para hacerse ricos. También les ayuda a desarrollar habilidades para tomar decisiones financieras informadas.

Para la (OCDE, 2005) la formación financiera es esencial para el éxito financiero. Cree que los inversores deben estar familiarizados con los principios básicos de la economía, como el ahorro, el presupuesto, la inversión y la gestión de deudas. Estas habilidades son esenciales para tomar decisiones financieras informadas. Utilizando herramientas básicas para la planeación de la administración de recursos que permitan a los individuos:

- ✓ Tomar decisiones destinadas a mejorar sus recursos en su vida cotidiana
- ✓ Utilizar productos y servicios financieros que busquen mejorar la calidad de vida de cada individuo.

La (Financial Literacy and Education Commission, 2006) determina que la educación financiera consiste en promover la información y los conocimientos, teóricos y prácticos de las finanzas, así como ayudar a desarrollar habilidades necesarias para evaluar las opciones y tomar mejores decisiones financieras.

En el Reino Unido la (Financial Services Authority, 2006) explica y describe a la educación financiera es el desarrollo de las capacidades para administrar el dinero de los usuarios financieros, y dar seguimiento a las finanzas, planear el futuro, elegir productos financieros y mantener informado sobre los asuntos financieros.

1.2.10 Valoración Financiera

Para (Tovar Posso & Muñoz Martínez, 2018) la valoración financiera empresarial es un estudio utilizado para la determinación del valor económico de una compañía, haciendo uso y análisis de sus cifras financieras, sus proyectos a corto, mediano y largo plazo, así como otras variables que generen valor monetario a la empresa. Además, señala que este estudio funciona como una variable determinante para conocer la disponibilidad de los recursos que se poseen cada vez que se realiza un ejercicio contable anual, para con esto, calcular el valor real del patrimonio neto acumulado.

Destaca (Zambrano Solorzano) que la valoración financiera de las empresas resulta favorable para generar estrategias, fusiones y adquisiciones de compañías para un respectivo análisis de inversiones en los distintos mercados en los que operen, para esto, son empleados modelos y procesos analíticos para su implementación, en virtud de que una empresa posee valores diferentes tanto para el vendedor como para el comprador, por lo que no debe confundirse el precio con el valor.

1.2.11 Planificación Operacional y Comercial

La planificación operacional es el instrumento utilizado para la gestión de acciones prácticas y específicas para medir la factibilidad de las actividades,

recursos, organización, tiempo y resultados esperados acorde a las estrategias de una empresa, esta se representa como la ruta a seguir de la empresa, en la que se pueden plantear objetivos, el financiamiento, la responsabilidad y los logros que se pretenden alcanzar (Universidad Tecnológica Indoamerica, 2019).

(FAECTA, 2018) Define la planificación comercial como la actividad empresarial que tiene como principal objetivo la anticipación en la toma de decisiones comerciales que buscan desarrollarse en un futuro, para esto se divide en dos ramas:

- ✓ A corto plazo o “Planificación Comercial Anual u Operativa”
- ✓ A largo plazo o “Planificación Comercial Estratégica”

La Planificación comercial según (Alvarez Pinto, 2007) se entiende como un proceso por el cual las empresas se preparan para la toma de decisiones y determinan los medios para llevarlo a cabo, estableciendo el momento ideal y el procedimiento más adecuado y económico para su implementación, tratando de alcanzar la independencia permanente y una libertad de acción en el entorno comercial.

1.2.12 Modelo de Negocio Canvas

El modelo de negocio Canvas es una herramienta destinada al análisis y creación de un modelo de negocio de forma simplificada que se divide en principales aspectos en los que se involucra el negocio, girando en torno a la propuesta de valor, este modelo simplifica 4 áreas:

- ✓ Clientes
- ✓ Oferta
- ✓ Infraestructura
- ✓ Viabilidad Económica

El uso del modelo Canvas contribuye a la mejora de aspectos generales en una empresa entre ellos se encuentran:

- ✓ Una mejora en la comprensión hacia sus clientes
- ✓ Diversos puntos de enfoque en las perspectivas de mercado
- ✓ Realizar un mejor análisis estratégico

El modelo Canvas se destina al uso de metodologías innovadoras para la determinación de ofertas de valor, beneficios e ingresos, recursos y las actividades, correcta segmentación de los clientes, distribución y ventas, para la formación de alianzas necesarias para la operación de la empresa (Rivera Aguirre, Cardoso Torres, Menchana Rodríguez, & Rosas Landa, 2019).

1.2.13 Propuesta de Valor

La propuesta de valor se define como la estrategia planteada por la empresa hacia el cliente, describiendo a detalle el producto, su precio y la imagen que la empresa ofrece a sus clientes, dicha propuesta debe comunicar todo lo que la empresa desea mejorar para, de esta manera diferenciarse de sus principales competidores, se denomina de esta manera debido a que la propuesta de valor es una cualidad que genera consideración o aprecio de los clientes hacia la empresa (Minondo, 2022).

Para (Nájera Saldaña, 2020) la propuesta de valor constituye una relación entre la oferta y la demanda, en el cual ambos juegan un papel importante la oferta es sin lugar a dudas la de mayor importancia en el posicionamiento de mercado con productos, servicios y propuestas que resulten relevantes, mientras que la demanda considerar ´ a y utilizar ´ a en la medida que respondan a sus ´ necesidades y expectativas de los clientes.

1.2.14 Análisis FODA y CAME

El análisis FODA es una herramienta utilizada para la comprensión de las situaciones actuales de una empresa, tomando en cuenta la realización de una compleja lista en la que se encuentran las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para una empresa dentro de un mercado, de manera más específica funciona para diagnosticar el efecto ya sea beneficioso o perjudicial para una empresa, basándose en la estrategia que se utilizó para alcanzar un equilibrio o ajuste de las capacidades internas y externas de la organización (Ponce Talacón, 2007).

El análisis FODA se divide en dos principales análisis que se centran en un mismo objetivo, el cual es, posicionar a la empresa y/o en el mercado:

- ✓ **Análisis Interno:** En él se identifican las fortalezas y debilidades partiendo desde el punto estructural, operacional, direccional y financiero, los cuales influyen de manera directa en el funcionamiento de la empresa.
- ✓ **Análisis Externo:** En este análisis no solo depende de las estrategias que decida implementar la empresa, debido a que se centra en las amenazas u oportunidades que pueden llegar a tener un impacto positivo o negativo en la empresa.

El análisis CAME es una herramienta que, como sus iniciales lo indican se encarga de Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar al máximo los recursos con los que cuenta la empresa, para de esta manera mejorar las falencias existentes en sus estrategias de mercado para luego maximizar sus beneficios (Baca Urbina, 2013).

Es importante establecer una estrategia de mercado para poder desarrollar el estudio y análisis CAME, puesto que este se deriva de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades más relevantes en el resultado del análisis FODA, ya sea por su impacto o por su probabilidad de riesgo futuro.

1.2.15 Análisis PESTEL

Según se define en (VECDIS, 2021) el análisis PESTEL una herramienta en su mayoría utilizada por expertos para el análisis y monitoreo estratégico de una empresa, todo esto con la finalidad de plantean nuevas estrategias o actuar ante posibles riesgos existentes el mercado, en este análisis se analizan factores:

- ✓ **Económicos:** La segmentación de las clases económicas de la población y sus posibles cambios, los factores económicos incluyen la tasa de inflación, las tasas de interés, las tasas de cambio de divisas, los patrones de crecimiento económico, etc.
- ✓ **Socioculturales:** Los cambios en los niveles de ingresos, Ejemplo de ello son la movilidad social, estilo de vida, nivel educativo, religión, distribución de la renta, hábitos de consumo, entre otros.
- ✓ **Políticos:** Las modificaciones en los tratados comerciales, los factores políticos incluyen políticas fiscales o aranceles comerciales que un gobierno puede imponer durante el año fiscal y que puede afectar el entorno empresarial.

- ✓ **Tecnológicos:** La aparición de tecnologías disruptivas que cambian las reglas del juego de muchos sectores, esto se refiere a la automatización, la investigación y el desarrollo, o al de conocimiento tecnológico e innovación que posee un mercado determinado.
- ✓ **Ecológicos:** Concienciación social ecología actual y futura, los factores de un análisis ambiental empresarial incluyen, entre otros, el clima, el tiempo, la ubicación geográfica, los cambios globales en el clima, la contaminación del agua, la gestión de residuos, etc.
- ✓ **Legales:** Licencias y derechos de propiedad intelectual, el análisis legal tiene en cuenta estos dos ángulos, después trazar una serie de estrategias determinadas derivadas de legislaciones concretas. Por ejemplo, leyes del consumidor, estándares de seguridad, leyes laborales, etc.

1.2.16 Análisis PORTER

El análisis PORTER es un modelo que sirve para el análisis profesional en cuanto a estrategias de marketing, esta herramienta permite a los directores comerciales de las empresas a alcanzar o mantener el equilibrio de poder en el mercado que operen, además sirve como un medidor de la rentabilidad potencial de un sector empresarial (Porter, 1998).

El análisis PORTER se divide en 5 fuerzas planteadas por Michael Porter en su libro *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* y estas son:

- ✓ **Amenaza de nuevos competidores:** Se centra en qué tan atractivo es un producto para los clientes, esto, dependiendo de las barreras de entrada que sean planteadas dentro del mercado.
- ✓ **Rivalidad entre competidores:** Basa su enfoque en las constantes guerras de precios existentes entre los productos de los competidores directos, además de las campañas de publicidad y entrada de nuevos productos.
- ✓ **Poder de negociación de los proveedores:** Se hace énfasis en esta fuerza, debido a que la llegada de proveedores depende de la organización que estos tengan y las imposiciones que pueden llegar a plantear en cuanto a precios o tamaño de los pedidos.

- ✓ **Poder de negociación de los clientes:** El producto debe ser diferente a lo que exponen otras empresas, esto será fundamental para la adquisición del mismo por parte de los clientes, de no ser así existe una alta probabilidad de que exista un riesgo de mercado que no permita posicionar a la empresa dentro de él.
- ✓ **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** La alta probabilidad de que los productos sustitutos resulten mejores que los productos ya establecidos para un uso específico, puede representar una pérdida de espacio en el mercado, además de una reducción en los márgenes de utilidad de la empresa.

1.3 Fundamentación Legal

Dentro del marco legal de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación detallan los siguientes artículos y permisos legales para la prestación de servicios financieros para la promoción de emprendimientos en el Ecuador:

Que, resulta necesario fomentar un entorno propicio para la formación de compañías y para que los emprendimientos sean formalizados, y para facilitar que emprendedores y organizaciones ya existentes encuentren un entorno propicio para crear nuevos emprendimientos (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

Que, se requiere una ley para facilitar y armonizar la participación de actores públicos y privados del ecosistema emprendedor, que facilite y estimule el desarrollo de emprendimientos, así como maximizar su duración, sus resultados económicos y sociales y potenciar su acceso al mercado nacional y extranjero siempre en beneficio del desarrollo del Ecuador (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

Art. 1.- Objeto y ámbito. – La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020)

En ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal.

Art. 2.- Objetivos de la ley. - Son objetivos de esta Ley los siguientes:

- a) Crear un marco interinstitucional que permita definir una política de Estado que fomenta el desarrollo del emprendimiento y la innovación.
- b) Facilitar la creación, operación y liquidación de emprendimientos.
- c) Fomentar la eficiencia y competitividad de emprendedores.
- d) Promover políticas públicas para el desarrollo de programas de soporte técnico financiero y administrativo para emprendedores.
- e) Fortalecer la interacción y sinergia entre el sistema educativo y actores públicos, privados, de economía mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal del sistema productivo nacional.
- f) Impulsar la innovación en el desarrollo productivo.

Art. 13.- Infraestructura para centros de emprendimientos. – Con la finalidad de acompañar el desarrollo de emprendimientos, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público brindará apoyo y facilitará instalaciones, infraestructuras o establecimientos disponibles a su cargo, mediante la suscripción de convenios, a los Gobiernos Autónomos Descentralizados e instituciones del gobierno central, para ser utilizados como centros de incubación gratuita para emprendedores (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

De igual forma, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público podrá facilitar instalaciones, infraestructuras o establecimientos a su cargo, mediante el arrendamiento a precio preferencial para ser utilizados como centros de apoyo, desarrollo y/o aceleradoras de emprendimientos de carácter público y/o privado.

Art.15.- Promoción comercial de emprendimientos a nivel internacional.

I.- El ente rector de Comercio Exterior realizará la promoción comercial de

productos y servicios de emprendedores que se encuentren en el RNE, a través de sus oficinas comerciales del Ecuador en el exterior (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

Además, presentará al CONEIN una estrategia anual en la que se especificarán los objetivos, metas, proyectos, programas y actividades a desarrollar para el apoyo a emprendedores en el exterior, esto presentará un informe semestral para evaluar el avance de la estrategia de promoción comercial internacional.

Art.22.- Espacios para la difusión y promoción de emprendimientos en los establecimientos de educación.- Los establecimientos de educación, en todos sus niveles, deberán promover espacios para la presentación, difusión y promoción de proyectos de emprendimiento, de manera conjunta con los sectores productivos, de servicios reales, virtuales o simulados, sean públicos, privados, mixtos, populares y solidarios, cooperativos, asociativos o comunitarios, para que el alumnado participe en actividades que les permitan afianzar el espíritu emprendedor e innovador y la iniciativa empresarial a partir del desarrollo de aptitudes como la creatividad, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo y el sentido crítico (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

Art.23.- El emprendimiento y la innovación en la enseñanza universitaria. – El Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, para efectos del acompañamiento, evaluación, acreditación y cualificación de las Instituciones de Educación Superior, tomará en cuenta dentro de este proceso el desarrollo del componente de emprendimiento y la innovación (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

Art. 44.- Régimen especial de contratación de personal para emprendimientos.- Con el objetivo de incentivar la generación de empleo y la formalización del trabajo en los procesos de emprendimiento, el ente rector en materia de trabajo desarrollará la modalidad o modalidades contractuales a implementarse en el trabajo emprendedor, en donde se incluirá la jornada parcial, así como el tiempo de duración de los contratos, pago de beneficios de ley, remuneración y su forma de cálculo, y demás requisitos y condiciones que deberá

cumplir el trabajador/a, de acuerdo a las leyes pertinentes (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

Art. 46.- Reestructuración de Emprendimientos.- Todo emprendedor, definido como tal en esta Ley, y que sea una persona jurídica bajo control de una Superintendencia, puede acogerse al procedimiento administrativo establecido en este capítulo, para facilitar un acuerdo con sus acreedores, a fin de reestructurar el emprendimiento, siempre que no hubiere sido declarada en disolución previa (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

DISPOSICIONES GENERALES

Primera. -

Los trámites para la creación, operación y cierre de empresas, en todos los niveles de gobierno, se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y en la Ley Orgánica para la Optimización y Eficiencia de los Trámites Administrativos. En el evento que las y los servidores públicos incumplan con las disposiciones de esta ley, serán sancionados conforme lo dispuesto en el Artículo 35 de la Ley Orgánica para la Optimización y Eficiencia de los Trámites Administrativos y las disposiciones pertinentes de la Ley Orgánica del Servicio Público (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

Segunda. -

Las plataformas digitales que promuevan emprendimientos serán reguladas por las leyes y los entes rectores específicos, sin embargo, a los emprendimientos que cumplen los parámetros dispuestos en esta ley se les garantizará los beneficios que ésta prevé (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

Tercera. -

Los emprendedores tendrán derecho a acogerse a todos los incentivos y beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

Quinta.-

De la contratación pública para emprendedores. El ente rector de las compras públicas, dentro del plazo de 90 días posteriores a la publicación de esta Ley en el Registro Oficial, implementará parámetros de evaluación y participación

para emprendedores en las distintas modalidades de contratación pública. Estos parámetros fomentarán la libre participación, concurrencia y trato justo, de conformidad con los principios que rigen la contratación pública y estarán detallados en las resoluciones administrativas que se emitan para el efecto (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

Sexta. –

Fuentes alternativas de financiamiento y garantía. La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, dentro del plazo de 90 días posteriores a la publicación de esta Ley, en el Registro Oficial, establecerá un segmento de crédito, y la tasa máxima, para emprendimientos (Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, 2020).

CAPITULO II

Aspectos Metodológicos

2.1 Métodos

Método Cualitativo-Cuantitativo: El método cualitativo es empleado para el planteamiento de diversas técnicas que resultan diferentes a la experimentación, teniendo como objetivo emitir conclusiones que van más allá de un conjunto de datos obtenidos, mientras que, el cuantitativo pretende recopilar y analizar datos de origen cuantitativo que permitan estudiar la realidad de una manera más detallada. (De la Puente, 2018).

En el presente proyecto se utilizó el método mixto cualitativo-cuantitativo para captar y comprender las diferentes opiniones, valores y criterios de cada uno de los sujetos objeto de estudio, es decir, emprendedores, empresarios e inversionistas, adicional a esto, se pretendió estudiar de una manera precisa la situación económica del país con respecto al crecimiento de nuevos emprendimientos, su manejo y su posterior financiamiento, estableciendo una correlación existente entre estas variables para tener un análisis cercano a la realidad que permita medir la rentabilidad de este sector para el desarrollo industrial del país.

Método Inductivo-Deductivo: Este modelo se basa en generalizar los resultados en base a las distintas observaciones que se realizan durante el análisis del proyecto, el método inductivo tiende a generar un nuevo conocimiento, mientras que el deductivo parte de validar y comprobar el conocimiento previo. (De la Puente, 2018).

El uso del método inductivo-deductivo, permitió establecer conexiones a incógnitas sobre situaciones específicas cómo el ¿Por qué? y ¿Para qué? con respecto al desarrollo de este proyecto, para, de esta manera, generar probables conclusiones que puedan ser emitidas en base a las observaciones realizadas.

2.1.1 Modalidad y Tipo de investigación

Modalidad No Experimental

La modalidad de investigación no experimental, debido a la no manipulación de los datos obtenidos por parte de los diversos investigadores, en dicho estudio no se plantean diversas situaciones porque son situaciones reales existentes. En este proyecto se decidió utilizar esta modalidad debido a ser datos reales en los cuales no se realiza una modificación que altere a las variables utilizadas.

Investigación Descriptiva

En la investigación descriptiva, se analizan y describen los datos que resultan ser fenómenos de estudio, se utiliza para responder diversas incógnitas que giran en torno al estudio (De la Puente, 2018).

En este proyecto se utilizó la investigación descriptiva para conocer los objetivos y la finalidad del mismo, tomando como apoyo principal las diversas fuentes autorizadas a brindar los datos necesarios para el desarrollo de este modelo.

2.2 Variables

Variable Decisoria

- ✓ Riesgo de Mercado

Variable Financiera

- ✓ VAN

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Población

Se denomina población de una investigación a los elementos que participan en el estudio de un determinado fenómeno, ya sean: personas u objetos (Gómez, Villasís, & Miranda, 2016).

La población de este proyecto estuvo enfocada hacia los emprendedores, es decir, quienes fueron los clientes y/o consumidores en este proyecto, para esto, se utilizaron datos proporcionados por el Registro Nacional de Emprendimientos el cual mostró que en la actualidad se encuentran 2,989,459

emprendimientos a nivel nacional, dicha cantidad servirá para realizar el análisis de la muestra de nuestro público objetivo.

Muestra

La muestra de una población se utiliza para realizar un estudio determinado con la finalidad de mostrar o dar a conocer los diferentes aspectos de dicha población, para aumentar la factibilidad del estudio, se debe elegir un número limitado de la población (Gómez, Villasís, & Miranda, 2016).

Por otra parte, tenemos a las Empresas existentes en el Ecuador destinadas a la prestación de servicios financieros, es decir, los ofertantes, según datos del Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador, hay un total de 3,366 empresas dedicadas a la financiación, el asesoramiento financiero y la consultoría financiera. Estas empresas incluyen bancos comerciales, bancos de inversión, empresas de inversión, empresas de asesoramiento financiero, empresas de gestión de activos, empresas de seguros, empresas de servicios financieros, empresas de seguros de vida, empresas de servicios de inversión, empresas de servicios de gestión de cartera, empresas de servicios de gestión de fondos, empresas de servicios de asesoramiento de inversiones y muchas más.

En este proyecto se decidió utilizar la siguiente fórmula para determinar la muestra de la población:

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

2.3.2 Determinación de la Demanda

Ecuación 1: Determinación de la Muestra - Demanda

$$N = 2,989,459$$

$$\sigma = 5\%$$

$$1 - \alpha = 95\% \text{ equivalente a } 1,96$$

$$E = 5\%$$

$$n = \frac{2,989,459 * 0.5^2 * 1.96^2}{(2,989,459 - 1)0.05^2 + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{2,989,459 * 0.25 * 3.8416}{2,989,459 * 0.0025 + 0.25 * 3.8416}$$

$$n = \frac{2,871,076.4236}{7,473.6475 + 0.9604}$$

$$n = \frac{2,871,076.4236}{7.474,6079} = 384$$

Elaborado por: El Autor, 2023.

El método de muestro que se implementó para la selección del público objetivo, fue seleccionar compañías aleatorias en las y realizar encuestas virtuales acerca de las entidades bancarias que forman parte de nuestros competidores directos para conocer su experiencia con los servicios brindados por las mismas en cuestiones de préstamos, coberturas y asesoramientos financieros acorde a las necesidades que demandan sus negocios.

2.4 Técnica de recolección de datos

2.4.1 Encuesta

Una encuesta es una herramienta de recolección de datos que implica la recopilación de información de un grupo de personas para obtener información sobre un tema específico. Esta información se recopila a través de preguntas estructuradas o no estructuradas que los participantes responden de forma voluntaria. Las encuestas se utilizan para recopilar información de calidad sobre una amplia variedad de temas, desde la opinión de los consumidores sobre un producto específico hasta el comportamiento de votantes en una elección. (Torres & Paz, 2019).

La encuesta ayudó a comprender mejor el panorama actual de los emprendimientos en el Ecuador. Esto permitió determinar qué productos, servicios y financiamiento podrían ofrecerse para ayudar a los emprendedores a iniciar y desarrollar sus proyectos. Esto ayudó a identificar los recursos financieros

y los servicios financieros que podrían ofrecerse para ayudar a los emprendedores a alcanzar sus objetivos. Esto también permitió a los desarrolladores de modelos de negocio establecer los canales apropiados para promover y distribuir los productos y servicios en el Ecuador. Por último, la encuesta ayudó a los desarrolladores de modelos de negocio a determinar la mejor forma de garantizar la seguridad financiera de los emprendedores y garantizar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de los proyectos emprendidos.

2.5 Estadísticas Descriptivas e Inferencial

La estadística descriptiva resume los datos obtenidos de un determinado grupo para organizar y describir la información de una manera más simplificada y rápida, por lo general en ella se muestran gráficos y tablas para aumentar la comprensión de los datos (De la Puente, 2018).

En este proyecto se hizo uso de diversos métodos y herramientas que permitan el correcto desarrollo de cada uno de los objetivos planteados.

De tal manera, para desarrollar el primer objetivo este se desarrolló a partir de la implementación de estrategias comerciales de tipo empresarial cómo: el desarrollo de una visión, definición de objetivos, tomar decisiones a largo plazo y medir los resultados para ejecutarlos de manera específica para generar un plan de acción en el que se incluirán estrategias de marketing.

Para el desarrollo del segundo objetivo se llevaron a cabo encuestas para conocer más a detalle las necesidades de nuestros clientes y para categorizar cada uno de los hechos o conductas de nuestros competidores, con el fin de definir nuestra ventaja competitiva.

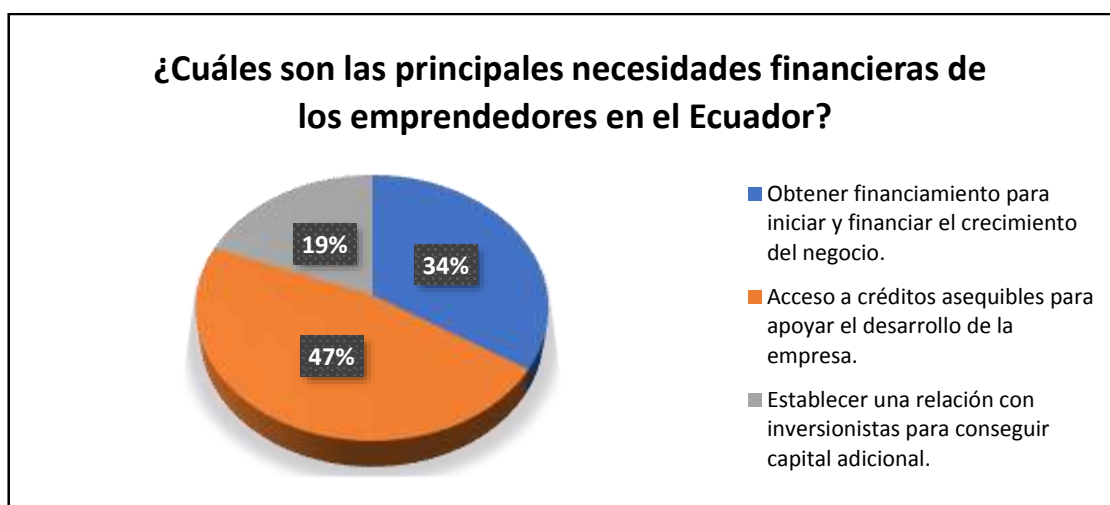
Para concluir el tercer objetivo sirvió de gran utilidad en el proyecto dado que permitió conocer de forma directa y estructurada el modelo de negocio que se utilizará, ya que ayudó a visualizar las necesidades, objetivos relacionados con los clientes y las propuestas de valor ofrecidas para el desarrollo de los emprendimientos.

RESULTADOS

Objetivo Específico 1.- Desarrollar estrategias comerciales que se implementarán en el modelo de negocio para la captación de empresarios, emprendedores e inversionistas.

3.1 Encuestas

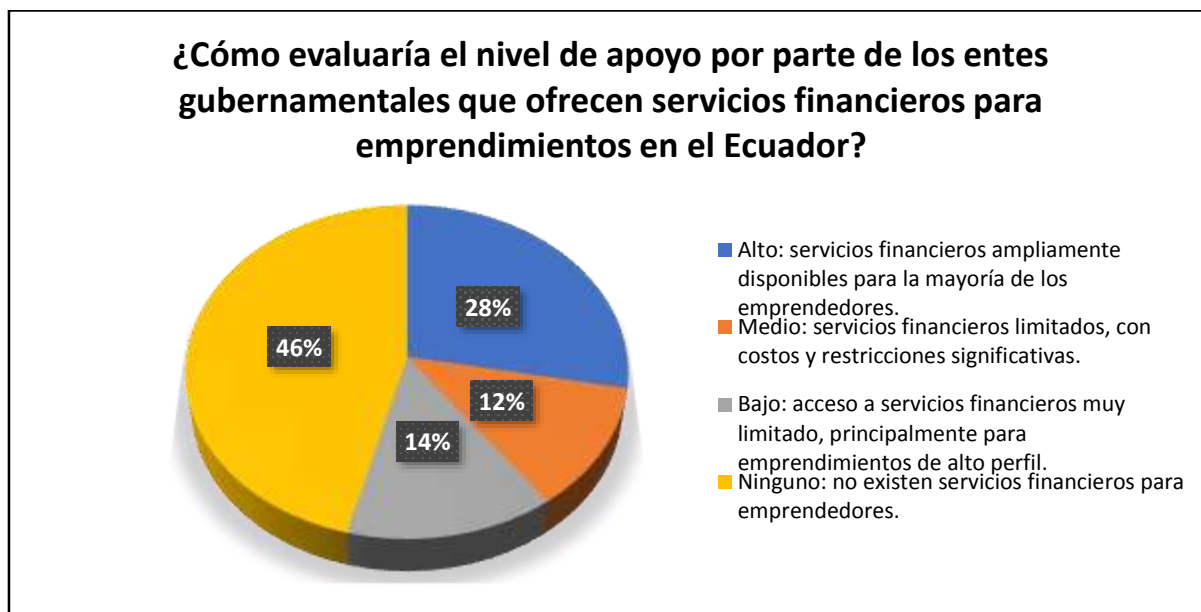
1. Figura 1: Pregunta N°1 ¿Cuáles son las principales necesidades financieras de los emprendedores en el Ecuador?



Elaborado por: El Autor, 2023.

En base a los datos recabados en la encuesta, se obtuvo como resultado que el 47% de los emprendedores encuestados tienen como necesidad principal el acceso a créditos asequibles para apoyar el desarrollo de su negocio, mientras que el porcentaje restante, es decir el 19% y el 34% pretenden establecer relaciones con inversionistas y otros obtener financiamiento para poder poner en marcha el negocio.

2. Figura 2: Pregunta N°2 ¿Cómo evaluaría el nivel de acceso a los servicios financieros para emprendimientos en el Ecuador?



Elaborado por: El Autor, 2023.

Otros resultados obtenidos a través de la encuesta realizada fue la evaluación que tienen los emprendedores con respecto al apoyo que poseen por parte de los entes gubernamentales que ofrecen servicios financieros, dando como resultado que un 46% no conoce de los programas de servicios financieros para los emprendedores, mientras que el 28%, 12% y 14% piensan que el acceso a estos servicios, son altos, medios y bajos.

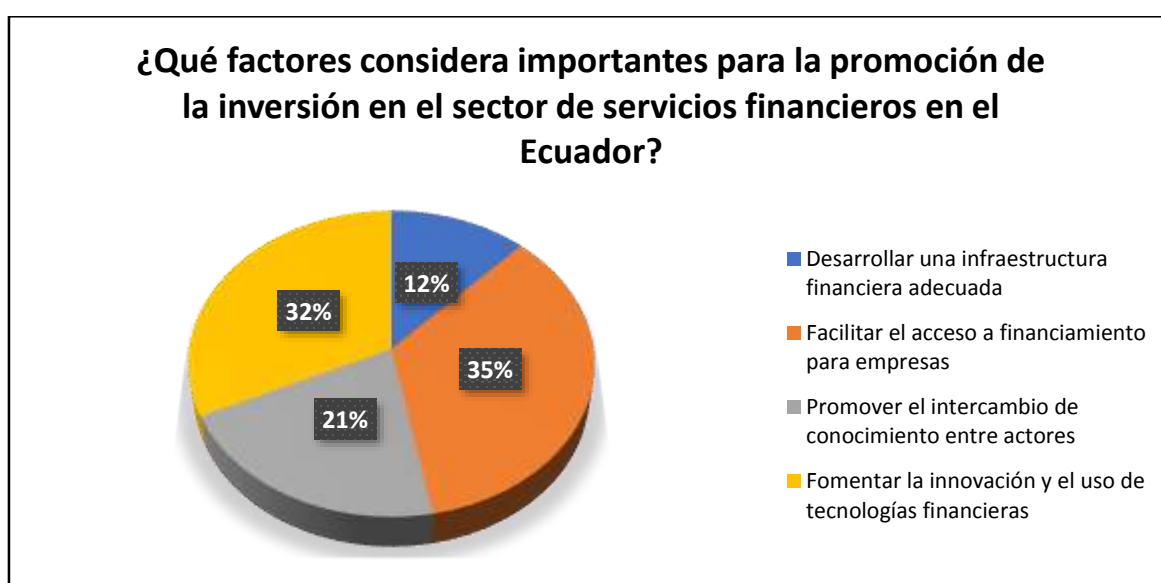
3. Figura 3: Pregunta N°3 ¿Cuáles son los principales obstáculos para el desarrollo de emprendimientos en el Ecuador?



Elaborado por: El Autor, 2023.

Del total de las personas encuestadas, el 53% opina que el principal obstáculo para el desarrollo de los emprendimientos en el Ecuador es la falta de capital, mientras que un 11% lo ve como el resultado de una falta de preparación, por último, el 36% dice que este es un resultado negativo debido al entorno económico adverso en el que se encuentra el país.

4. Figura 4: Pregunta N°4 ¿Qué factores considera importantes para la promoción de la inversión en el sector de servicios financieros en el Ecuador?

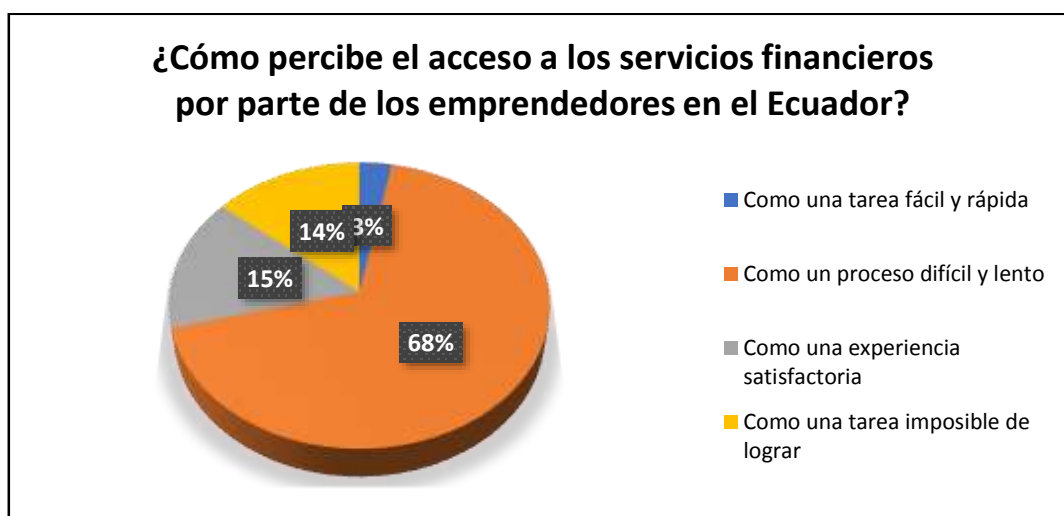


Elaborado por: El Autor, 2023.

Cuando se les consultó acerca de cuán importante es la promoción de los emprendimientos para la captación de inversionistas, un 21% resaltó que

promover el intercambio de conocimientos entre los actores podría ser la base para el desarrollo, un 32% hizo alusión a la inclusión de la mejora de los métodos para fomentar la inversión, un 35% opinó que la manera eficaz de lograrlo es facilitando el acceso a financiamiento para empresas y un 12% se inclinó por el desarrollo de infraestructuras financieras necesarias para el desarrollo de los emprendimientos.

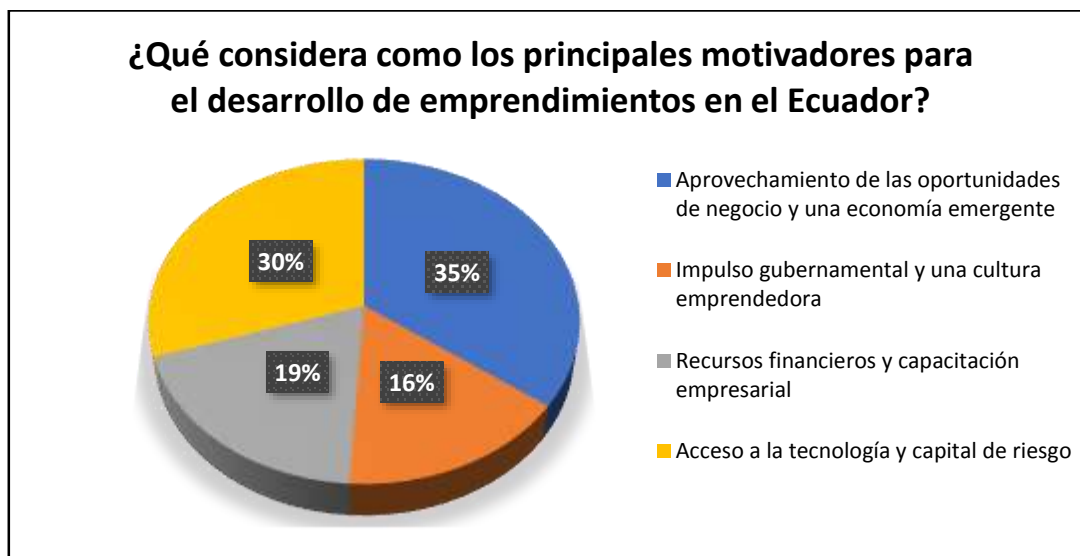
5. Figura 5: Pregunta N°5 ¿Cómo percibe el acceso a los servicios financieros por parte de los emprendedores en el Ecuador?



Elaborado por: El Autor, 2023.

Los encuestados al momento de elegir la facilidad con la que sus emprendimientos pueden desarrollarse con los servicios financieros gubernamentales, un 3% lo indicó como una tarea fácil, mientras que la mayoría, es decir, el 68% lo catalogó como un proceso difícil y lento sin eficacia, y como último resultado, el 15% y el 14% lo indican como satisfactorio y como una tarea imposible de lograr.

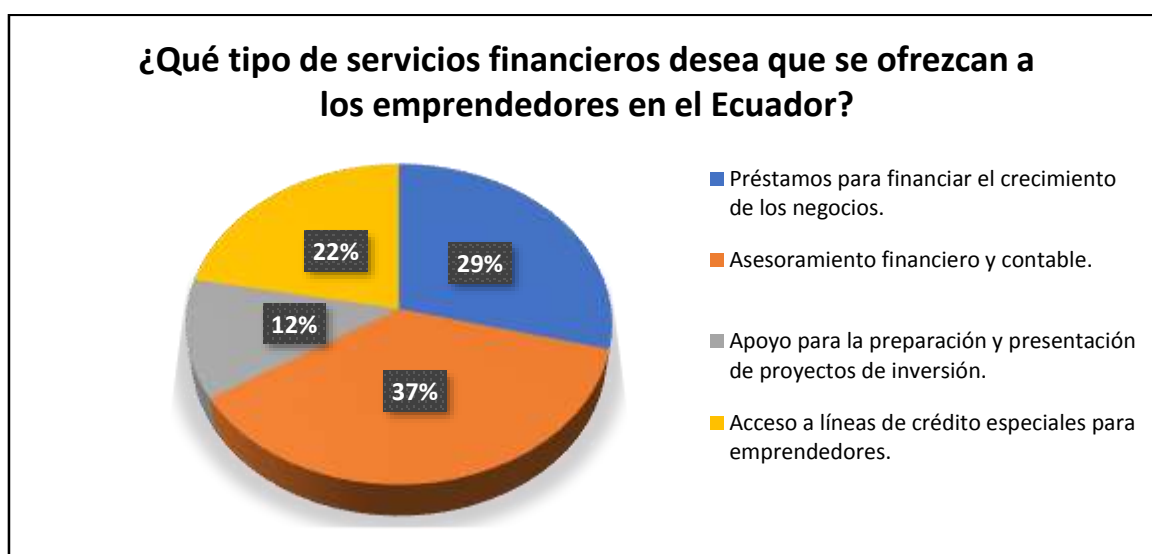
6. Figura 6: Pregunta N°6 ¿Qué considera como los principales motivadores para el desarrollo de emprendimientos en el Ecuador?



Elaborado por: El Autor, 2023.

Adicional a esto, en la siguiente pregunta se les consultó sobre cuáles son los principales motivadores y/o impulsores para alcanzar el desarrollo de los emprendimientos, un 35% indicó que el desarrollo se alcanzaría con el aprovechamiento de las oportunidades existentes en el mercado, un 30% destacó el acceso a la tecnología y al capital de riesgo como un impulsador, mientras que un 16% y un 19% solicita un impulso gubernamental y la capacitación empresarial.

7. Figura 7: Pregunta N°7 ¿Qué tipo de servicios financieros desea que se ofrezcan a los emprendedores en el Ecuador?



Elaborado por: El Autor, 2023.

Al consultarles sobre los tipos de servicios financieros a los que desean acceder, un 37% eligió el asesoramiento financiero y contable como principal necesidad, seguido del 29% el cual prefirió los préstamos para financiar el crecimiento de dichos negocios, un 12% indicó que el apoyo y la preparación, además de los proyectos de inversión sería lo más conveniente y un 22% prefirió el acceso a las líneas de crédito especiales para emprendedores.

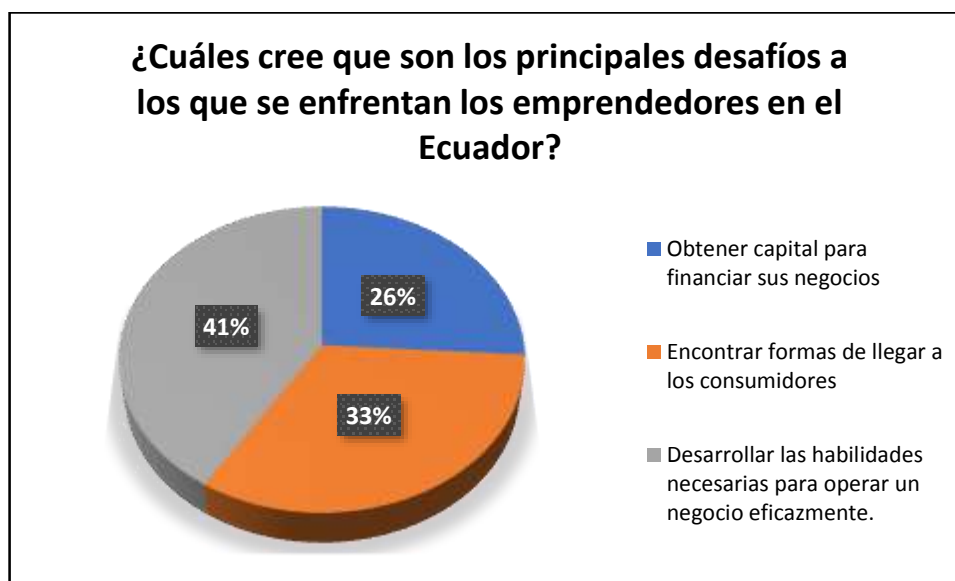
8. Figura 8: Pregunta N°8 ¿Cómo evalúa la disponibilidad de financiamiento para emprendimientos en el Ecuador?



Elaborado por: El Autor, 2023.

Al medir el nivel de experiencia hacia la disponibilidad del financiamiento para los emprendimientos un 52% lo calificó como muy difícil, un 21% como moderadamente fácil, mientras que el 14% y 13% lo catalogaron de muy fácil y moderadamente difícil.

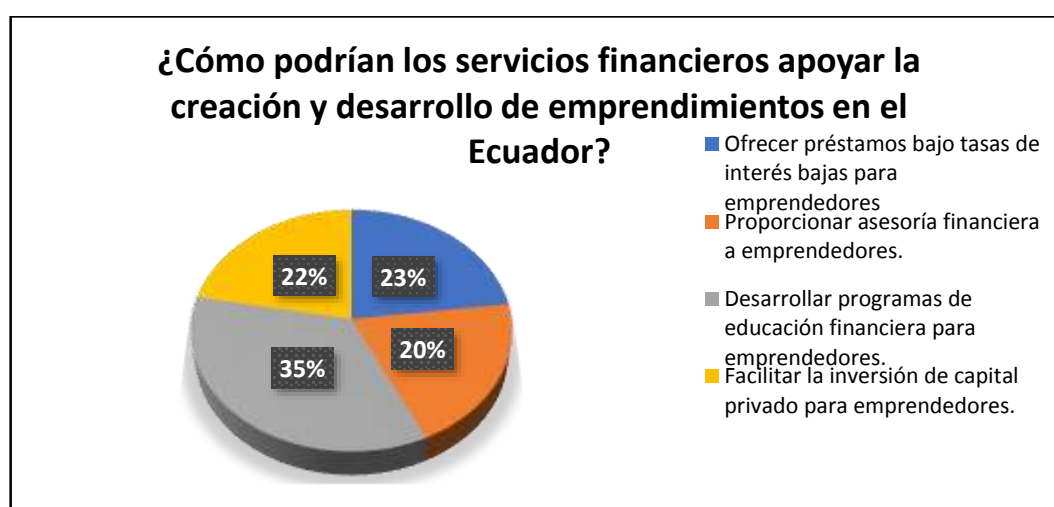
9. Figura 9: Pregunta N°9 ¿Cuáles cree que son los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores en el Ecuador?



Elaborado por: El Autor, 2023.

Al momento de indicar cuáles consideran como los mayores desafíos para los emprendedores, el 33% presentó problemas al momento de llegar a sus consumidores, el 41% tiene escasa experiencia para desarrollar habilidades para operar su negocio de manera eficaz y el 26% indicó que es un desafío considerable obtener capital de inversionistas.

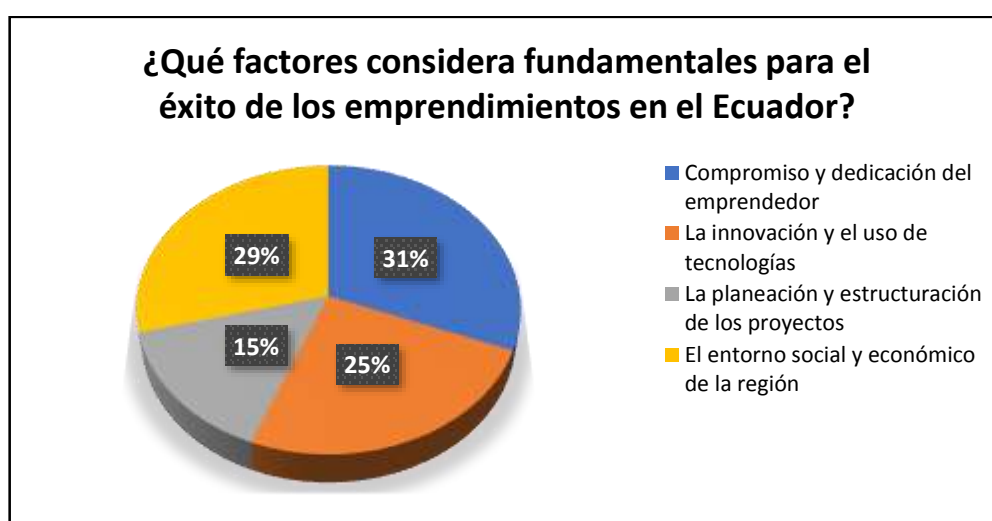
Figura 10: Pregunta N°10 ¿Cómo podrían los servicios financieros apoyar la creación y desarrollo de emprendimientos en el Ecuador?



Elaborado por: El Autor, 2023.

Sobre el beneficio que deberían brindar la implementación de los servicios financieros el 35% indicó que servirían para desarrollar programas de educación financiera, un 23% señaló que esto permitiría ofrecer préstamos bajo tasas de interés bajas, el 22% halló conveniente la llegada de capital privado y el 20% estableció que ayudaría a proporcionar asesoría financiera a emprendedores.

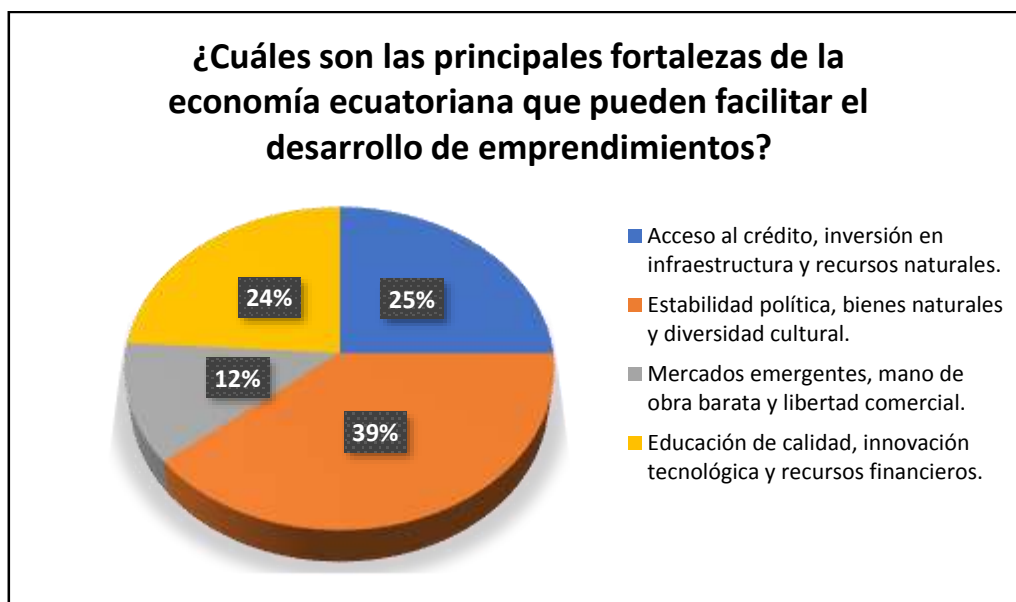
Figura 11: Pregunta N°11 ¿Qué factores considera fundamentales para el éxito de los emprendimientos en el Ecuador?



Elaborado por: El Autor, 2023.

Los encuestados indicaron que las clave para lograr el éxito en un emprendimiento es el compromiso y dedicación de cada emprendedor, el 29% señaló que el entorno social y económico influye en el desarrollo de los negocios, el 25% mostró inclinación hacia el uso de tecnologías y tan solo el 15% determinó la planeación y estructuración de los proyectos como un factor fundamental.

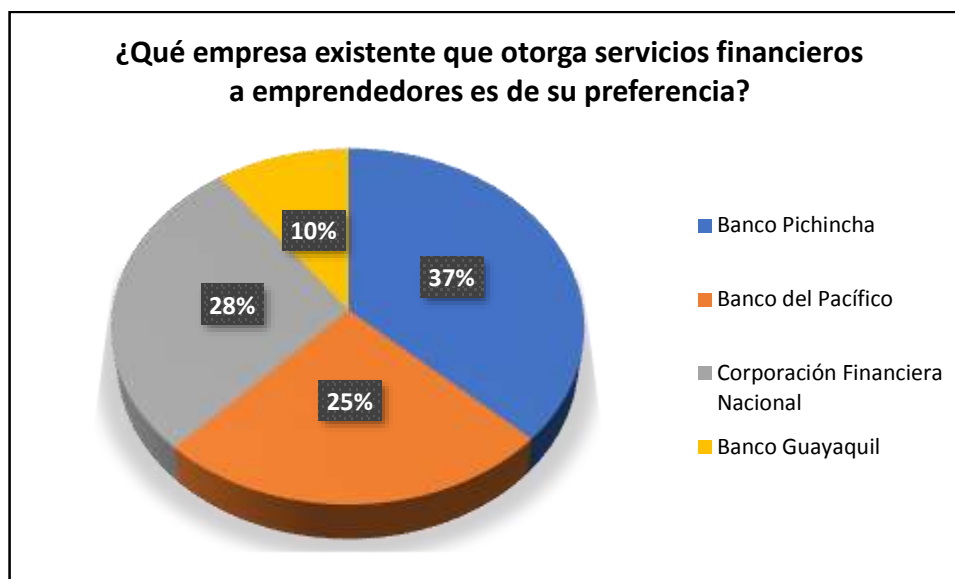
Figura 12: Pregunta N°12 ¿Cuáles son las principales fortalezas de la economía ecuatoriana que pueden facilitar el desarrollo de emprendimientos?



Elaborado por: El Autor, 2023.

Al indicar cuáles son las fortalezas de la economía ecuatoriana para lograr el desarrollo de los emprendimientos el 39%, indicó que la estabilidad política es una de ellas, el 25% estableció que el acceso al crédito, el 24% a la educación de calidad y los recursos financieros que se poseen y el 12% señaló la mano de obra barata y la libertad comercial como fortalezas de la economía ecuatoriana.

Figura 13: Pregunta N°13 ¿Qué empresa existente que otorga servicios financieros a emprendedores es de su preferencia?



Elaborado por: El Autor, 2023.

Según los resultados obtenidos, la empresa de servicios financieros de mayor preferencia por parte de los emprendedores es Banco Pichincha con el 37%, seguido del 28% hacia la CFN, el 25% con el Banco del Pacífico y el 10% prefiere a Banco Guayaquil.

3.2 Análisis Externo

3.2.1 Análisis PESTEL

La funcionalidad elemental del análisis PESTEL es que la empresa pueda dar respuesta a los cambios del entorno, y de forma exacta conozca de los condicionamientos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ambientales, siendo viable para la toma de decisiones a nivel interno. **(Apéndice 1)**

3.2.2 Fuerzas de PORTER

Rivalidad entre los competidores:

El nivel de competencia en el sector de servicios financieros para la promoción de emprendimientos en el Ecuador es alto. Los bancos, los prestamistas privados y las entidades de crédito están luchando por obtener cuotas de mercado. Esto hace que sea difícil para una nueva empresa entrar en el mercado y obtener una cuota significativa de mercado. **(Apéndice 2)**

Amenaza de nuevos competidores:

El sector de servicios financieros para la promoción de emprendimientos en el Ecuador está abierto a nuevos competidores. Los bancos, los prestamistas privados y las entidades de crédito están buscando formas de ofrecer nuevos productos y servicios para aumentar su cuota de mercado. Esto significa que un nuevo competidor en el mercado tendría que competir con estas empresas ya establecidas.

Amenaza de sustitutos:

Esto significa que los servicios ofrecidos por una empresa particular podrían ser sustituidos por servicios de otros competidores. Esto haría que sea más difícil para una empresa obtener una cuota de mercado significativa.

Poder de negociación de los compradores:

El mercado de servicios financieros en el Ecuador está dominado por un pequeño número de grandes empresas. Esto significa que los precios de los servicios son altos. Esto les da a los compradores un gran poder de negociación ya que pueden exigir precios más bajos de los proveedores.

Poder de negociación de los proveedores:

Esto significa que los precios de los servicios son relativamente cambiantes según las necesidades de los proveedores. Esto significa que los proveedores tienen un gran poder de negociación. Esto les permite exigir precios más altos de los compradores.

3.3 Análisis Interno**3.3.1 Enfoque del Modelo**

El modelo se centra en apoyar a los emprendedores locales al proporcionarles acceso a los recursos financieros y a una variedad de servicios para ayudarles a iniciar y desarrollar su negocio. El modelo también incluye la promoción de la educación financiera a través de la provisión de capacitación y talleres sobre el tema.

Público objetivo:

El público objetivo de este modelo de negocios son los emprendedores locales de Ecuador. Esto incluye a personas de todos los niveles de experiencia y recursos, desde los nuevos emprendedores hasta los empresarios con experiencia.

Servicios:

El modelo de negocios de servicios financieros para la promoción de emprendimientos en el Ecuador ofrece varios servicios para apoyar a los emprendedores locales. Estos servicios incluyen:

- ❖ **Acceso a los recursos financieros:** El modelo busca proporcionar a los emprendedores locales el acceso a los recursos financieros necesarios para iniciar y desarrollar sus negocios. Esto incluye préstamos, inversiones, subvenciones y otros mecanismos de financiamiento.
- ❖ **Educación financiera:** El modelo también busca promover la educación financiera entre los emprendedores locales. Esto se logra mediante la provisión de capacitación y talleres sobre temas relacionados con el emprendimiento y la gestión de negocios.
- ❖ **Asesoramiento y asistencia:** El modelo también proporciona asesoramiento y asistencia a los emprendedores locales para ayudarles a desarrollar sus negocios. Esto incluye ayuda con la planificación y el desarrollo de negocios, así como asesoramiento sobre estrategias de marketing y ventas.

Beneficios:

El modelo de negocios de servicios financieros para la promoción de emprendimientos en el Ecuador ofrece varios beneficios para los emprendedores locales. Estos beneficios incluyen:

- ❖ **Acceso a los recursos financieros:** El modelo proporciona a los emprendedores locales el acceso a los recursos financieros necesarios para iniciar y desarrollar sus negocios. Esto les ayuda a tener éxito al obtener el financiamiento necesario para poner en marcha sus proyectos empresariales.

- ❖ **Educación financiera:** El modelo ofrece educación financiera a los emprendedores locales. Esto les ayuda a desarrollar los conocimientos y las habilidades necesarias para desarrollar de forma exitosa sus negocios.
- ❖ **Asesoramiento y asistencia:** El modelo también ofrece asesoramiento y asistencia a los emprendedores locales. Esto les ayuda a desarrollar sus negocios de manera exitosa al ofrecerles consejos y asesoramiento sobre estrategias de marketing y ventas.

3.3.3 Análisis FODA

El análisis FODA es muy importante para todo emprendimiento debido a que permite establecer las oportunidades y fortalezas que benefician al proyecto, también se consideran las amenazas y debilidades que lo dificultan. **(Apéndice 3)**

Fortalezas:

- ❖ Una solución rentable para la promoción de emprendimientos en el Ecuador.
- ❖ Ubicación estratégica para atraer inversores.
- ❖ Redes de contactos en el sector financiero.
- ❖ Bajos costos de operación.

Debilidades:

- ❖ Falta de capital propio.
- ❖ Escasa experiencia en la industria financiera.
- ❖ Falta de conocimiento sobre el mercado local.
- ❖ Escasa presencia en el mercado financiero.
- ❖ Altos costos de inversión.
- ❖ Falta de conocimiento de la legislación local.

Oportunidades:

- ❖ Amplio mercado potencial para los servicios financieros.
- ❖ Creciente demanda de soluciones de financiamiento para emprendimientos.
- ❖ Oportunidades de crecimiento a través de alianzas estratégicas.
- ❖ Nuevos canales de distribución para llegar a una mayor gama de público.
- ❖ Creciente uso de la tecnología para mejorar los procesos financieros.

Amenazas:

- ❖ Competencia en el mercado financiero.
- ❖ Cambios en la legislación local.
- ❖ Nuevas tendencias de emprendimiento.
- ❖ Disminución de inversores.
- ❖ Inestabilidad económica.
- ❖ Falta de recursos financieros.

3.3.4 Matriz de Impacto

La Matriz de Impacto brinda la herramienta ideal para evaluar el impacto de cambios a nivel empresarial y local. Esta técnica de análisis aporta información valiosa, la cual incluye datos sobre los efectos de la implementación de un proyecto, operación o iniciativa de una organización. Esta matriz es muy útil para determinar el peso de cada variable, proporcionar las consideraciones necesarias para prevenir cambios indeseados y tomar decisiones con mayor confianza. Además, permite identificar ventajas y riesgos, es decir, se puede considerar el impacto económico, financiero, social, legal, tecnológico, ambiental y operativo antes de tomar una decisión. La Matriz de Impacto permite una vista panorámica de todos los aspectos pertinentes para que los responsables puedan crear planes de acción con características más positivas en el corto y largo plazo. **(Apéndice 4)**

Probabilidad:

- ❖ Mayor accesibilidad a los servicios financieros para los emprendedores ecuatorianos.
- ❖ Mejorar los niveles de inclusión financiera en el Ecuador.
- ❖ Desarrollo de productos específicos para los emprendedores.
- ❖ Mayor contribución a la economía del país.
- ❖ Aumento del empleo y la productividad.

Impacto:

- ❖ Posible aumento de la desigualdad económica.
- ❖ Riesgo de aumento de la deuda excesiva.
- ❖ Riesgo de aumento de la inestabilidad financiera.

- ❖ Riesgo de inadecuada regulación de los servicios financieros.
- ❖ Riesgo de aumento de la inseguridad financiera.

3.3.5 Enunciado Estratégico

Nombre:

“FINANCORP S.A.”

Logo:

Figura 14: Logotipo de la Empresa



Elaborado por: El Autor, 2023.

Misión:

Nuestro objetivo es ser la entidad líder en el desarrollo de emprendimientos en el Ecuador, proporcionando asesoramiento financiero de calidad a través de soluciones personalizadas para cada cliente. Trabajamos para ayudar a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos financieros proporcionando una amplia gama de productos y servicios financieros.

Visión:

Nuestra visión es convertirnos en la principal entidad financiera para el desarrollo de emprendimientos en el Ecuador. Queremos convertirnos en el socio financiero de confianza para los emprendedores, ofreciendo soluciones innovadoras y personalizadas a nuestros clientes.

Valores:

- ❖ **Respeto:** Valoramos la diversidad y la dignidad humana y estamos comprometidos con la equidad y la justicia.
- ❖ **Compromiso:** Nos esforzamos por ofrecer un servicio financiero de calidad y nos comprometemos con el logro de los objetivos establecidos.
- ❖ **Integridad:** Actuamos de forma responsable, honesta y transparente para promover una cultura empresarial ética.
- ❖ **Innovación:** Buscamos de forma continua nuevas formas de mejorar nuestros servicios financieros para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- ❖ **Calidad:** Priorizamos la calidad de nuestros productos y servicios para superar las expectativas de nuestros clientes.

Política:

- ❖ Nuestra política se basa en el objetivo de promover el emprendimiento en el Ecuador al ofrecer servicios financieros de calidad. Estamos comprometidos a:
- ❖ Ofrecer una amplia gama de productos financieros para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- ❖ Proporcionar una atención personalizada a nuestros clientes.
- ❖ Brindar asesoría financiera para ayudar a nuestros clientes a tomar decisiones informadas.
- ❖ Promover el acceso a financiamiento para emprendedores y empresas emergentes.
- ❖ Establecer una estructura de ahorro para ayudar a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos financieros a largo plazo.
- ❖ Establecer prácticas financieras responsables para reducir los riesgos financieros.

3.3.6 Objetivos Estratégicos y Operacionales

Objetivos Estratégicos:

- ❖ Crear una red de servicios financieros para apoyar el emprendimiento en el Ecuador.
- ❖ Fomentar el desarrollo de redes de soporte para los emprendedores, con un enfoque en la formación y capacitación en finanzas, marketing, tecnología, etc.
- ❖ Generar empleos de calidad para el emprendimiento en el Ecuador.
- ❖ Establecer un programa de financiamiento para proyectos de emprendimiento en el Ecuador.
- ❖ Estimular el crecimiento de la economía ecuatoriana a través de la promoción del emprendimiento.
- ❖ Incrementar la inclusión financiera entre los emprendedores ecuatorianos.
- ❖ Educar a la población acerca de los principios de la responsabilidad financiera.
- ❖ Facilitar el acceso a inversiones para los emprendedores.
- ❖ Establecer acuerdos de cooperación con el sector privado para financiar proyectos de emprendimiento.

Objetivos operacionales:

- ❖ Brindar asesoramiento financiero de calidad para ayudar a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos financieros.
- ❖ Ofrecer productos y servicios financieros innovadores, seguros y confiables.
- ❖ Establecer relaciones de largo plazo con nuestros clientes proporcionando un excelente servicio al cliente.
- ❖ Ser un socio financiero de confianza para los emprendedores y empresarios.
- ❖ Ofrecer soluciones financieras personalizadas para satisfacer las necesidades de cada cliente.
- ❖ Promover la inclusión financiera en el Ecuador para ayudar a los emprendedores a alcanzar su potencial.
- ❖ Proporcionar herramientas para el éxito empresarial a través de nuestro conocimiento financiero.

- ❖ Colaborar con otros organismos financieros para promover el desarrollo de emprendimientos.

Estructuración Empresarial

Dirección Ejecutiva

Director Ejecutivo:

Esta posición supervisará la operación general de la empresa y estará a cargo de tomar decisiones estratégicas.

Departamento de Servicios

Gerente de Servicios:

Supervisa el desarrollo y la implementación de los servicios financieros en línea para la promoción de emprendimientos en el Ecuador.

Asesor Financiero:

Es el responsable de brindar asesoramiento financiero y desarrollar planes de financiamiento para emprendedores.

Analista de Negocios:

Es el encargado de analizar el mercado y los factores clave para el éxito de los emprendimientos.

Experto en Tecnología:

Desarrollará la plataforma en línea y asegurar la seguridad de los datos.

Departamento de Ventas

Gerente de Ventas:

Es responsable de desarrollar y supervisar estrategias de ventas para promover los servicios financieros en línea.

Representantes de Ventas:

Se encargarán de llevar a cabo las actividades de ventas y promoción de los servicios financieros en línea.

Departamento de Marketing**Gerente de Marketing:**

Supervisará el desarrollo y la implementación de estrategias de marketing y publicidad para promover los servicios financieros en línea.

Analista de Marketing:

Responsable de realizar una investigación de mercado para determinar el mejor enfoque de marketing. Experto en Medios Digitales: Esta posición se encargará de crear contenido digital para promover los servicios financieros en línea.

Departamento de Recursos Humanos**Gerente de Recursos Humanos:**

Supervisará el reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo de los empleados.

Asistente de Recursos Humanos:

Se encargará de llevar a cabo todas las actividades relacionadas con los empleados.

3.3.7 Estrategias Comerciales**Marketing MIX**

El marketing mix es el conjunto de herramientas de marketing utilizadas para lograr los objetivos deseados en una campaña de marketing. Estas herramientas incluyen el producto, el precio, la distribución y la promoción, pero también se destaca el concepto de un enfoque holístico que abarca variables adicionales como la percepción del público, la calidad y los servicios postventa. Este concepto

nos ayuda a ver el marketing mix como el resultado de la fusión de elementos clave que deben trabajar juntos para lograr los objetivos deseados. **(Apéndice 5)**

Producto:

Servicios financieros para la promoción de emprendimientos en el Ecuador. Estos servicios incluirán préstamos, asesoría financiera, asesoría legal y asesoría de mercadeo.

La empresa ofrece un programa de incentivos a aquellos que usen los servicios, como descuentos en otros servicios financieros, tarifas reducidas para servicios de asesoramiento, etc.

- ❖ **Planificación financiera:** Servicios de análisis financiero y planificación financiera para ayudar a los emprendedores a desarrollar planes de inversión a largo plazo y establecer metas de ahorro.
- ❖ **Análisis de negocios:** Servicios de análisis comerciales para ayudar a los emprendedores a comprender cómo estructurar y manejar sus negocios de la manera más eficiente.
- ❖ **Asesoría fiscal:** Servicios de planificación fiscal para ayudar a los emprendedores a cumplir con sus obligaciones fiscales y beneficiarse de créditos fiscales disponibles.
- ❖ **Análisis de financiamiento:** Servicios de análisis financiero para ayudar a los emprendedores a encontrar los mejores recursos de financiamiento y establecer metas a largo plazo.
- ❖ **Estudio de rentabilidad:** Servicios de análisis para ayudar a los emprendedores a identificar sus inversiones más rentables y desarrollar estrategias de ahorro.
- ❖ **Evaluación de riesgos:** Servicios de análisis de riesgos para ayudar a los emprendedores a comprender sus áreas de riesgo más vulnerables y elaborar planes de contingencia.

Precio:

Los servicios tienen un precio competitivo en el mercado para que sean accesibles para los emprendedores del Ecuador. **(APÉNDICE 6)**

Elaborado por: El Autor, 2023.

- ❖ Realizar un estudio de mercado para conocer el precio a que se ofrecen los servicios financieros similares que se ofrecen en el mercado. Esto le permitirá obtener una idea de cómo los competidores establecen los precios de sus servicios.
- ❖ Evaluar los costos de los recursos involucrados para ofrecer los servicios financieros y determinar el margen potencial para los precios, esto le permitirá saber cuánto debería cobrar para cubrir sus costos.
- ❖ Desarrollar incentivos para los clientes, esto podría incluir descuentos por volumen, premios para los clientes que refieran a nuevos clientes o programas de fidelización.
- ❖ Establecer los precios en función de los precios del mercado y los incentivos ofrecidos. Es importante asegurarse de que los precios que se establecen no sean demasiado bajos, puesto que esto puede afectar la rentabilidad de la empresa.
- ❖ Utilizar estrategias de segmentación de precios para ofrecer diferentes precios a diferentes clientes, esto puede permitir al cliente elegir el precio que mejor se adapte a sus necesidades.
- ❖ Revisar de manera periódica los precios para asegurarse de que siguen siendo competitivos con otros servicios financieros ofrecidos en el mercado, esto permitirá asegurarse de que la empresa obtiene un beneficio adecuado por los servicios que ofrece.

Promoción:

Se realizarán anuncios en medios impresos, radio, televisión y redes sociales. También se organizarán charlas en centros emprendedores, universidades y otras organizaciones relacionadas con los emprendedores.

- ❖ **Publicidad:** Anuncios en televisión, radio, medios impresos, anuncios en línea y redes sociales. Además, se podrían organizar eventos y campañas de promoción para difundir información sobre el modelo de negocio y la manera en que puede ayudar a los emprendedores.
- ❖ **Promociones:** Ofrecer promociones y descuentos especiales a los emprendedores que usen el modelo de negocio de servicios financieros. Esto

podría incluir descuentos en tarifas, planes de pago a plazos, ofertas especiales de asesoramiento financiero, entre otros.

- ❖ **Relaciones Públicas:** Esto incluiría publicar artículos en medios de comunicación, asistir a eventos patrocinados, organizar seminarios u otras actividades para promover el modelo de negocio y los beneficios que ofrece.
- ❖ **Marketing de Contenidos:** Esto incluiría publicar contenido relevante en el blog del modelo de negocio, crear contenido para las redes sociales, enviar boletines informativos a los usuarios, entre otros.
- ❖ **Patrocinios:** Esto incluiría patrocinar eventos relacionados con el emprendimiento, patrocinar programas de radio o televisión, patrocinar a figuras relevantes del emprendimiento, entre otros.

Punto de venta:

- ❖ **Establecer un plan de mercado para identificar las necesidades de los consumidores:** Esto incluiría realizar encuestas, investigar a la competencia, determinar qué tipos de productos o servicios ofrecen y cómo están estructurados.
- ❖ **Definir un presupuesto para gastos de publicidad y promoción:** Esto incluiría el diseño de materiales promocionales o la realización de campañas de publicidad para atraer al público objetivo.
- ❖ **Evaluar el mercado:** Identificar el público objetivo y la ubicación del punto de venta u ofrecimiento. Esto incluiría un estudio de mercado para determinar si esta área geográfica necesita un servicio como el que se ofrece.
- ❖ **Establecer una ubicación conveniente:** Estudiar el mejor lugar para colocar el punto de venta, de acuerdo con los resultados del estudio de mercado y las necesidades del público objetivo.
- ❖ **Establecer un calendario de promoción para anunciar el nuevo punto de venta:** Esto incluiría anuncios de radio, periódicos y televisión, o promoción en línea a través de plataformas digitales y correos electrónicos.
- ❖ **Contratación de un equipo de profesionales competentes, con experiencia previa en la industria financiera:** Esto asegurará que los clientes tengan una buena experiencia al utilizar la empresa.

- ❖ **Realizar un seguimiento de los clientes y evaluar su satisfacción con los servicios ofrecidos:** Esto permitirá adaptar mejor el servicio y brindar una experiencia aún mejor a los consumidores.

Objetivo Específico 2.- Realizar un análisis de los recursos técnicos y financieros que determinen la viabilidad financiera del proyecto.

Estudio De Mercado

Segmentación de Mercado

De acuerdo a los datos proporcionados por el Registro Nacional de Emprendimiento hasta la fecha existen en Ecuador 2,989,459 emprendimientos. **(APÉNDICE 7)**

Cuantificación de la Demanda

Para la cuantificación de la demanda se tomó en cuenta el mercado objetivo obtenido en la segmentación de mercado y el estudio realizado por la Cámara de Empresarios de Ecuador, el porcentaje de demanda anual promedio de los emprendimientos es de un 25% en cuanto a la contratación de servicios financieros. **(APÉNDICE 8)**

Para el cálculo del 8% anual en cuanto a crecimiento del mercado financiero general en el Ecuador el cual está indicado en el Informe de la Evolución de la Economía Ecuatoriana 2022, emitido por el Banco Central del Ecuador.

Cuantificación de la Oferta

Para la cuantificación de la demanda se tomaron los resultados de la pregunta ¿Qué empresa existente que otorga servicios financieros a emprendedores es de su preferencia? En el que menciona el nivel de preferencia que tienen los emprendedores hacia estas empresas de servicios financieros. **(APÉNDICE 9)**

Para el cálculo del 8% anual en cuanto a crecimiento del mercado financiero general en el Ecuador el cual está indicado en el Informe de la Evolución de la Economía Ecuatoriana 2022, emitido por el Banco Central del Ecuador.

Demanda Insatisfecha

Para realizar una proyección más realista se decidió enfocar el ofrecimiento del servicio al 0,5% de la demanda insatisfecha, durante los primeros 5 años. **(APÉNDICE 10)**

Recursos Técnicos

Plataforma de pagos online:

Una plataforma de pagos en línea segura es esencial para los negocios de servicios financieros. Esto permitirá a los emprendedores gestionar todas sus transacciones financieras de manera fácil y segura.

Herramientas de análisis de datos:

Para mejorar la toma de decisiones financieras, es necesario contar con herramientas de análisis de datos. Estas permitirán a los emprendedores rastrear sus activos, sus inversiones y sus gastos, y así tomar decisiones basadas en los datos.

Soluciones de marketing digital:

Una estrategia de marketing digital bien diseñada es una parte fundamental para el éxito de un negocio de servicios financieros. Esto permitirá a los emprendedores alcanzar a su público objetivo y promocionar sus servicios.

Recursos de educación financiera:

Al ofrecer servicios financieros, también es importante ofrecer recursos de educación financiera a los emprendedores. Esto les ayudará a comprender mejor los conceptos financieros básicos para que puedan tomar mejores decisiones financieras.

Recursos Financieros

Los recursos financieros para promover emprendimientos en Ecuador pueden variar dependiendo del tipo de financiamiento, la entidad que lo otorga y el proyecto que se desea financiar. Por lo general, los créditos para

emprendimientos en Ecuador están disponibles a tasas de interés bajas y pueden llegar hasta 25 años de plazo.

Entre los principales recursos financieros para promover emprendimientos en Ecuador se encuentran:

Créditos Bancarios:

Esta es una de las principales vías para financiar un proyecto empresarial. Los bancos locales tienen acuerdos con el gobierno para ofrecer créditos a emprendedores a tasas de interés bajas.

Fondos de Inversión:

Estos fondos buscan invertir en proyectos empresariales con alto potencial de crecimiento. Invierten de manera directa en el proyecto y no en activos financieros.

Préstamos del Estado:

Esta opción está disponible para aquellos proyectos que sean de interés para el desarrollo del país. El gobierno ofrece préstamos a bajas tasas de interés para proyectos que se benefician a la población local.

Fondos de Capital Semilla:

Estos fondos invierten recursos en proyectos empresariales que presenten alto potencial de crecimiento. Los fondos de capital semilla suelen exigir una participación directa en el proyecto y suelen cobrar tasas de interés más altas.

Capital de Riesgo:

Esta es una forma de inversión en la que se invierte en proyectos empresariales con alto potencial de crecimiento. Las firmas de capital de riesgo suelen exigir una participación directa en el proyecto y suelen cobrar tasas de interés más altas.

Microcréditos:

Esta es una forma de financiamiento diseñada para apoyar a los emprendedores de bajos recursos. Esta forma de financiamiento exige una participación directa en el proyecto y suele cobrar tasas de interés más altas.

Análisis de la Viabilidad Financiera del Modelo de Negocio

Supuestos Financieros:

Los supuestos financieros son hipótesis para modelar un sistema financiero con la finalidad de predecir y avizorar el futuro, contienen datos históricos relacionados a finanzas, estadísticas, precios, tasas, entre otros. **(APÉNDICE 11)**

Requerimiento de Herramientas y Equipos de Operaciones:

El requerimiento de herramientas y equipos de operaciones refleja la necesidad de adquirir herramientas y equipos específicos necesarios para llevar a cabo las actividades productivas de una empresa. Utilizando previamente una planificación y el análisis de costos-beneficios para obtener la máxima rentabilidad. **(APÉNDICE 12)**

Requerimiento de Materiales y Repuestos Para Operaciones:

Estos materiales se utilizan como parte integrante en la producción de un bien o servicio de una empresa. Los materiales requeridos se definen tomando en cuenta la calidad y cantidad necesarias para la producción de los bienes. **(APÉNDICE 13)**

Requerimiento de Activos No Corrientes para Operaciones:

Se refiere a aquellos activos de una empresa que no se destinan directamente a la producción de bienes o servicios, sino que existen para proveer infraestructura y recursos humanos. Esto incluye equipos, maquinaria, edificación, transporte, software y otros. **(APÉNDICE 14)**

Requerimiento de Muebles Enseres:

El requerimiento de muebles enseres hace referencia al mobiliario y los accesorios necesarios para mantener y mejorar la eficacia operativa de una empresa. Estos pueden catalogarse como muebles, tales como mesas, escritorios, sillas y archivadores; así como enseres menores para equipar una oficina o lugar de trabajo. **(APÉNDICE 15)**

Activos no Corrientes:

Los activos no corrientes son activos que tienen una vida útil mayor a un año e incluyen propiedad, planta y equipo, inversiones y otros activos financieros. Estos activos están separados dentro del balance de una empresa para diferenciarlos de los activos corrientes por su naturaleza a largo plazo. **(APÉNDICE 16)**

Depreciación Acumulada:

Se trata de una cuenta de activos, generalmente asociada con los activos fijos, en la que se registran los costos de uso del activo a lo largo del tiempo. Esta cantidad acumuladora, se descuenta de la valuación inicial del activo para reflejar el menor valor del mismo. **(APÉNDICE 17)**

Permisos y Desarrollo de Programas:

Estos requerimientos se caracterizan por su necesidad de adquisición de prácticas, procesos o reglamentos, así como también por su desarrollo de programas informáticos anchos gestión para adecuarse a los estándares legales y particulares de la compañía. **(APÉNDICE 18)**

Resumen y Proyección de Costos de Producción:

Está relacionado a la identificación de los costos reales o esperados para la producción de un bien o servicio. Esta proyección se realiza con el fin de calcular el impacto que tiene la producción sobre los costos, ingresos y ganancias. **(APÉNDICE 19)**

Gastos de Ventas:

Los gastos de ventas reflejan los costos generados por las actividades destinadas a la comercialización de productos y servicios. Estos pueden incluir desde el costo de publicidad hasta el pago de comisiones o el mantenimiento de los canales de venta. **(APÉNDICE 20)**

Gastos Publicidad y Suministros de Oficina:

Está relacionado a la adquisición de los materiales, insumos y equipos, necesarios para los procesos administrativos y publicitarios de una empresa. Esto incluye, entre otros, impresión de material publicitario, folletos, papelería, lápices y otros suministros. **(APÉNDICE 21)**

Gastos de Mantenimiento de Activos Operativos:

Estos gastos son incurridos para el mantenimiento de los activos operativos, tales como edificios, maquinaria, equipos informáticos, etc. Estos gastos se tienen que realizar para garantizar la fiabilidad de los activos y su idoneidad para operar de forma correcta. **(APÉNDICE 22)**

Resumen de Gastos de Venta y Administrativos:

Esto contiene todos los gastos relacionados a la comercialización de los productos y/o servicios, más los costos que se generan para la administración de los mismos. Esto incluiría el pago de nóminas, los costos de mantenimiento, impuestos, reparaciones, entre otros. **(APÉNDICE 23)**

Ingresos Projectados:

Este concepto se refiere al análisis financiero preestablecido de una empresa para predecir los futuros flujos de entrada de efectivo dentro del timeframe especificado. Esto se realiza por medio de una serie de hipótesis, suponiendo los volúmenes y precios por venta reales o esperados. **(APÉNDICE 24)**

Costos Indirectos de Fabricación:

Estos son los costos incurridos para la producción de un bien o servicio, pero que no están directamente relacionados con los insumos o materiales requeridos de la operación. Esto incluye costos indirectos tales como mano de obra, energía eléctrica, seguros y publicidad. **(APÉNDICE 25)**

Otros Costos Indirectos de Fabricación:

Incluye los costos que son resultado de la operación de una compañía, pero que no están relacionados directamente con los productos o servicios que se comercializan. Esto incluyen costos tales como seguros, mantenimiento, almacenamiento, seguridad, adquisición de licencias y servicios profesionales.

(APÉNDICE 26)

Salario Mensual de MOI:

El salario mensual de MOI (Mano de Obra Indirecta) se refiere al monto total de salarios asociado a los trabajadores que no están directamente relacionados con la producción de bienes o servicios. Esto incluye a aquellos destinados a operar audios, mantenimientos, transportes, seguridad y administración. **(APÉNDICE 27)**

Salario Mensual de MOD:

Este concepto representa el monto total de salarios asociado a los trabajadores que están directamente relacionados con la producción de bienes o servicios. Estos trabajadores suelen tener una especialización técnica adecuada para el manejo de los equipos y maquinaria asociados a la industria. **(APÉNDICE 29)**

Resumen y Proyección de Costos Fijos de Producción:

Esta proyección refleja el costo total asociado con la fabricación de productos o servicios. Estos gastos se generan aún si no se producen bienes o servicios, y el mismo incluiría materiales de fabricación, alquiler de espacios, mano de obra, transporte, etc. **(APÉNDICE 31)**

Costo Operativo Anual:

Esta cantidad representa el costo total de operar una compañía, incluyendo los costos de inversión, costos de producción, costos de ventas y otros gastos generales. Se obtiene al sumar todos los costos operativos anuales contenidos en el informe de costos de una empresa. **(APÉNDICE 32)**

Inversión y Estructura de Capital:

Esto contiene información detallada sobre las fuentes de financiamiento utilizadas por una empresa para la adquisición de bienes y servicios. Varias estructuras de capital pueden adoptarse, tales como capital propio, deudas financieras a corto y largo plazo, leasing financiero, etc. **(APÉNDICE 33)**

Cronograma de Pago por Préstamo:

Esto se refiere al plan de repago de un préstamo acordado para financiar proyectos o adquirir activos. Se constituye como un compromiso por parte de la entidad prestataria de devolver la misma cantidad con intereses y otros costos incluidos durante un periodo acordado. **(APÉNDICE 34)**

Intereses y Amortización Anual:

Refleja los costos financieros generados por un préstamo o deuda financiera a largo plazo. Esto se reclasifica en interés anual vendido y amortización, para mencionar los pagos a inversionistas y la cancelación del préstamo o deuda respectivamente. **(APÉNDICE 35)**

Cálculo TMAR General:

La TMAR (Tasa Mínima de Aceptación del Riesgo) es una herramienta utilizada para comparar diferentes proyectos, de acuerdo a la rentabilidad esperada para cada uno. El cálculo de tasa TMAR general provee de una manera objetiva para determinar qué proyectos tienen mayor rentabilidad y cuales debe rechazarse. **(APÉNDICE 36)**

Flujo de Caja:

Esto contiene el análisis financiero realizado para determinar los flujos de dinero entrantes y salientes durante un periodo de tiempo preestablecido. Se consideran muchas variables como inversión inicial, inflación, precios, tasas, entre otros para determinar el flujo de caja. **(APÉNDICE 37)**

Costos y Beneficios:

Se refiere al enfoque general de análisis financiero realizado para determinar los costos y los beneficios obtenidos al llevar a cabo un proyecto o una iniciativa específica. Estos costos y beneficios son expresados como porcentajes, entre otros, colocando una cantidad monetaria a los mismos. **(APÉNDICE 39)**

Relación Costo Beneficio:

Esta relación se calcula para medir el retorno esperado de un proyecto. Esto es, si los beneficios esperados son mayores a los costos incurridos, entonces, el proyecto es rentable. **(APÉNDICE 40)**

Sensibilidad de Precios:

Esta puede ser definida como el grado en que los resultados financieros pueden ser influenciados por los cambios en los precios de venta. Esto determina si una empresa es capaz de ajustar los precios de sus productos para mantener los mismos resultados, incluso si los costos varían. **(APÉNDICE 41)**

Objetivo Específico 3.- Describir mediante la herramienta Canvas la gestión estratégica y operacional con la cual se busca ofrecer un panorama general con respecto al modelo.

Modelo Canvas

El modelo canvas es un marco flexible e innovador que permite a las pequeñas empresas y emprendedores visualizar, planificar y desarrollar un negocio con rapidez y eficiencia. Esta herramienta está diseñada para que cualquiera, desde expertos hasta principiantes, puedan crear un plan de negocios rentable a un bajo costo, sin tener que destinar mucho tiempo y recursos. El modelo canvas permite enfocar los objetivos de la empresa, así como identificar variables clave como los flujos de ingresos, los recursos disponibles, el público objetivo y los canales de distribución. A través del modelo canvas, las empresas pueden perfeccionar su modelo de negocio y ajustar su estrategia para alcanzar el éxito.

(APÉNDICE 42)

Aliados

- ❖ Entidades bancarias
- ❖ Organizaciones financieras
- ❖ Proveedores de servicios
- ❖ Organismos gubernamentales
- ❖ Organismos no gubernamentales
- ❖ Establecimientos educativos

Actividades clave

- ❖ Promover la divulgación de información sobre la rentabilidad, riesgos y restricciones relacionadas con los emprendimientos en el Ecuador
- ❖ Formular estándares de gestión cuyo cumplimiento se exija a los emprendimientos sea cual sea su forma jurídica.
- ❖ Establecer una oferta de servicios financieros específicos, desarrollados por Inversores Privados, Fondos de Inversión o Fondos rotatorios

- ❖ Establecer convenios con entidades bancarias, organismos gubernamentales o no gubernamentales, financieras y proveedores de servicios que promuevan el flujo de recursos financieros a los emprendimientos

Propuesta de valor

- ❖ Ofrecer una amplia oferta de servicios financieros, diseñados para comercializar productos financieros y satisfacer necesidades específicas de los emprendimientos
- ❖ Establecer un modelo de gestión ejemplar para los emprendimientos, con el fin de aumentar su grado de confianza y visibilidad de cara al entorno financiero
- ❖ Promover la investigación y el seguimiento de los resultados de los emprendimientos, para ofrecer información que preste apoyo a las decisiones estratégicas de los emprendedores
- ❖ Establecer un puente entre los inversores privados, las entidades bancarias, las finanzas corporativas y los agentes gubernamentales para la promoción de los emprendimientos

Relaciones con clientes

- ❖ Establecer un modelo de asesoría y asistencia técnica, promoviendo el intercambio de información, las interacciones entre clientes y proveedores, y el desarrollo de nuevas tecnologías
- ❖ Desarrollar procesos de comunicación bidireccional, contribuyendo al crecimiento del conocimiento mutuo entre los agentes involucrados en el proceso
- ❖ Ofrecer asistencia a los emprendedores y entidades intermediarias en la identificación de necesidades financieras y en la estructuración de modelos de gestión para la promoción de los emprendimientos

Segmentación de clientes

- ❖ Emprendedores
- ❖ Inversores privados
- ❖ Entidades bancarias

- ❖ Organismos gubernamentales
- ❖ Organismos no gubernamentales
- ❖ Fondos de Inversión
- ❖ Fondos rotatorios

Recursos clave

- ❖ Costo humano
- ❖ Infraestructura tecnológica
- ❖ Licencias y marcas
- ❖ Canales de distribución
- ❖ Servicios profesionales

Canales de distribución

- ❖ Redes sociales
- ❖ Medios de comunicación
- ❖ Sitio web
- ❖ Seminarios
- ❖ Congresos
- ❖ Publicidad directa

Costes

- ❖ Costes de gestión
- ❖ Costes de infraestructura
- ❖ Gastos operativos
- ❖ Gastos de promoción
- ❖ Honorarios de servicios
- ❖ Expectativas de Ingresos

Flujos de ingresos

- ❖ Prestación de servicios
- ❖ Comisiones
- ❖ Tarifas
- ❖ Publicidad

❖ Ofertas de patrocinio

DISCUSIÓN

Luego de emplear los diferentes métodos de comprobación de la viabilidad del modelo de negocio se pudo discutir lo siguiente:

El trabajo de (Chaglla, 2019) es muy relevante para comprender los problemas relacionados con el tema planteado. Por su parte, además de servir de punto de partida para la tesis propuesta, el modelo de negocio de servicios financieros debe abarcar diferentes áreas para satisfacer las necesidades de los emprendimientos de Ecuador.

Al realizar el análisis de mercado para utilizar las herramientas internas y externas para el estudio de mercado tal como destacan (García & Montés, 2018) “Modelo de valoración financiera para una pequeña y mediana empresa (pyme) en Colombia” para poder promover el crecimiento de un negocio y de esta manera, incrementar su rentabilidad y por lo tanto el aumento de su valoración, es necesario realizar un estudio interno de la misma, estas áreas podrían incluir financiamiento, consultoría en gestión, capacitación y desarrollo empresarial, así como evaluación de sus procesos.

Así mismo (Suárez, y otros, 2020) afirman que para la implementación de modelos para el crecimiento financiero de emprendimientos debe tener en cuenta la situación actual de los servicios financieros existentes en Ecuador, tanto en el ámbito bancario como en instituciones financieras pequeñas y medianas.

Los diferentes autores destacan que los emprendimientos son clave para reforzar el desarrollo de los países, ya que permiten generar una oportunidad de negocio para personas desempleadas o bien, inversionistas.

CONCLUSIONES

Los servicios financieros tienen un gran potencial para promover el emprendimiento en el Ecuador. Esto se debe a la gran demanda de pequeñas y medianas empresas por acceso a capital, así como a la necesidad de promover el crecimiento económico a través de la inversión.

Las iniciativas gubernamentales de promover el emprendimiento en el Ecuador a través de incentivos fiscales, acceso a financiación asequible, asesoramiento y capacitación son fundamentales para el éxito de los modelos de negocio de servicios financieros.

La implementación de un modelo de negocio de servicios financieros para la promoción de emprendimientos en el Ecuador requiere de una estrecha colaboración entre el sector privado y el gobierno. Esto permitirá que el modelo sea sostenible, al tiempo que promueve el crecimiento económico.

El modelo de negocio debe incluir el establecimiento de un marco regulatorio adecuado para garantizar la seguridad de los inversores y el bienestar de los emprendedores.

RECOMENDACIONES

Buscar y aplicar estrategias gubernamentales que permitan el desarrollo industrial del país, tomando como referencia el criterio que posean cada una de las personas consideradas emprendedores en aspectos como la garantía de crecimiento y expansión que puedan tener los negocios.

Fortalecer la integración financiera en la población ecuatoriana, permitiendo el surgimiento de nuevas ideas para emprendimientos, fomentando el desarrollo socioeconómico individual de cada ciudadano.

Al momento en que se desee aplicar el modelo de negocio presentado, debe tenerse en cuenta el tiempo estimado para obtener resultados óptimos en cada negocio, haciendo uso de análisis técnicos y financieros y los costos que conlleva la puesta en marcha de cada uno de los emprendimientos.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Acosta Véliz, M. M., Coronel Pérez, V. C., & Bermúdez Gallegos, C. W. (2018). *Modelo de Negocio de Inclusión Financiera a través de corresponsales no bancarios en la ciudad de Guayaquil, Ecuador*. Guayaquil: UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD.
- Aguirre Gudiño, D. A., & Andrango Anrango, S. D. (2011). *Universidad Técnica Particular de Loja*. Obtenido de Escuela de Banca y Finanzas:
<https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/3019/1/Aguirre%20Gudino%20Diana%20Alexandra%20%26%20Andrango%20Anrango%20Susana%20del%20Rocio.pdf>
- Alvarez Pinto, F. D. (2007). *Planificación estratégica de marketing*. Cochabamba: Perspectivas.
- Arias Ronquillo, C. J., Ibarra Zuleta, F. O., Tulcán Pastas, A. L., & Pastás Gutiérrez, E. R. (2018). Evolución de los ingresos por servicios financieros de la banca privada ecuatoriana para el periodo 2013-2017. *Revista Espacios*, 3-11.
- Asmundson, I. (2011). *¿Qué son los servicios financieros?: Cómo los consumidores y las empresas adquieren bienes financieros*. Washington D.C.: Finanzas y Desarrollo.
- Asociación de Bancos del Ecuador. (2021). *Estadísticas de inclusión financiera en el Ecuador*. Quito: Boletín Macroeconómico.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos Séptima Edición*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Banco Mundial. (2022). *La inclusión financiera como un elemento facilitador clave para reducir la pobreza y promover la prosperidad*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Barriga, G., González, M., Torres, Y., Zurita, E., & Pinilla, D. (2018). Desarrollo financiero y crecimiento económico en el Ecuador: 2000-2017. *Revista Espacios*, 11.
- Casadesus-Masanell, R. (2004). Dinámica competitiva y modelos de negocio. *Universia Business and Society Review*, 8-17.
- Castillo, J., Villalpando, P., Wong, A., Badii, & H., M. (2007). *Diseños Experimentales e investigación Científica*. Nuevo León: Innovaciones de Negicos. Obtenido de Sistema de Universidad Virtual.
- CEPAL. (2018). *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Cevallos Vique, V. O., Valverde Aguirre, P. E., Orna Hidalgo, L. A., & Cargua Pilco, E. (2020). La educación financiera y su incidencia en la capacidad de gestión de los comerciantes de la empresa pública municipal Mercado de Productores Agrícolas San Pedro de Riobamba. *Visionario Digital*, 5-21.
- Chaglla, P. (2019). *Facultad de Ciencias Administrativas*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29741/1/556%20O.E..pdf>
- Corporación Andina de Fomento. (2011). *Servicios Financieros para el desarrollo: Promoviendo el acceso en América Latina*. Bogotá: Corporación Andina de Fomento.

- Cueva Enríquez, M. A. (2021). *Área de Gestión*. Obtenido de Universidad Andina Simón Bolívar: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8325/1/T3619-MAE-Cueva-Las%20Fintech.pdf>
- De la Puente, C. (2018). *Estadística descriptiva e inferencial*. Madrid: Ediciones IDT.
- FAECTA. (2018). Plan de Acción Comercial. *Turismo Andaluz Responsable*, 1-30.
- Fernandez, F. (2017). *Estudio de mercado*. Lulu.com.
- Financial Literacy and Education Commission. (2006). *The National Strategy for Financial Literacy*. Washington D.C.: Financial Literacy and Education Commission.
- Financial Services Authority. (2006). *Financial Capability*. Londres: Financial Services Authority.
- García, S., & Montés, L. (2018). MODELO DE VALORACIÓN FINANCIERA PARA UNA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (PYME) EN COLOMBIA. *Revista Espacios*, 2-14. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p02.pdf>
- Gómez, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: La población de muestreo. *Alegria México*, 201-206.
- Gutiérrez Cárdenas, G. (Mayo de 2013). *Repositorio UPS*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/11038>
- Gutiérrez, J., & Pérez, S. (2021). *Facultad de Ciencias Administrativas*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33268/1/004%20MT.pdf>
- Koontz, H., & O'Donnell, C. (1982). *Curso de Administración moderna: Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas*. Bogotá.
- Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación. (21 de Febrero de 2020). Asamblea Nacional de la República del Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional de la República del Ecuador.
- Medina Quintero, J., De la Garza Ramos, M., & Jiménez Almaguer, K. (2011). *Competencia Empresarial con el uso de la información y la tecnología*. Distrito Federal, México: Investigación Administrativa.
- Minondo, Á. (2022). *Propuesta de Valor*. Tudela: UNED Tudela.
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2014). *Planeación Financiera*. México: Grupo Editorial Patria.
- Moran Chilan, J. H., Peña Ponce, D. K., & Soledispa Rodríguez, X. E. (2021). *El Sistema Financiero y su impacto en el desarrollo económico-financiero*. Jipijapa: CAIP.
- Muñoz, E. (2019). *Área de Educación*. Obtenido de Universidad Andina Simón Bolívar: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6980/1/T3051-MIE-Santamaria-La%20educacion.pdf>
- Nájera Saldaña, J. A. (2020). Propuesta de valor de los servicios. *Ideas CONCYTEG*, 47-63.
- Nava Rosillón, M. A. (2009). Análisis financiero: Una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 606-628.

- OCDE. (2005). *Improvising Financial Literacy*. Paris: OECD.
- Ordoñez Granda, E. M., Narváez Zurita, C. I., & Erazo Álvarez, J. C. (2020). *El Sistema Financiero en Ecuador: Herramientas innovadoras y nuevos modelos de negocio*. Cuenca: Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA.
- Palacios Preciado, M., & Duque Oliva, E. J. (2011). *Modelos de Negocio: Propuesta de un marco conceptual para centros de productividad*. Bogotá: Administración Y Desarrollo.
- Pollack, M., & García, Á. (2004). *Crecimiento, competitividad y equidad: rol del sector financiero*. Santiago de Chile: Unidad de Estudios Especiales.
- Ponce Talacón, H. (2007). La Matriz FODA: Alternativa de diagnostico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 113-130.
- Porter, M. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: THE FREE PRESS .
- RFD, Red de Instituciones Financieras de Desarrollo. (2021). *El Sistema Financiero Nacional durante el 2020*. Quito: RFD.
- Ricart, J. E. (2009). Modelo de Negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica. *Universia Business Review*, 12-25.
- Rivera Aguirre, C., Cardoso Torres, S., Menchana Rodríguez, R., & Rosas Landa, S. (2019). Plan y modelo de negocios. *XXV Verano de la Ciencia*, 1-10.
- Salinas Ávila, J. (2009). *Metologías de medición del riesgo de mercado*. Bogotá: Innovar.
- Suárez, O., Hernández, A., Olmedo, A., Núñez, D., Belduma, A., León, Y., . . . Hermido, V. (2020). *UTEG EDITORIAL*. Obtenido de Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil: <https://www.uteg.edu.ec/wp-content/uploads/2021/06/L4-2020.pdf>
- Torres, M., & Paz, K. (2019). *Métodos de Recolección de Datos para una investigación*. Guadalajara: Boletín Electrónico.
- Tovar Posso, M., & Muñoz Martínez, I. (2018). Metodología para valoración financiera de Pymes colombianas utilizando flujos de efectivo. *Civilizar: Ciencias Sociales y Humanas*, 1-24.
- Universidad Tecnológica Indoamerica. (2019). *Manual de Forma para la elaboración de un plan de emprendimiento*. Ambato: Área Académica .
- Varas, E. (2018). *Facultad de Comunicación y Ciencias Audiovisuales*. Obtenido de Universidad de las Américas: <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/10024/6/UDLA-EC-TPE-2018-24.pdf>
- Vargas Sánchez, G. (2006). *Introducción a la teoría económica: Un enfoque latinoamericano*. México: Pearson Educación.
- Vargas, A. (2017). Investigación de Mercados. *AREANDINA: Fundación Universitaria del Área Andina*, 1-74.
- VECDIS. (2021). Análisis Pestel. *VECDIS TECNOGESTION*, 1-10.

Zambrano Solorzano, N. K. (s.f.). Valoración financiera de la empresa Technology S.A. a través de la aplicación del método de flujos de caja descontados. *Valoración financiera de la empresa Technology S.A. a través de la aplicación del método de flujos de caja descontados*. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito.

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de las Variables

Variable	Definición	Indicador	Técnicas de Tratamiento	Resultados
Riesgo de Mercado	Se describe como la posibilidad existente de pérdidas en una inversión, en los que se analizan diversos factores como los tipos de interés o el tipo de cambio.	Rentabilidad del proyecto de inversión	Establecer medidas para controlar las fluctuaciones de divisas a nivel nacional e internacional	Incrementar la entrada de capital extranjero
VAN	Es el principal indicador financiero cuya función es determinar la rentabilidad y viabilidad de un proyecto.	Flujo de activos netos	Comparar los flujos de efectivo del negocio en diferentes periodos de tiempo	Generar un incremento en la rentabilidad y beneficios del negocio

Elaborado por: El Autor, 2023.

Anexo 2: Cronograma de Actividades

Actividades	Meses								
	Mayo	Junio	Julio	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.
Aprobación del tema									
Revisión del perfil									
Desarrollo del Capítulo 1									
Desarrollo del Capítulo 2									
Revisión de Anteproyecto									
Desarrollo de Capítulos Finales									
Presentación del proyecto completo									

Elaborado por: El Autor, 2023.

Anexo 3: Formato de Encuesta

- 1. ¿Cuáles son las principales necesidades financieras de los emprendedores en el Ecuador?**
 - a) Obtener financiamiento para iniciar y financiar el crecimiento del negocio.
 - b) Acceso a créditos asequibles para apoyar el desarrollo de la empresa.
 - c) Establecer una relación con inversionistas para conseguir capital adicional.
- 2. ¿Cómo evaluaría el nivel de apoyo por parte de los entes gubernamentales que ofrecen servicios financieros para emprendimientos en el Ecuador?**
 - a) Alto: servicios financieros ampliamente disponibles para la mayoría de los emprendedores.
 - b) Medio: servicios financieros limitados, con costos y restricciones significativas.
 - c) Bajo: acceso a servicios financieros muy limitado, principalmente para emprendimientos de alto perfil.
 - d) Ninguno: no existen servicios financieros para emprendedores.
- 3. ¿Cuáles son los principales obstáculos para el desarrollo de emprendimientos en el Ecuador?**
 - a) Falta de Capital
 - b) Falta de Preparación
 - c) Entorno económico adverso
- 4. ¿Qué factores considera importantes para la promoción de la inversión en el sector de servicios financieros en el Ecuador?**
 - a) Desarrollar una infraestructura financiera adecuada
 - b) Facilitar el acceso a financiamiento para empresas
 - c) Promover el intercambio de conocimiento entre actores
 - d) Fomentar la innovación y el uso de tecnologías financieras
- 5. ¿Cómo percibe el acceso a los servicios financieros por parte de los emprendedores en el Ecuador?**
 - a) Como una tarea fácil y rápida
 - b) Como un proceso difícil y lento
 - c) Como una experiencia satisfactoria
 - d) Como una tarea imposible de lograr

- 6. ¿Qué considera como los principales motivadores para el desarrollo de emprendimientos en el Ecuador?**
- a) Aprovechamiento de las oportunidades de negocio y una economía emergente
 - b) Impulso gubernamental y una cultura emprendedora
 - c) Recursos financieros y capacitación empresarial
 - d) Acceso a la tecnología y capital de riesgo
- 7. ¿Qué tipo de servicios financieros desea que se ofrezcan a los emprendedores en el Ecuador?**
- a) Préstamos para financiar el crecimiento de los negocios.
 - b) Asesoramiento financiero y contable.
 - c) Apoyo para la preparación y presentación de proyectos de inversión.
 - d) Acceso a líneas de crédito especiales para emprendedores.
- 8. ¿Cómo evalúa la disponibilidad de financiamiento para emprendimientos en el Ecuador?**
- a) Muy difícil
 - b) Moderadamente difícil
 - c) Moderadamente fácil
 - d) Muy fácil
- 9. ¿Cuáles cree que son los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores en el Ecuador?**
- a) Obtener capital para financiar sus negocios.
 - b) Encontrar formas de llegar a los consumidores.
 - c) Desarrollar las habilidades necesarias para operar un negocio eficazmente.
- 10. ¿Cómo podrían los servicios financieros apoyar la creación y desarrollo de emprendimientos en el Ecuador?**
- a) Ofrecer préstamos bajo tasas de interés bajas para emprendedores.
 - b) Proporcionar asesoría financiera a emprendedores.
 - c) Desarrollar programas de educación financiera para emprendedores.
 - d) Facilitar la inversión de capital privado para emprendedores.

11. ¿Qué factores considera fundamentales para el éxito de los emprendimientos en el Ecuador?

- a) Compromiso y dedicación del emprendedor.
- b) La innovación y el uso de tecnologías.
- c) La planeación y estructuración de los proyectos.
- d) El entorno social y económico de la región.

12. ¿Cuáles son las principales fortalezas de la economía ecuatoriana que pueden facilitar el desarrollo de emprendimientos?

- a) Acceso al crédito, inversión en infraestructura y recursos naturales.
- b) Estabilidad política, bienes naturales y diversidad cultural.
- c) Mercados emergentes, mano de obra barata y libertad comercial.
- d) Educación de calidad, innovación tecnológica y recursos financieros.

13. ¿Qué empresa existente que otorga servicios financieros a emprendedores es de su preferencia?

- a) Banco Pichincha
- b) Banco Del Pacífico
- c) Corporación Financiera Nacional
- d) Banco Guayaquil

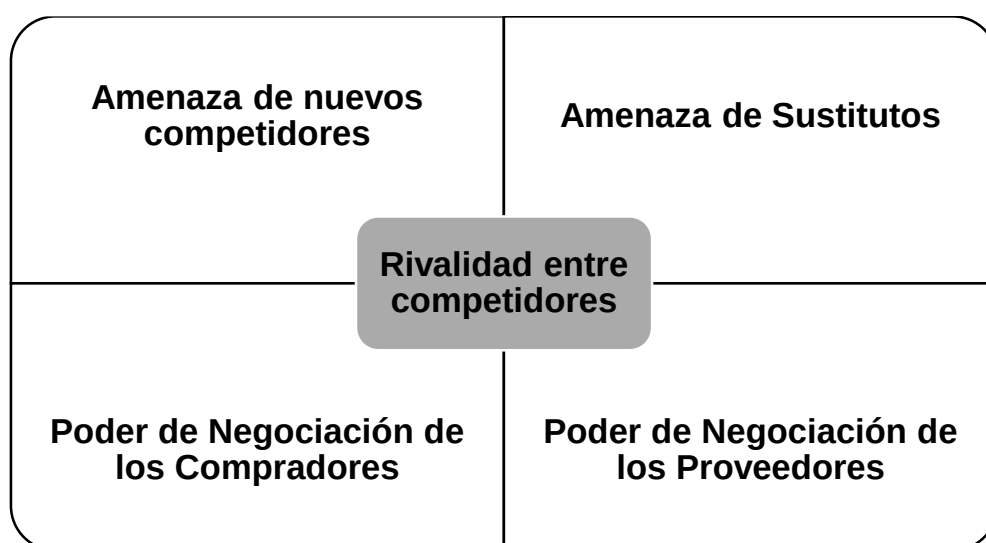
APÉNDICES

Apéndice 1: Análisis PESTEL

POLÍTICO	Leyes y regulaciones gubernamentales que rigen el marco regulatorio de los servicios financieros en línea. Políticas gubernamentales para promover el desarrollo de emprendimientos en el Ecuador. Impacto de la estabilidad política y económica en el desarrollo de los servicios financieros en línea.
ECONÓMICO	Niveles de inflación y tasas de interés. Tendencia del crecimiento económico. Acceso a financiación para emprendedores.
SOCIAL	Expectativas y preferencias del consumidor. Cambios en los patrones de comportamiento de los consumidores. Cultura financiera de la población.
TECNOLÓGICO	Avances tecnológicos en el ámbito financiero. Uso de las nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia y reducir los costos. Cumplimiento de los requisitos de seguridad y privacidad.
AMBIENTAL	Impacto ambiental de los servicios financieros en línea. Cumplimiento de la legislación ambiental. Uso de energías renovables.
LEGAL	Leyes y regulaciones gubernamentales sobre los servicios financieros en línea. Marco legal para el desarrollo de emprendimientos. Gestión de los riesgos legales.

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 2: Fuerzas de PORTER



Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 3: Análisis FODA

	POSITIVOS	NEGATIVOS
INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 4: Matriz de Impacto

	IMPACTO		
PROBABILIDAD			

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 5: Servicios De Consultoría

Servicios Funcionales	Servicio 1	Análisis de Negocios
	Servicio 2	Planificación Financiera
Servicios de Rentabilidad	Servicio 3	Asesoría Fiscal
	Servicio 4	Análisis de Financiamiento

Servicios de Orientación, Rentabilidad y Evaluación	Servicio 5	Estudio de Rentabilidad Evaluación de Riesgos Planificación y Coordinación Financiera Asesoría Fiscal
--	-------------------	--

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 6: Precio por hora de cada servicio

Planificación Financiera	\$75/hora
Análisis de Negocios	\$60/hora
Asesoría Fiscal	\$50/hora
Análisis de Financiamiento	\$50/hora
Estudio de Rentabilidad	\$65/hora
Evaluación de Riesgos	\$60/hora

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 7: Segmentación de Mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

MERCADO OBJETIVO	NÚMERO
EMPRENDIMIENTOS DEL ECUADOR	2,989,459
TOTAL, MERCADO OBJETIVO	2,989,459

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 8: Cuantificación de la Demanda

		PORCENTAJE DE
	MERCADO	DEMANDA EFECTIVA
AÑOS	OBJETIVO	ANUAL (25%)
0	2.989.459	747.365
1	3.228.616	807.154
2	3.486.905	871.726
3	3.765.857	941.464
4	4.067.126	1.016.781
5	4.392.496	1.098.124

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 9: Cuantificación de la Oferta

AÑOS	PORCENTAJE DE DEMANDA EFECTIVA ANUAL (25%)	OFERTA ANUAL REAL (30%)
0	747.365	224.209
1	807.154	242.146
2	871.726	261.518
3	941.464	282.439
4	1.016.781	305.034
5	1.098.124	329.437

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 10: Demanda Insatisfecha

AÑOS	PORCENTAJE DE DEMANDA EFECTIVA ANUAL	OFERTA ANUAL REAL	DEMANDA INSATISFECHA	DI REAL 1-5 AÑOS
0	747.365	224.209	523.155	2.615
1	807.154	242.146	565.008	2.825
2	871.726	261.518	610.208	3.051
3	941.464	282.439	659.025	3.295
4	1.016.781	305.034	711.747	3.558
5	1.098.124	329.437	768.687	3.843

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 11: Supuestos

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4 *	Año 5 *
2022	2023	2024	2025	2026	2027
2,66%	2,07%	1,65%	1,39%	1,94%	1,76%

Elaborado por: BCE, 2022

Apéndice 12: Requerimiento De Herramientas Y Equipos Para Operaciones

REQUERIMIENTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN
MAQUINARIA Y EQUIPO						
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	5	\$ 800,00	\$ 4.000,00	\$ 400,00	10	\$ 360,00
COMPUTADORAS PORTÁTILES	59	\$ 500,00	\$ 29.500,00	\$ 2.950,00	10	\$ 2.655,00
TELÉFONOS IP	24	\$ 120,00	\$ 2.880,00	\$ 288,00	10	\$ 259,20
IMPRESORAS MULTIFUNCIÓN	5	\$ 750,00	\$ 3.750,00	\$ 375,00	10	\$ 337,50
ESCÁNER	5	\$ 50,00	\$ 250,00	\$ 25,00	10	\$ 22,50
CÁMARAS IP	20	\$ 200,00	\$ 4.000,00	\$ 400,00	10	\$ 360,00
MONITOR LCD	5	\$ 500,00	\$ 2.500,00	\$ 250,00	10	\$ 225,00
TECLADO	64	\$ 30,00	\$ 1.920,00	\$ 192,00	10	\$ 172,80
MOUSE	64	\$ 25,00	\$ 1.600,00	\$ 160,00	10	\$ 144,00
TOTAL			\$ 50.400,00	\$ 5.040,00	90	\$ 4.536,00

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 13: Requerimiento De Materiales Y Repuestos Para Operaciones

REQUERIMIENTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN
MATERIALES Y REPUESTOS						
LLAVE TRINQUETE	14	\$ 10,00	\$ 140	\$ 2,80	2	\$ 68,60
BATERIAS PARA PORTÁTILES	59	\$ 75,00	\$ 4.425	\$ 88,50	2	\$ 2.168,25
BATERIAS PARA TELÉFONOS IP	24	\$ 25,00	\$ 600	\$ 12,00	2	\$ 294,00
BATERIAS PARA CÁMARA IP	20	\$ 50,00	\$ 1.000	\$ 30,00	3	\$ 323,33
TOTAL			\$ 6.165,00	\$ 133,30		\$ 2.854,18

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 14: Requerimiento De Activos No Corrientes Para Operaciones

REQUERIMIENTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN
EDIFICIO			\$ 35.000,00	\$ 17.500,00		\$ 350,00
EDIFICIO DE OPERACIONES(SEDE)	1	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	\$ 17.500,00	50	\$ 350,00
MUEBLES Y ENSERES			\$ 430,00	\$ 43,00		\$ 38,70
ESTÁNTERÍA	10	\$ 43,00	\$ 430,00	\$ 43,00	10	\$ 38,70
VEHICULO Y EQUIPO DE TRANSPORTE			\$ 150.000,00	\$ 15.000,00		\$ 13.500,00
FURGONETA HYUNDAI H1	5	\$ 30.000,00	\$ 150.000,00	\$ 15.000,00	10	\$ 13.500,00
TOTAL			\$ 185.430,00	\$ 32.543,00		\$ 13.888,70

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 15: Requerimiento De Muebles Enseres

REQUERIMIENTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN
MUEBLES Y ENSERES						
ESCRITORIO	64	\$ 500,00	\$ 32.000,00	\$ 3.200,00	10	\$ 2.880,00
SILLA GIRATORIA	64	\$ 100,00	\$ 6.400,00	\$ 640,00	10	\$ 576,00
ARCHIVADORES	16	\$ 200,00	\$ 3.200,00	\$ 320,00	10	\$ 288,00
LIBRERO	10	\$ 300,00	\$ 3.000,00	\$ 300,00	10	\$ 270,00
JUEGO COMEDOR	12	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 300,00	10	\$ 270,00
SUMINISTROS DE ESCRITORIO	64	\$ 50,00	\$ 3.200,00	\$ 352,00	11	\$ 258,91
OTROS SUMINISTROS	64	\$ 50,00	\$ 3.200,00	\$ 384,00	12	\$ 234,67
CAFETERA	5	\$ 70,00	\$ 350,00	\$ 35,00	10	\$ 31,50
TOTAL			\$ 54.350,00	\$ 5.531,00		\$ 4.809,08

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 16: Total Activos No Corrientes

ACTIVOS NO CORRIENTES	INVERSIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 50.400,00	\$ 4.536,00	\$ 5.040,00
MATERIALES Y REPUESTOS	\$ 6.165,00	\$ 2.854,18	\$ 133,30
EDIFICIO	\$ 35.000,00	\$ 350,00	\$ 17.500,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 54.780,00	\$ 4.847,78	\$ 5.574,00
VEHICULO Y EQUIPO DE TRANSPORTE	\$ 150.000,00	\$ 13.500,00	\$ 15.000,00
TOTAL	\$ 296.345,00	\$ 26.087,96	\$ 43.247,30

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 17: Depreciación Acumulada

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEPRECIACIÓN	\$ 26.087,96	\$ 26.087,96	\$ 26.087,96	\$ 26.087,96	\$ 26.087,96
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ 26.087,96	\$ 52.175,92	\$ 78.263,88	\$ 104.351,84	\$ 130.439,80

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 18: Permisos Y Desarrollo De Programas

DESCRIPCION	SUBTOTAL
PROCESO DE FIRMA ELECTRÓNICA	\$ 80,00
CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD	\$ 800,00
PERMISOS BOMBEROS	\$ 5,00
RUC	\$ 2,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO MUNICIPIO	\$ 20,00
ARTE DEL LOGO	\$ 25,00
DISEÑADOR GRÁFICO DE PÁGINAS WEB Y PAPELERÍA	\$ 45,00
SOFTWARE DE CONTABILIDAD	\$ 900,00
SOFTWARE DE SEGURIDAD	\$ 150,00
SOFTWARE DE COMUNICACIONES	\$ 200,00
TOTAL	\$ 2.227,00

RIESGOS

DESCRIPCION	CANTIDAD
IMPREVISTOS	\$ 9.000,00
TOTAL	\$ 9.000,00

TOTAL	
ACTIVO INTANGIBLE Y OTROS ACTIVOS	
PERMISOS Y DE DESARROLLO DE PROGRAMAS	\$ 2.227,00
RIESGOS	\$ 9.000,00
TOTAL	\$ 11.227,00

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 19: Resumen Y Proyección De Costos De Producción

COSTOS DE OPERACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANO DE OBRA INDIRECTA					
ACTIVIDADES PARA LA OPERACIÓN DE LA EMPRESA	\$ 215.488,73	\$ 219.044,29	\$ 222.089,01	\$ 226.403,09	\$ 230.394,86
OTROS COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN					
OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 80.400,00	\$ 81.726,60	\$ 82.862,60	\$ 84.472,21	\$ 85.961,56
TOTAL, DE COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS	\$ 295.888,73	\$ 300.770,89	\$ 304.951,61	\$ 310.875,29	\$ 316.356,41

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 20: Gastos De Ventas

	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Comisión por ventas / mes	\$	150,00	\$	152,48	\$	154,59	\$	157,60	\$	160,38
Comisión por ventas / anual	\$	1.800,00	\$	1.829,70	\$	1.855,13	\$	1.891,17	\$	1.924,51

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 21: Gastos Publicidad Y Suministros De Oficina

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
GASTOS PUBLIC. Y SUMINISTROS / MES	\$	1.870,00	\$	1.900,86	\$	1.927,28	\$	1.964,71	\$	1.999,35
GASTOS P Y SUMINISTROS / ANUAL	\$	22.440,00	\$	22.810,26	\$	23.127,32	\$	23.576,57	\$	23.992,26

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 22: Gastos De Mantenimiento De Activos Operativos

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
GASTOS MANTEN DE ACTIVOS PRODUCTIVOS (3 MESES)	\$	18.832,00	\$	19.142,73	\$	19.408,81	\$	19.785,83	\$	20.134,68
GASTOS DE MANTEN ACTIVOS NO OPERATIVOS	\$	2.191,20	\$	2.227,35	\$	2.258,32	\$	2.302,18	\$	2.342,77
GASTOS DE REPOSICIÓN DE MATERIALES	\$	6.165,00	\$	6.266,72	\$	6.353,83	\$	6.477,25	\$	6.591,46
GASTOS MANTEN. Y COMBUSTIBLE / ANUAL	\$	27.188,20	\$	27.636,81	\$	28.020,96	\$	28.565,26	\$	29.068,91

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 23: Resumen De Gastos De Venta Y Administrativos

	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Gastos de Ventas										
Gastos de Ventas	\$	1.800,00	\$	1.829,70	\$	1.855,13	\$	1.891,17	\$	1.924,51
Gastos Publicidad y Suministros de Oficina	\$	22.440,00	\$	22.810,26	\$	23.127,32	\$	23.576,57	\$	23.992,26
Total Gastos de Ventas	\$	24.240,00	\$	24.639,96	\$	24.982,46	\$	25.467,74	\$	25.916,77
Gastos Administrativos										
Gastos de Mantenimiento de Activos Operativos	\$	27.188,20	\$	27.636,81	\$	28.020,96	\$	28.565,26	\$	29.068,91
Total Gastos Administrativos	\$	27.188,20	\$	27.636,81	\$	28.020,96	\$	28.565,26	\$	29.068,91
Gastos Administrativos y Ventas	\$	51.428,20	\$	52.276,77	\$	53.003,41	\$	54.033,00	\$	54.985,67

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 24: Ingresos Proyectados

	2022		2023		2024		2025		2026		2027	
	\$											
Precio del Servicio	360,00	\$	367,45	\$	373,51	\$	378,71	\$	386,05	\$	392,85	
Clientes Potenciales	2615		2825		3051		3295		3558		3843	
	\$											
Total	941.400,00	\$	1.038.051,90	\$	1.139.594,14	\$	1.247.838,96	\$	1.373.579,16	\$	1.509.715,92	

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 25: Costos Indirectos Fabricación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 80.400,00	\$ 81.726,60	\$ 82.862,60	\$ 84.472,21	\$ 85.961,56

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 26: Otros Costos Indirectos De Fabricación

OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	COSTO DE OCIF MENSUAL	COSTO DE OCIF ANUAL
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
INTERNET	\$ 200,00	\$ 2.400,00
AGUA POTABLE	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
GASTOS VARIOS	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
TOTAL OCIF	\$ 6.700,00	\$ 80.400,00

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 27: Salario Mensual De MOI

MANO DE OBRA INDIRECTA	N.º DE PERSONAL	SUELDO MENSUAL BRUTO	REMUNERACIÓN MENSUAL	% BENEFICIOS SOCIALES	COSTO DE MOI MENSUAL
PUBLICISTA	1	\$ 800,00	\$ 800,00	11,15%	\$ 889,20
DISEÑADOR WEB	3	\$ 1.500,00	\$ 4.500,00	11,15%	\$ 5.001,75
SECRETARIADO DE RRHH	4	\$ 654,00	\$ 2.616,00	11,15%	\$ 2.907,68
PERSONAL DE SEGURIDAD	10	\$ 654,00	\$ 6.540,00	11,15%	\$ 7.269,21
PERSONAL DE LIMPIEZA	4	\$ 425,00	\$ 1.700,00	11,15%	\$ 1.889,55
TOTAL MOD	22	\$ 4.033,00	\$ 16.156,00		\$ 17.957,39

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 28: Salario Mensual MOI

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 10.670,40	\$ 10.846,46	\$ 10.997,23	\$ 11.210,85	\$ 11.408,51
\$ 60.021,00	\$ 61.011,35	\$ 61.859,40	\$ 63.061,02	\$ 64.172,87
\$ 34.892,21	\$ 35.467,93	\$ 35.960,93	\$ 36.659,47	\$ 37.305,83
\$ 87.230,52	\$ 88.669,82	\$ 89.902,33	\$ 91.648,69	\$ 93.264,57
\$ 22.674,60	\$ 23.048,73	\$ 23.369,11	\$ 23.823,05	\$ 24.243,08
\$ 215.488,73	\$ 219.044,29	\$ 222.089,01	\$ 226.403,09	\$ 230.394,86

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 29: Salario Mensual MOD

MANO DE OBRA DIRECTA	N.º DE PERSONAL	SUELDO MENSUAL BRUTO	REMUNERACIÓN MENSUAL	% BENEFICIOS SOCIALES	COSTO DE MOD MENSUAL
GERENTE GENERAL	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	11,15%	\$ 2.778,75
GERENTE DE RRHH	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	11,15%	\$ 1.111,50
GERENTE DE MARKETING	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	11,15%	\$ 2.223,00
GERENTE ADMINISTRATIVO	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	11,15%	\$ 1.667,25
GERENTE DE CARTERA	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	11,15%	\$ 3.334,50
GERENTE DE SEGURIDAD	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	11,15%	\$ 1.667,25
CONTADOR	5	\$ 1.200,00	\$ 6.000,00	11,15%	\$ 6.669,00
ANALISTA FINANCIERO	3	\$ 1.150,00	\$ 3.450,00	11,15%	\$ 3.834,68
ASESOR FINANCIERO	7	\$ 1.500,00	\$ 10.500,00	11,15%	\$ 11.670,75
GESTOR DE INVERSIÓN	10	\$ 1.200,00	\$ 12.000,00	11,15%	\$ 13.338,00
ABOGADO	6	\$ 1.000,00	\$ 6.000,00	11,15%	\$ 6.669,00
TÉCNICO INFORMÁTICO	5	\$ 1.000,00	\$ 5.000,00	11,15%	\$ 5.557,50
TOTAL MOI	42	\$ 18.550,00	\$ 54.450,00		\$ 60.521,18

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 30: Salario Anual MOD

AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
\$	33.345,00	\$	33.895,19	\$	34.366,34	\$	35.033,90	\$	35.651,59
\$	13.338,00	\$	13.558,08	\$	13.746,53	\$	14.013,56	\$	14.260,64
\$	26.676,00	\$	27.116,15	\$	27.493,07	\$	28.027,12	\$	28.521,27
\$	20.007,00	\$	20.337,12	\$	20.619,80	\$	21.020,34	\$	21.390,96
\$	40.014,00	\$	40.674,23	\$	41.239,60	\$	42.040,68	\$	42.781,91
\$	20.007,00	\$	20.337,12	\$	20.619,80	\$	21.020,34	\$	21.390,96
\$	80.028,00	\$	81.348,46	\$	82.479,21	\$	84.081,36	\$	85.563,82
\$	46.016,10	\$	46.775,37	\$	47.425,54	\$	48.346,78	\$	49.199,20
\$	140.049,00	\$	142.359,81	\$	144.338,61	\$	147.142,39	\$	149.736,69
\$	160.056,00	\$	162.696,92	\$	164.958,41	\$	168.162,73	\$	171.127,65
\$	80.028,00	\$	81.348,46	\$	82.479,21	\$	84.081,36	\$	85.563,82
\$	66.690,00	\$	67.790,39	\$	68.732,67	\$	70.067,80	\$	71.303,19
\$	726.254,10	\$	738.237,29	\$	748.498,79	\$	763.038,38	\$	776.491,70
\$	941.742,83	\$	957.281,58	\$	970.587,80	\$	989.441,47	\$	1.006.886,56

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 31: Resumen Y Proyección De Costos Fijos De Producción

	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
MDD	\$	726.254,10	\$	738.237,29	\$	748.498,79	\$	763.038,38	\$	776.491,70
Gastos adm y ventas	\$	51.428,20	\$	52.276,77	\$	53.003,41	\$	54.033,00	\$	54.985,67
Total	\$	777.682,30	\$	790.514,06	\$	801.502,20	\$	817.071,38	\$	831.477,37

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 32: Calculo Del Costo Operativo Anual

Costo Operativo Anual	Monto Anual
Costos Variable de Producción	
Mano de Obra Indirecta	\$ 215.488,73
Otros Costos Indirectos de Fabricación	\$ 80.400,00
Total Costos V. de Producción	\$ 295.888,73
Costos Fijos de Operación	
MDD	\$ 726.254,10
Gastos administración y ventas	\$ 51.428,20
Depreciación	\$ 26.087,96
Total Costos Fijos de Operación	\$ 803.770,26
TOTAL DE COA	\$ 1.099.658,99

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 33: Inversión Y Estructura Del Capital

Inversión y Estructura del Capital		Monto
Activos No Corrientes	\$	296.345,00
Capital de Trabajo	\$	135.574,40
Inversión Inicial Total	\$	431.919,40
Estructura del Capital		Participación
Capital Propio	40,0%	\$ 172.767,76
Financiamiento	60,0%	\$ 259.151,64
Aporte de Socios		
Socio 1	33,3%	\$ 57.589,25
Socio 2	33,3%	\$ 57.589,25
Socio 3	33,3%	\$ 57.589,25

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 34: Cronograma De Pago Por Préstamo

Datos del préstamo	Monto
Tasa Efectiva Anual de CFN	12,25%
Tasa Efectiva Mensual de CFN	1,02%
Meses	60
Año	5
Préstamo	\$ 259.151,64
Crédito Microempresa General	BanEcuador
Pago Método	Francés

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 35: Intereses Y Amortización Anual

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	\$29.548,48	\$24.361,04	\$18.501,20	\$11.881,83	\$4.404,48
Amortización	\$40.021,25	\$45.208,70	\$51.068,53	\$57.687,90	\$65.165,25

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 36: Cálculo TMAR Inversionistas

			0,42	2017
Promedio de Inflación 5 años atrás	0,49	-0,22		2018
Interés del Banco	12,25	0,27		2019
		-0,34		2020
TMAR = Inflación + i + (Inflación * i)	18,70	18,7%	0,13	2021
			2,66	2022

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 37: Cálculo TMAR General

Quien Aporta	Aportación (%)	Rendimiento pedido (TMAR)	Promedio Ponderado	
Accionistas	40,00%	18,70%	0,0748	
Banco				
BanEcuador	60,00%	12,25%	0,0735	
			0,1483	
TMAR Global			0,1483	14,83%

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 38: Proyección Flujo De Efectivo

Precio unitario		\$ 367,45	\$ 373,51	\$ 378,71	\$ 386,05	\$ 392,85
Ventas (u)		2.825	3.051	3.295	3.558	3.843

Ciclo de cobros	15
Ciclo de inventarios	30

TMAR global	14,83%
-------------	--------

--	--

Períodos	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$ 1.038.046,25	\$ 1.139.579,01	\$ 1.247.849,45	\$ 1.373.565,90	\$ 1.509.722,55
(-) Costo var. unit.		\$ 295.888,73	\$ 300.770,89	\$ 304.951,61	\$ 310.875,29	\$ 316.356,41
(-) Costo fijo		\$ 777.682,30	\$ 790.514,06	\$ 801.502,20	\$ 817.071,38	\$ 831.477,37
(-) Intereses		\$ 29.548,48	\$ 24.361,04	\$ 18.501,20	\$ 11.881,83	\$ 4.404,48
(+) Venta de activos						
(-) Deprec. Muebles y enseres		\$ 4.847,78	\$ 4.847,78	\$ 4.847,78	\$ 4.847,78	\$ 4.847,78
(-) Deprec. vehiculo		\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00
(-) Deprec. obra física		\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
(-) Deprec. maquinaria		\$ 7.390,18	\$ 7.390,18	\$ 7.390,18	\$ 7.390,18	\$ 7.390,18
(-) Valor libros activos vendidos						
(=) UAI		-\$ 90.991,22	-\$ 1.984,94	\$ 96.976,48	\$ 207.819,43	\$ 331.566,32
(-) Impuesto (X25%)		-\$ 22.747,81	-\$ 496,23	\$ 24.244,12	\$ 51.954,86	\$ 82.891,58
(=) Utilidad Neta		-\$ 68.243,42	-\$ 1.488,70	\$ 72.732,36	\$ 155.864,57	\$ 248.674,74
(+) Valor libros activos vendidos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(+) Deprec. Vehiculo		\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00

(+) Deprec. Muebles y enseres		\$ 1.230,00	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00
(+) Deprec. maquinaria		\$ 7.390,18	\$ 7.390,18	\$ 7.390,18	\$ 7.390,18	\$ 7.390,18
(+) Deprec. obra física		\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
(-) Inversión (terreno)	\$ 17.000,00					
(-) Inversión (muebles y enseres)	\$ 54.780,00					
(-) Inversión (vehículo)	\$ 150.000,00					
(-) Inversión (obra física)	\$ 18.000,00					
(-) Inversión (maquinaria)	\$ 50.400,00					
(-) Inversión (activos diferidos)	\$ 6.165,00					
(+/-) Inversión (capital de W)	\$ 135.574,40	\$ 1.971,00	\$ 1.147,69	\$ 1.833,72	\$ 1.529,97	-\$ 142.056,77
(+) Préstamo	\$ 259.151,64					
(-) Amortización del principal de la deuda		\$ 46.334,00	\$ 52.339,69	\$ 59.123,82	\$ 66.787,30	\$ 75.444,09
(+) Valor de desecho						\$ 160.590,20
(=) Flujo del inversionista	-\$ 172.767,76	-\$ 94.248,23	-\$ 32.675,90	\$ 34.075,00	\$ 109.847,49	\$ 498.177,81
VAN	\$ 55.579,22					
TIR	20%					

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 39: Costos Y Beneficios

AÑOS	AÑOS DE FINANCIAMIENTO	INGRESOS	COSTOS	INVERSIONES
				\$ 259.151,64
2023	1	\$ 1.038.046,25	\$1.103.119,51	
2024	2	\$ 1.139.579,01	\$1.115.645,99	
2025	3	\$ 1.247.849,45	\$1.124.955,01	
2026	4	\$ 1.373.565,90	\$1.139.828,51	
2027	5	\$ 1.509.722,55	\$1.152.238,27	

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 40: Relación Costo Beneficio

VNA Ingresos	\$4.138.527,90
VNA Costos	\$3.782.396,54
VNA Costos + Inversión	\$4.041.548,18
Costo/Beneficio	1,02

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 41: Sensibilidad De Precios

ESCENARIO	TIR	VAN
OPTIMISTA	38%	\$ 228.087,67
REAL	20%	\$ 55.579,22
PESIMISTA	-10%	-\$ 263.372,99

Elaborado por: El Autor, 2023.

Apéndice 42: Herramienta Canvas

ALIADOS ¿Cómo? ¿Con quién puedo contar?	ACTIVIDADES CLAVE ¿Cómo? ¿Qué debo saber hacer?	PROPUESTA DE VALOR ¿Qué? ¿Por qué me eligen?	RELACIONES CON CLIENTES ¿Quién? ¿Cómo nos relacionamos?	SEGMENTACIÓN DE CLIENTES ¿Quién? ¿A quién entrego valor?
--	--	---	--	---

	RECURSOS CLAVE ¿Cómo? ¿Qué es imprescindible?		CANALES DE DISTRIBUCIÓN ¿Quién? ¿Qué medios uso?	
COSTES ¿Cuánto? ¿En qué costes incurro?			FLUJOS DE INGRESOS ¿Cuánto? ¿Qué fuentes genero?	

Elaborado por: El Autor, 2023.