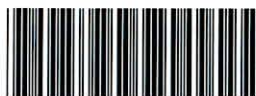


**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA
DEL LITORAL E.S.P.O.L.**

**ESCUELA DE POSTGRADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESPAE**

PLAN DE NEGOCIOS



DP-07594

MANUEL SOLANO HIDALGO

MAE XIX

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO:

Este trabajo se lo dedico a toda mi familia: a mi Mamá, mi Padre, Pamela, Valeria, Manuelito, Patty, José Manuel, Maria Grazia, José, Paulita, Silvia, Carlos, Carlitos... que siempre han estado apoyándome en todo momento.

Agradezco a todos mis compañeros, especialmente a John, Susana, Mónica y Maria Elizabeth, con los cuales realizamos excelentes trabajos, también quiero agradecer a Mario y a toda su familia, quienes nos atendieron muy bien cuando nos reunimos en su casa.

Por último agradezco a Patricia Coronado, Ernesto Murrieta, (creadores del programa e-fiesta), y a todas las personas que colaboraron directa e indirectamente en este proyecto.

----- CONTENIDO -----

RESUMEN EJECUTIVO.....	1
1. ANALISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO.....	3
1.1. El concepto del negocio.....	3
1.2. Misión.....	5
1.3. Visión.....	5
1.4. Objetivos y Valores.....	5
1.5. Análisis del Entorno Internacional.....	6
1.6. Análisis del Entorno Nacional.....	7
2. ANALISIS DEL MERCADO.....	9
2.1. Análisis del Producto.....	9
2.2. Análisis FODA.....	10
2.2.1 Fortalezas.....	10
2.2.2 Oportunidades.....	10
2.2.3 Debilidades.....	11
2.2.4 Amenazas.....	11
2.3. Ventaja Diferencial.....	11
2.4. Segmentación de Mercado.....	12
2.5. Tamaño de Mercado.....	14
2.6. Plan de Mercadeo.....	15
2.6.1 Estrategia de Producto.....	15
2.6.2 Estrategia de Precio.....	17
2.6.3 Estrategia de Ventas.....	17
2.6.4 Estrategia de Promoción.....	18
2.6.5 Estrategia de Posicionamiento.....	19
2.6.6 Estrategia de Distribución.....	19
2.6.7 Políticas de Servicios.....	20
2.6.8 Plan de Contingencia.....	21



BIBLIOTECA

ESPAE-ESPOL

3. ANALISIS TECNICO.....	23
3.1. ANALISIS DEL PRODUCTO.....	23
3.1.1. Bases Científicas y tecnológicas.....	23
3.1.2. Proceso Tecnológico.....	27
3.1.3. Diagrama de Flujo.....	29
3.2. Facilidades.....	29
3.2.1. Ubicación Geográfica Exacta.....	29
3.2.2. Facilidad de Servicios Básicos.....	30
3.2.3. Facilidad de Transporte.....	30
3.2.4. Legislación Local.....	30
3.2.5. Área Requerida.....	31
3.3. Equipos y Maquinarias.....	32
4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	33
4.1. El Grupo Empresarial.....	33
4.2. Estructura Organizacional.....	35
4.3. Políticas de la Empresa.....	37
4.4. Organigrama.....	39
5. ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL.....	40
5.1. Aspectos Legales.....	40
5.1.1. Constitución de la Compañía.....	40
5.1.2. Implicaciones Tributarias.....	42
5.1.3. Leyes Especiales de su Actividad Económica.....	43
5.2. Aspectos de Legislación Urbana.....	43
5.3. Análisis Social.....	44
6. ANÁLISIS ECONÓMICO.....	45
6.1. Inversiones en Activos Fijos.....	45
6.2. Presupuesto de Ingresos.....	46
6.3. Presupuesto de Gastos Operacionales.....	47
6.4. Presupuesto de Personal.....	47
6.5. Análisis de Costos y Punto de Equilibrio.....	48



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

7. ANÁLISIS FINANCIERO.....49

7.1. Flujo de Efectivo.....49

7.2. Estado de Resultados.....51

7.3. Balance General.....53

8. ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES.....55

8.1. Riesgos de Mercado.....55

8.2. Riesgos Técnicos.....55

8.3. Riesgos Económicos.....55

8.4. Riesgos Financieros.....56

9. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO.....57

9.1. Cálculo del VAN y TIR.....57

9.2. Análisis de Sensibilidad.....58

9.3. Análisis de la Estructura Financiera.....59

9.4. Evaluación Integral.....60

ANEXOS.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

Resumen Ejecutivo

El hecho de que en los hogares trabajen tanto el hombre como la mujer ya no es una tendencia sino una realidad social. Por este motivo las personas tienen un ritmo de vida muy acelerada aumentando los índices de stress en la población, es muy común escuchar a las personas decir: “no tengo tiempo para nada”, es por eso que así como aumentan las actividades a desarrollar por los individuos, también aumentan los productos y/o servicios que sirven para facilitarles la vida, tal es el caso de las computadoras, los celulares, etc. Quien iba a pensar hace unos veinte años en comprar un artículo en los Estados Unidos desde la comodidad de su hogar, o en realizar llamadas desde un teléfono móvil a distintas partes del mundo. Por ese motivo hemos Creado la Empresa COMUSO S.A. que busca Facilitarle la vida a las personas mediante la implementación de diversos softwares que cumplan diferentes funciones relacionadas a las actividades cotidianas que realizan las personas pero para las cuales casi nunca tienen tiempo, como por ejemplo: organizar el cumpleaños de su hijo, asistir a una cita con el dentista, llevar el carro a un mantenimiento, etc.

En un principio entraremos al mercado con la comercialización de un solo producto que es el software “E-Fiesta”, el cual ya se encuentra desarrollado en la actualidad y es el objeto principal de nuestro plan de negocios; este software es un producto completo que facilita a los usuarios organizar todo tipo de evento social y empresarial. Posteriormente lanzaremos al mercado diferentes softwares que satisfagan diferentes necesidades de los clientes.

COMUSO S.A. (Coronado Murrieta Solano Sociedad Anónima) es una empresa dedicada al desarrollo, comercialización, asesoría, capacitación y mantenimiento del software organizador de eventos sociales “E-Fiesta”. Mediante este software ofrecemos publicidad de todos los proveedores de artículos para cualquier tipo de eventos sociales facilitando la comercialización entre los proveedores y sus clientes; incrementando de esta manera el B2C (Business to Commerce) en nuestro país.

El negocio consiste en brindar un servicio gratuito a los usuarios, mediante el cual tendrán acceso a un software funcional que les permitirá organizar de una manera fácil y

práctica un evento, teniendo acceso a los diversos productos que se ofrecen en el medio, esta información será proporcionada por los proveedores de estos productos y/o servicios tales como hoteles, almacenes, pastelerías, músicos, payasos, etc. quienes tendrán que pagar una cierta cantidad de dinero dependiendo del tamaño de la información que deseen presentar en nuestro software. Adicionalmente se ofrece el servicio de publicidad mediante banners en nuestra página web y reportajes especiales sobre la empresa, los cuales se los puede encontrar dentro del software y de la página web.

La inversión inicial del proyecto esta compuesta por la adquisición de equipos de computo especiales para el desarrollo y funcionamiento del software, un rubro importante a considerar es el de publicidad, debido a que es muy importante tener una penetración rápida en el mercado ya que a mayor número de usuarios, mayor va a ser el interés de nuestros proveedores en utilizarnos como medio publicitario.

En el análisis financiero se obtuvieron muy buenos resultados en la proyección de los tres primeros años de funcionamiento, es así, que se observa un VAN que supera los \$200.000,00; sin embargo, el análisis de sensibilidad nos mostró que nuestro plan de negocios era muy sensible al nivel de ventas, en todo caso este es un punto importante al que se le deberá aplicar los controles necesarios en caso de llevar adelante el proyecto.

En general todos los análisis realizados en este proyecto nos muestran resultados positivos y alentadores, los cuales nos demuestran que la idea a parte de ser innovadora ofrece la posibilidad de generar riquezas a los inversionistas.



1. ANALISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO

1.1. El concepto del negocio

COMUSO S.A. es una empresa dedicada al desarrollo de tecnología innovadora y fácil de usar por las personas; como en un principio se piensa salir al mercado con un solo producto el cual es el E-Fiesta, hemos concentrado la mayoría de los análisis de este plan de negocios al producto en si para poder medir su grado de éxito o fracaso.

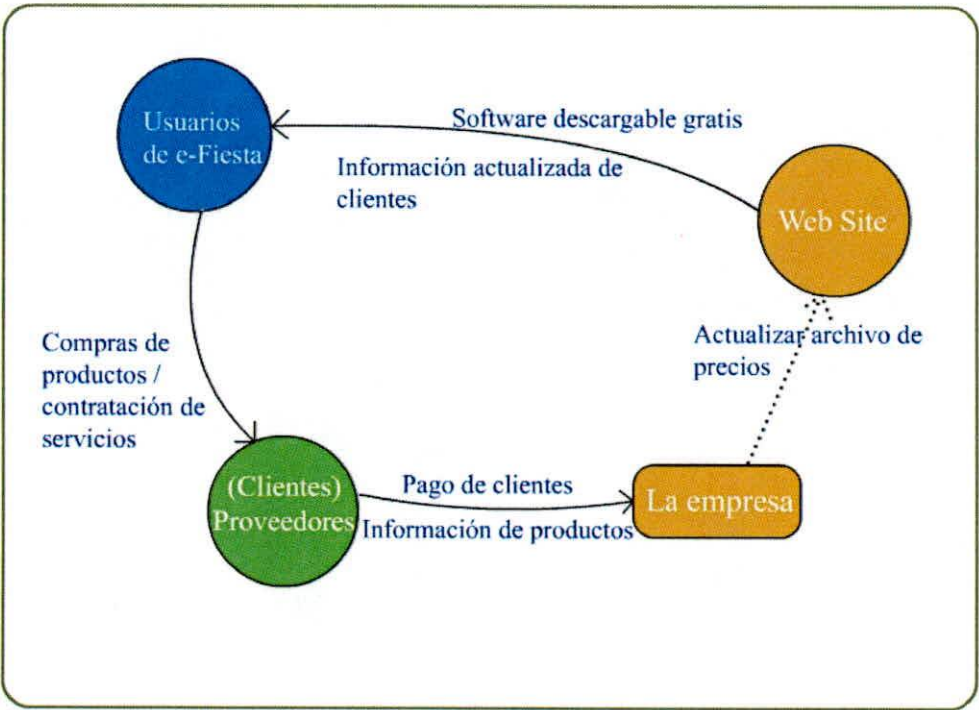
E-Fiesta es un software que permite planificar cualquier tipo de reunión social de manera centralizada. Este producto está dirigido a usuarios individuales así como también a negocios dedicados a la planificación de eventos; el mismo que podrá ser descargado gratuitamente a través de nuestro sitio Web.



Los usuarios del E-Fiesta dispondrán de una base de datos en su computador personal, con información de los productos con sus precios que nuestros clientes promocionarán en el mismo, cuya información será actualizada periódicamente por el mismo usuario, facilitando así la búsqueda de los productos y/o servicios que requieren sin necesidad de salir a recorrer la ciudad buscando cotizaciones con precios que se ajusten a su presupuesto. E-Fiesta ayudará a desarrollar de manera ordenada y centralizada las siguientes tareas o actividades: Administrar y controlar el presupuesto; Organizar, mantener y seleccionar lista de invitados; Organizar las tareas y actividades del evento a realizarse; Seleccionar los productos o servicios necesarios para el evento; Consultar consejos útiles para todo tipo de evento; Almacenar información del evento realizado para consultas futuras.

Nuestros clientes serán todos aquellos proveedores de todo tipo de productos y/o servicios relacionados a eventos sociales mientras que todas las personas y/o empresas que utilicen nuestro software serán nombradas como usuarios.

Modelo del Negocio



Nuestro modelo de negocio es el siguiente:

Inicialmente existirá una versión del producto; dispondremos de una página Web desde la cual ofreceremos nuestro software para que sea descargado gratuitamente por cualquier persona. Así mismo colocaremos las actualizaciones de precios en archivos que también podrán ser descargados libremente por los usuarios para realizar la actualización de información de nuestros clientes, en sus computadores personales.

El dinero lo obtendremos del cobro a los clientes por publicidad en nuestro Sitio Web y también por promocionar sus productos/servicios y precios a través del E-Fiesta. El precio que deberán pagar está en función del número de productos que promocionen y se acordará por medio de contrato firmado entre ambas partes. El costo de la publicidad en nuestro Sitio Web dependerá del tamaño de la información.

La idea de permitir que el software sea gratis es de llegar a la mayor cantidad de usuarios posibles ya que esto repercutiría en el interés que los proveedores tengan hacia

nuestro producto; a más usuarios, el interés será mayor y el número de proveedores aumentará, así como también el número de productos que promocionen.

1.2. Misión

“Facilitar la vida de las personas mediante la implementación de servicios tecnológicos de calidad y alta aplicabilidad en las actividades cotidianas de los ciudadanos, y al mismo tiempo poder servir como medio publicitario para empresas que desean comercializar sus productos y/o servicios a nuestros usuarios.”

1.3. Visión

“Posicionarnos en cinco años como una empresa que desarrolla tecnología innovadora, satisfaciendo diversas necesidades de las personas a nivel nacional e internacional.”

1.4. Objetivos y Valores

El objetivo general de COMUSO S.A. es proporcionar productos de calidad a través del uso de la tecnología de la Información, y así contribuir al enriquecimiento de los accionistas de la empresa, a la vez que se colabora con el desarrollo del País.

Objetivos Específicos

- Generar las rentabilidades esperadas en el flujo de caja del negocio
- Posicionar nuestros productos en el mercado antes del segundo año de funcionamiento de la empresa
- Crear constantemente productos innovadores que contribuyan a mejorar el estilo de vida de las personas

Valores

Ética Profesional.- todas las personas que colaborarán en nuestra empresa estarán motivadas por el hecho de que estamos ofreciendo al mercado algo diferente, algo

innovador y practico que será creado por un equipo de trabajo competente y muy profesional.

Honestidad.- Muchas veces nos quejamos de la corrupción que se encuentra a nuestro alrededor y hasta en ocasiones la ponemos de pretexto para justificar fracasos, sin embargo, casi nunca meditamos sobre que hacemos nosotros a favor de cambiar esta situación, quizás si todos pusiéramos un granito de arena siendo honestos tanto en el círculo familiar como empresarial, las cosas serían mucho mejores en este nuestro País tercermundista.

Perseverancia.- En el mundo de los negocios hay mucha competencia y muchas veces esta es desleal, se encuentran muchos obstáculos en el camino, se cierran muchas puertas y muchos supuestos no resultan cual lo planeado; en realidad nunca habrá un plan que se cumpla en un 100%, pero si habrá mucha entrega, sacrificio, amor por el trabajo que se realiza, fuerzas para levantarse cada vez que se cae, todo esto se resume en una sola palabra que es la “perseverancia”, y es un valor fundamental para todo aquel que esté en busca del éxito.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

1.5. Análisis del Entorno Internacional

El mundo de los negocios muestra una tendencia a la economía de la información, la cual se da por una alianza entre las telecomunicaciones y la economía, que permiten hacer fácilmente negocios desde cualquier lugar del mundo. Telecomunicaciones y computadores son equivalentes, en nuestra era, a lo que fue la máquina de vapor en la Revolución Industrial. La implementación del Internet en los negocios cada día se desarrolla más, por lo que es necesario adecuar este nuevo concepto y fortalecer mucho más las empresas, no solo para que estén en capacidad de competir y sobrevivir en el mercado local, sino para que sean capaces de competir en los mercados internacionales.

En materia de tecnología Ecuador se encuentra muy atrasado en comparación con el resto del mundo, sin embargo, es por ese mismo motivo que las empresas ecuatorianas deben empezar a basar sus estrategias competitivas en el uso de la tecnología y empezar a participar activamente en el E-Business ya que estamos a las puertas de un tratado de

libre comercio en el cual solo van a sobrevivir las empresas competitivas, mientras que las que no estén preparadas tendrán que desaparecer.

La globalización se presenta como una oportunidad ya que las tendencias del comportamiento humano suelen ser muy parecidas a nivel mundial, desde la ropa que se usa, la música que se escucha, el tipo de alimentación etc. Es por eso que los softwares que desarrolla nuestra empresa pueden comercializarse en otros países y no limitarse solo al Ecuador, especialmente en los países de la región andina ya que en estos países existen factores culturales muy parecidos facilitando de esa manera la aceptación de nuestros productos.

Si bien el TLC es un asunto que irremediablemente se va a dar, lo que actualmente le preocupa a los empresarios ecuatorianos son las cláusulas que se den en el tratado ya que lamentablemente nuestro País no tiene un peso importante en la mesa de negociaciones; pese a esta deficiencia el Ecuador debe empezar a buscar nuevas herramientas competitivas para salir adelante en lugar de quedarnos de brazos cruzados lamentándonos del hecho de que otros países son más competitivos que nosotros. La propuesta de COMUSO S.A. si bien no es la solución para todos los problemas de competitividad que tiene el Ecuador, si es una propuesta innovadora que contribuye con un granito de arena al engrandecimiento del País.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

1.6. Análisis del Entorno Nacional

En el Ecuador existen muchas empresas grandes, medianas y pequeñas dedicadas al desarrollo de software, así como también profesionales independientes. Entre los software desarrollados constan aplicaciones para contabilidad, de recursos humanos, bancarios, de facturación, de inventarios, etc. que lo desarrollan empresas tales como: SINFO-Q, CARRASCO & ASOCIADOS, MACOSA, MULTISOFT, entre otras. Es importante mencionar que existen empresas que ya han exportado software, como es el caso de COBIS de la empresa MACOSA que ya está instalado en algunas instituciones bancarias de Latinoamérica.

Como podemos observar, estas empresas desarrolladoras de software están orientadas principalmente a las aplicaciones administrativas, financieras y contables, cuyo mercado está saturado.

Podemos mencionar también que en los últimos años, en el Ecuador se ha presentado una industria de servicios basados en Internet como por ejemplo portales: www.estaentodo.com; servicios bancarios: www.bancoguayaquil.com; entretenimiento: www.ecuadormedia.com; información: www.eluniverso.com entre otros. En un muestreo de la revista Guía net publicada en el año 2002 encontramos alrededor de 300 sitios ecuatorianos que prestan diversos servicios como informativos, consulta, correo electrónico gratuito, etc, lo que significa que en nuestro país ya se está explotando los negocios y servicios a través del Internet.

Tanto en el Ecuador, como en América Latina existen actividades comunes: reuniones sociales de cualquier tipo, fiestas, conferencias, etc. en donde los organizadores buscan siempre el mayor éxito de las mismas. Algo que es importante mencionar es que generalmente, cuando una persona o empresa busca realizar algún evento, ya sea pequeño o grande invierte mucho tiempo en planificar, organizar, buscar y recolectar todo lo necesario para llevar a cabo el mismo. Por otro lado, encontramos muchos locales de negocios dedicados a proveer algún servicio y/o producto relacionado a éstas actividades tales como el buffet, salones, catering, etc, pero que por falta de publicidad no han llegado a más clientes.

Nuestro producto integra software y servicio basado en Internet con el objetivo de proveer información y varias herramientas útiles para la organización y planificación de eventos al mismo tiempo que ofrecemos publicidad a los proveedores de todo tipo de productos y/o servicios a través de la información que damos a los usuarios del software, información que puede ser actualizada periódicamente a través de Internet por el mismo usuario.

2. ANALISIS DEL MERCADO

2.1. Análisis del Producto

E-fiesta es un software de fácil utilización, el cual le permitirá a los usuarios planificar cualquier tipo de reunión social.

Llámesse cualquier tipo de reunión social a aquellos eventos que celebran algún suceso o se hacen simplemente para distraerse o divertirse, como por ejemplo Cumpleaños, Quinceañeras, Graduaciones, Bodas, Baby Shower, Aniversarios varios (bodas, de trabajo, institucional), Navidad, Fin de año, conferencias, talleres, seminarios, etc.

El software ayudará a desarrollar de manera ordenada y centralizada las siguientes tareas o actividades:

- Administrar y controlar el presupuesto.
- Organizar, mantener y seleccionar lista de invitados.
- Organizar las tareas y actividades del evento a realizarse.
- Seleccionar los productos o servicios necesarios para el evento.
- Consultar consejos útiles para todo tipo de evento.
- Almacenar información del evento realizado para consultas futuras.



Se contará además de un sitio Web que tiene por objetivo:

- Promocionar el E-Fiesta.
- Descarga gratis del E-Fiesta y actualizaciones.
- Lista de clientes (nombre de empresas o logotipos)
- Publicidad a través de banners
- Recepción de comentarios y sugerencias.
- Recepción de solicitudes para publicidad de nuevos clientes.
- Enlaces a sitios Web para enviar invitaciones virtuales.
- Enlaces a sitios Web dedicados a mostrar sugerencias y consejos para fiestas.
- Registro de usuarios del E-fiesta.

No pretendemos realizar compras o ventas en línea, ni reservaciones a través de este sitio Web.

Los clientes – proveedores actualizarán sus productos y precios por medio de un archivo con formato preestablecido por nosotros, que nos enviarán vía e-mail para subir la información en un archivo ejecutable a nuestro sitio Web, el cual será el archivo que se descargará el usuario para actualizar la información en el software.

Cada usuario del E-Fiesta, se deberá registrar en nuestro sitio Web la primera vez que instale el software. Aquellos usuarios que tengan e-mail serán informados por este medio cuando estén disponibles nuevos archivos de actualización.

2.2. Análisis FODA

2.2.1 Fortalezas

- Personal altamente capacitado e innovador tanto en el área de tecnología como en el área Financiera – Administrativa.
- Se posee un producto diferente a los existentes actualmente en el mercado, el cual es muy innovador y de gran utilidad para los usuarios.

2.2.2 Oportunidades

- Tendencia creciente del desarrollo de negocios en la tecnología de la información.
- El estilo de vida acelerado de las personas, nos brinda la oportunidad de ofrecerles productos de alta aplicabilidad ahorrando tiempo en sus actividades cotidianas.



2.2.3 Debilidades

- No se posee fuentes de financiamiento claras, lo cual podría dificultar la realización del proyecto.
- Si bien los mentalizadores del proyecto somos profesionales bien capacitados, ninguno cuenta con experiencia en dirección de negocios, ya que siempre hemos trabajado en relación de dependencia.

2.2.4 Amenazas

- Las barreras de entrada son débiles por lo que fácilmente podríamos encontrar competidores al poco tiempo de lanzar nuestro producto al mercado.
- La inestabilidad política – financiera del País siempre se va a presentar como una amenaza latente para cualquier negocio que se quiera implementar

2.3. Ventaja Diferencial

Ofrecemos una manera diferente de hacer publicidad; por lo general si una empresa desea sacar un catálogo de sus productos con sus precios, ¿Cómo lo podría hacer?, para ello existen varias respuestas: imprimir su propio catálogo y repartirlo a todos sus clientes, sacar en algún diario local o crear su propia página Web. Ante esta situación nuestra empresa ofrece la publicidad a través de banners en nuestro sitio Web y lo más importante aún, el mantenimiento y actualización de información en nuestro software.

Esta nueva forma de hacer publicidad aún no ha sido explotada en nuestro medio; ofrecemos publicidad a través de un software, "E-Fiesta", el mismo que almacena en una base de datos actualizable todos los productos/servicios y precios que se necesitan para el evento a organizar, pudiendo así el usuario escoger y conocer los productos que promocionan los proveedores (nuestros clientes).

Nuestros clientes al promocionarse en el E-Fiesta, cuentan con un mercado selecto, pues tienen la oportunidad de poder llegar directamente a las personas que están organizando eventos y que están interesadas en productos como los que ellos ofrecen. Actualmente

los proveedores de productos para eventos o fiestas no cuentan con una herramienta que les permita obtener los mismos resultados que nosotros les ofrecemos.

Para garantizar el éxito de nuestro negocio debemos desarrollar prioridades competitivas, de acuerdo a los factores competitivos que nos diferencian de la competencia. COMUSO S.A. basa sus ventajas diferenciales en dos factores que son tiempo y tecnología, los cuales los detallamos a continuación.

Tiempo.- Quizás esta es nuestra principal ventaja competitiva ya que nuestro producto satisface la necesidad de tiempo que tienen muchas personas que se encuentran absorbidas por su trabajo u otras actividades varias. Nuestro producto permite a los usuarios organizar toda clase de eventos de tipo social de una manera efectiva y en el menor tiempo posible.

Tecnología.- esta es otra ventaja diferencial ya que utilizamos la tecnología de la información como aliada en el desarrollo y funcionamiento de nuestro producto, volviéndose de esta manera en un software muy fácil de usar y de alta aplicabilidad.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

2.4. Segmentación del Mercado

La segmentación nos proporciona la oportunidad de entender mejor un mercado, de expandirlo, de conocer mejor el comportamiento del consumidor y buscar nichos y oportunidades; satisface mejor las necesidades y deseos específicos de consumidores particulares, por ejemplo no es lo mismo vender a una mujer que a un hombre.

Los hallazgos del estudio permiten a una empresa enfocar adecuadamente una estrategia de mercadeo y posicionamiento. También puede escoger cuáles son los segmentos más rentables ya sea por su tamaño, por la intensidad de su demanda, o porque el producto puede satisfacer mejor sus necesidades que las de otros segmentos. La información que se obtiene se convierte en un insumo fundamental para el diseño de productos y servicios y la definición de estrategias comerciales.

Para realizar la segmentación de nuestro software E-Fiesta, Es importante primero diferenciar entre nuestros clientes y usuarios:

Nuestros clientes son todas aquellas empresas y/o negocios que se dedican a la venta o alquiler de productos y/o servicios relacionados con fiestas, reuniones sociales, conferencias, etc. Como por ejemplo entre nuestros potenciales clientes estarían locales de alquiler de salones, de ventas de artículos para fiestas infantiles, comidas, bebidas, payasos, DJ's, fotógrafos, filmadores, maestros de ceremonias, etc., a los cuales nosotros vendemos publicidad en el sitio Web y mantenemos información de sus diversos productos o servicios en nuestro software.

Nosotros apuntamos básicamente a dos tipos de usuarios:

Las personas comunes a las cuales les agrada realizar fiestas o reuniones sociales de forma frecuente y no tan frecuente. Así podemos aprovechar aquellas fiestas que son tradicionales tales como matrimonios, quinceañeras, graduaciones, etc., con el fin de ayudar a satisfacer sus necesidades al momento de planificar y de buscar los diferentes artículos que necesitan para su reunión. De ésta manera ayudamos en dos aspectos: la planificación, organización y control de todo lo concerniente a la fiesta; por otro lado proveemos la información necesaria de las cosas que se deseen comprar y del precio de las mismas, para poder tener un presupuesto aproximado del valor total que implicará la organización de la reunión evitando que el usuario invierta gran cantidad de tiempo buscando por toda la ciudad ésta información.

Los locales o negocios dedicados a la organización de los eventos para personas particulares y/o empresas. Estos negocios no siempre tienen todo lo necesario para sus actividades y por lo tanto requieren información que nuestro software les puede proveer, además de que también les puede ayudar a organizar el evento y llevar su control.

Con los clientes realizamos una segmentación socioeconómica, es decir, agrupamos a las empresas de acuerdo a sus condiciones económicas y estratos sociales hacia donde dirigen sus productos, esto es muy importante debido a que los usuarios de nuestro software tienen un perfil de una posición media alta, en primer lugar porque para

utilizar nuestro software necesitan de un computador y tener acceso al internet, y en nuestro País las clases sociales bajas no tienen acceso a este servicio

En la segmentación de los Usuarios utilizamos las variables demográficas y sicográficas, debido a que nos dirigimos al sexo femenino que se sientan a gusto utilizando herramientas como el internet.

2.5. Tamaño del Mercado

Al haber determinado los clientes y los usuarios, ahora procedemos a determinar el tamaño de nuestro mercado potencial para cada uno de los dos. En el caso de los clientes contamos con una base de datos de 213 empresas que ofrecen productos y servicios que pueden ser comercializados mediante nuestro software.



Al realizar una encuesta a 20 de nuestros potenciales clientes, encontramos que el 55% de ellos están dispuestos a utilizar el internet como medio publicitario, y que el 85% piensa que el e-fiesta sería una herramienta importante para publicitar sus productos.

El dato del 85% lo vamos a obviar, debido a que puede estar sesgado, así que preferimos calcular el 55% de 213, con lo que obtenemos a 117 clientes que están dispuestos a utilizar el internet como medio publicitario, aún así consideramos que esta es una cifra alta para empezar por lo que para el primer año de servicios, esperamos llegar a 65 clientes promedio; para obtener mayor detalle se puede revisar el anexo de presupuesto de ingresos.

En el caso de los usuarios fue un poco difícil determinar el tamaño de la muestra, y para su mejor aproximación recurrimos a datos proporcionados por el INEC. (www.inec.gov.ec) y por la Súper Intendencia de Telecomunicaciones (www.supertel.gov.ec). El proyecto en su inicio se comercializará únicamente en la ciudad de guayaquil y partimos del supuesto que la mayor cantidad de usuarios son mujeres ya que por lo común son ellas las que se encargan de la organización de las

fiestas y eventos en los hogares, esto es debido a que ellas poseen un muy buen gusto y mucha paciencia para visitar diversos lugares.

Según información proporcionada por el INEC, en el censo poblacional realizado en el 2001, en Guayaquil el 51% de los habitantes son mujeres, pero para llegar a un tamaño de mercado más ajustado a la realidad se recurre a la información que proporciona la Súper Intendencia de telecomunicaciones. La cual nos indica que existen 102.350 usuarios a título personal y 4.787 planes corporativos, ambos datos al nivel nacional, por lo que para determinar que porcentaje corresponde a guayaquil nos basamos en los 268 cybers que existen en esta ciudad dentro de un universo de 991 a nivel nacional y así obtenemos que Guayaquil tiene una participación del 27% por lo que para obtener el número de usuarios en Guayaquil multiplicamos los 102.350 usuarios a nivel nacional por el 27% que corresponde a la participación de Guayaquil y así obtenemos 27.634 usuarios de los cuales debemos desagregar hombre de mujeres, por lo que nos basamos en el porcentaje proporcionado por el INEC que indica que las mujeres tienen una participación del 51% obteniendo así un mercado potencial de 14.093 usuarios.

2.6. Plan de Mercadeo

2.6.1. Estrategia de Producto

Nuestro producto está enfocado principalmente a proveer una herramienta que ayudará paso a paso en los diversos aspectos que se deben de llevar a cabo para la planificación, organización y realización de algún evento o conferencia así como a proveer una base de datos de locales proveedores de servicios y/o productos necesarios para la realización de eventos, datos que serán actualizados periódicamente. Todo esto con la finalidad de que el usuario de nuestro software pueda por si mismo ser el verdadero organizador de su evento, mientras que nuestros clientes, promocionan sus productos y/o servicios a nuestros usuarios. Con esto logramos tres cosas: primero que nuestros usuarios disminuyan el tiempo de búsqueda y cotización de las cosas que necesitan, segundo que los usuarios sean los mismos organizadores de su evento y tercero que nuestros clientes amplíen su número de clientes.

En la actualidad los negocios relacionados con la tecnología y el uso del internet están en crecimiento y existe muy poca competencia, sin embargo existen paginas webs que brindan información relacionada con lo que nosotros ofrecemos pero con algunas diferencias, por ejemplo nosotros brindamos mucha más información que otros portales inclusive se puede encontrar precios y paquetes promocionales, mientras que el resto solo muestra un directorio con direcciones y teléfonos, otro punto importante es que en nuestro software los usuarios pueden encontrar información para diversos tipos de eventos a diferencia de otros portales donde la información es más restringida por ejemplo: sólo bodas. Y por último si bien para la implementación de nuestro producto se necesita el Internet, su uso es mínimo ya que solo se lo usa para descargar el programa y para actualizarlo.

Nuestra estrategia de producto para poder generar rentabilidad a los inversionistas, consiste en que nuestros clientes puedan realizar su publicidad mediante nuestro software, y para esto ponemos a disposición tres medios para efectuarlo.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

Información de Productos:

Esta a su vez puede ser de tres clases, dependiendo del número de productos que quieran publicitar, y estas pueden ser: de hasta 50 productos, de 51 a 100 productos, y mayores a 100 productos; entendiendo que a mayor número de productos mayor será el precio.

Información de Servicios:

Es una forma de publicitar innovadora a manera de mini reportaje, el cual narrará las características de la empresa, detallando sus servicios y explicando sus objetivos.

Banners:

Estos banners son creados a gusto del cliente y pueden ser de dos tamaños: 468x60px y un botón de 120x60px. Estos banners le brindan la posibilidad a nuestros clientes de posicionarse en la mente de los usuarios, creando lealtad de sus productos y por ende mejorar sus ventas.

2.6.2. Estrategia de Precios

Como nuestro producto es nuevo en el mercado, hemos fijado un precio en relación a servicios parecidos que se ofrecen en el mercado los cuales los mostramos en el siguiente cuadro:

Empresa	Servicio	Precio Mensual
El Universo	Anuncio Pequeño	100,80
	Anuncio Mediano	400,00
Estaentodo.com	Banner 120x60	400,00
	Banner 468x60	550,00

Nuestra estrategia en empezar con un precio bajo para captar mercado y posteriormente se los iría incrementado poco a poco. En el siguiente cuadro se muestran los precios mensuales con los que empezaríamos nuestras actividades; en mayor detalle se analizan estos precios en el anexo de Presupuesto de Ingresos.

PRODUCTO	PRECIO MENSUAL
Información hasta 50 Productos	100,00
Información de 51 a 100 Productos	300,00
Información mayores de 100 Productos	600,00
Información de servicios	200,00
Publicidad Sitio Web 120*60	300,00
Publicidad Sitio Web 468*60	450,00

2.6.3. Estrategia de Ventas

COMUSO S.A. necesita contar con una fuerza de ventas la cual en un principio estaría conformada por un jefe de ventas y dos vendedores a su cargo, los cuales estarían encargados de visitar a los clientes potenciales y realizar toda la gestión de comercialización; entre las estrategias que se pueden utilizar para llegar a los clientes encontramos las siguientes:

- Por medio de un aviso en los diarios locales con la finalidad de promocionar un poco nuestro servicio e invitándolos a charlas en las que profundizaremos sobre las bondades del mismo.
- Por teléfono, solicitando entrevistas con los dueños de locales que están dentro de nuestro mercado, para luego visitarlos y dar a conocer nuestra propuesta.
- Por correo electrónico, invitando a los dueños de locales a conocer nuestro producto.
- Por medio de la página Web, donde mostraremos nuestro concepto de negocio para aquellos que tengan acceso a Internet.

2.6.4. Estrategia de Promoción

Para darnos a conocer al público, nuestra estrategia de promoción es la siguiente:

- Realizar comerciales en televisión en algún canal con sintonía nacional.
- Publicidad en diarios de circulación nacional.
- Nos promocionaremos en revistas como Vistazo y Hogar.
- Banners de nuestro software y Web Site en sitios como www.eluniverso.com o www.estaentodo.com.
- Intercambio de banners con sitios Web nacionales.
- A través de e-mails publicitarios.

Con esto, pensamos darnos a conocer a personas para que sean nuestros usuarios y a proveedores de productos/servicios para que se convierten en nuestros clientes.

2.6.5. Estrategia de Posicionamiento

Nuestra estrategia de posicionamiento se la realizará individualmente por producto y no como empresa, en nuestro caso posicionaremos el software E-Fiesta y nuestro objetivo es que en la mente de los usuarios identifiquen al E-Fiesta como un software tecnológico que les ahorra gran cantidad de tiempo al momento de organizar un evento social y por otro lado queremos que los clientes piensen en nosotros como una alternativa innovadora de publicitar sus productos.

Para lograr el posicionamiento de mercado se necesita una gran campaña publicitaria en la cual al nombre del producto E-Fiesta lo reforzaremos destacando las cualidades de Tecnología de calidad y ahorro de tiempo para esto utilizaremos el siguiente slogan:

“E-Fiesta, porque su tiempo es valioso”.



Sin embargo, la penetración en el mercado requiere de una fuerte inversión inicial en publicidad para poder darnos a conocer a los usuarios y poder lograr su aceptación. Por lo que esto podría presentarse como una amenaza ya que un competidor que no ofrezca tantos servicios como nosotros pero que cuente con los medios para realizar una agresiva campaña de publicidad podría quitarnos participación en el mercado y hay que tener en cuenta que para nosotros es muy importante tener una gran cantidad de usuarios ya que si bien estos no nos representan ingresos monetarios directos, si lo hacen indirectamente ya que a mayor número de usuarios, mayor será la demanda de nuestros clientes por presentar información en nuestro software.

2.6.6. Estrategia de Distribución

Nuestra estrategia para llegar a nuestro mercado es proveer la facilidad al usuario de obtener nuestro software de manera gratuita, a diferencia de los softwares tradicionales que tienen un costo elevado. De ésta manera el software podrá estar al alcance de todas las personas que deseen utilizarlo y acceder a la información que nuestros clientes proveedores han colocado, para que así el usuario pueda usar tanto el software como la

información de los proveedores a los cuales podrá comprar o no, dependiendo de sus gustos, evitando la tarea de salir a buscar lugares y productos para luego compararlos.

Para usuarios del software tenemos los siguientes canales de distribución:

- El más importante será nuestra página Web, a través de la cual nos promocionaremos como empresa y a su vez tendremos el E-Fiesta, junto con las debidas actualizaciones de precios para ser descargados en forma gratuita.
- Un medio muy efectivo es la contratación de la empresa Moviliza (Gestión de Mercadeo Directo), quienes se encargan de distribuir publicidad, documentación, etc. Y cuentan con bases de datos de las principales ciudades del país permitiéndonos llegar de manera masiva a nuestros usuarios. El costo de este servicio es de \$0,07 por carta con un máximo posible de 4.999 cartas en la base de datos.
- Otra forma de distribuir el software es vía email, para esto se puede contratar los servicios de Estaentodo.com quienes cuentan con una base de datos de 80.000 usuarios y cobran \$0,06 por cada email.
- Adicionalmente a estos dos canales de distribución esperamos que nuestros propios usuarios nos ayuden con la distribución del software, por medio de la recomendación del producto a familiares y amigos.



2.6.7. Políticas de Servicios

el servicio al cliente siempre va a ser un factor fundamental para todas las empresas que se encuentran dentro de un mercado competitivo, ya que los clientes se encuentran frente a una gran cantidad de productos y servicios muy parecidos y de la misma calidad, por lo que basarán su decisión de compra en donde se sientan mejor atendidos.

Para COMUSO S.A. encontramos una situación especial ya que tenemos usuarios y clientes, en el caso de los usuarios no existiría una comunicación interpersonal, ya que

todo se lo haría a través de la pagina web y del software, por lo que es muy importante el fácil y cómodo manejo de ambos y así lograr que los usuarios se sientan a gusto interactuando con estos.

En el caso de los clientes si existe una comunicación persona a persona por lo que es muy importante que todos los que en algún momento conformemos COMUSO S.A. tengamos siempre presentes las siguientes políticas de servicio:

- Presentación y aseo, esto es muy importante ya que constituye la primera impresión de las personas y en este caso de nuestra empresa.
- Preparación, las personas que laboren tanto en la fuerza de ventas como en el área administrativa deberán como mínimo ser estudiantes universitarios.
- Cada persona que atienda una consulta de algún cliente, será responsable de la misma hasta que se encuentre la mejor solución posible, aún cuando esta solución no corresponda a su departamento de trabajo.

Estas políticas han sido creadas con el fin de que colaboren con el posicionamiento de los productos de la empresa, ya que si uno de los objetivos es que el software E-Fiesta se posicione como un producto de calidad y de alta tecnología debemos contar con personal calificado, cuya gestión con los clientes proyecten la imagen que deseamos posicionar en la mente de las personas.

2.6.8. Plan de Contingencia

En vista de que cada día aumentan los negocios basados en servicio en Internet consideramos, que en el futuro podemos tener competencia en aquellos portales que se creen con la ideología de prestar el servicio que nosotros estamos proponiendo por medio de nuestro software.

Por lo que es necesario innovar constantemente y siempre tener un plan de contingencia en caso de que las cosas no resulten cual lo planeado.

Una opción Para COMUSO S.A. es la de presentar nuevos productos que satisfagan diferentes necesidades de los usuarios, como por ejemplo un directorio web de doctores

en los cuales se pueda realizar las citas para las consultas. De esta manera esta manera se estaría disminuyendo el riesgo de fracaso de la empresa por medio de la diversificación.

Otra opción es la de brindar asesoría tecnológica a empresas y utilizar nuestro software para beneficio de una sola empresa, por ejemplo podríamos trabajar con algún Hotel que este interesado en tercerizar esta clase de servicios.

3. ANÁLISIS TECNICO

3.1. Análisis del Producto.

3.1.1. Bases Científicas y tecnológicas

Actualmente en el país existen software transaccionales de tipo bancario, facturación, contables, recursos humanos; pero E-Fiesta tiene la característica particular de ser innovador y único en el mercado ofreciendo al usuario un producto con herramientas útiles para la planificación de eventos sociales, con publicidad de productos y servicios necesarios.

Considerando que existen herramientas como excel, lotus notes, word; con E-Fiesta se integra la funcionalidad de estas herramientas y además la facilidad para encontrar productos o servicios para eventos sociales. Para implementar de acuerdo a lo establecido se optó por utilizar las siguientes herramientas de tecnología.

- Visual C++ 6 (MFC, Controles Active X, DAO)
- Microsoft Access
- Microsoft Windows
- HTML
- HtmlHelpWorkShop
- TrueUpdate
- Skin Magic Builder
- Seagate Crystal Reports 8.0



Visual C++ 6 (MFC, Controles Active X, DAO)

Microsoft Visual C++ es una herramienta de programación gráfica en el que se combinan el lenguaje C++ que es orientado a objetos y el sistema de desarrollo para aplicaciones gráficas para Windows.

Visual C++ incluye, además de varias herramientas que lo convierten en un generador de programas C++, un conjunto completo de clases (Microsoft Foundation Class, MFC).

Seleccionamos esta herramienta de desarrollo por las siguientes razones:

- Su alto grado de portabilidad, para cualquier tipo de Sistema operativo Windows, Win98, 2k, Me, NT. Los programas basados en MFC serán capaces de ser portados a las versiones nuevas de Windows.
- Con el manejo de las MFC, facilita la programación en Windows, por su código reusable.
- Las MFC también simplifica la programación de Windows en la organización de la Interfaz de Programación de Aplicación de Windows (API)

Microsoft Access

Es una herramienta que permite la administración de datos a través de creación y mantenimiento de tablas, índices, claves primarias y foráneas, hasta la creación de consultas y reportes. Los datos son almacenados en un archivo con extensión “mdb”.

Seleccionamos esta herramienta de desarrollo por las siguientes razones:

- Es una base diseñada para ser usada en computadores personales.
- Permite manejar la seguridad de los datos.

HTML

HTML (Hypertext Markup Language) es un conjunto de símbolos de marcas o códigos insertados en un archivo para mostrarse en una página de un Web browser. Estas marcas

le dicen al Web browser como mostrar las imágenes y palabras en la página Web para el usuario.

El módulo Álbum de Fotos genera varias páginas Web, cuya plantilla fue elaborada en HTML y por programación, se generan varias páginas, una por foto que unidas en un solo archivo forman el “álbum de fotos” del evento deseado.

HtmlHelpWorkShop

HTML Workshop es una herramienta de software, desarrollada y distribuida por Microsoft para la elaboración de sistemas de ayuda. Desde Windows 98, HTML Help es el sistema de ayuda estándar para aplicaciones.

Aunque HTML Help está diseñado para proveer sistemas de ayuda para aplicaciones Windows, también pueden usarse para realizar sistemas de documentación en formato HTML para propósitos generales.

Esta herramienta es utilizada para la elaboración de los Tips de Eventos y para el manual de usuario

TrueUpdate

True Update, de la empresa IndigoRose es un Sistema de Actualización Dinámico de Software, el cual ofrece una solución para aquellos desarrolladores que desean integrar capacidades de actualización en sus productos de software. Provee un sofisticado framework para determinar los requerimientos de actualización, los cuales capturan y aplican el parche necesario o instalan los archivos necesarios vía Internet, intranet o red LAN.

Entre las principales características de True Update están:

- Descarga de archivos vía FTP o http
- Compresión y extracción de archivos.
- Copia, borra, renombra y mueve archivos.

- Edición del registro.
- Creación y destrucción de procesos
- Soporte para envío de mails.
- Subida de archivos vía FTP.
- Interacción con formularios CGI GET/POST del Web.
- Estructuras de control y manejo de errores.

E-Fiesta realiza una actualización por medio de Internet de la información de la base de datos. True Update simplifica el proceso de la actualización al conectarse con el servidor y realiza el proceso de manera automática.

Skin Magic Builder

AppSpeed es la empresa creadora de la herramienta que hemos usado en E-Fiesta para darle al software una apariencia no común, una apariencia que impacte. SkinMagic Builder es un software que permite fácilmente crear un skin a partir de gráficos y la designación de estos en cada control.

SkinMagicBuilder genera un archivo *.smf que junto con el uso de la librería SkinMagic y unas pocas líneas de código en E-Fiesta permite que este luzca diferente.

E-Fiesta necesitaba tener una apariencia agradable a sus usuarios finales, y definitivamente SkinMagic se la da. Una razón mas para el uso de esta herramienta es la facilidad con que permite incorporar el skin al software que se esta desarrollando, pues no es necesario escribir gran cantidad de líneas de código para darle la apariencia que el software necesita, basta con escribir cinco líneas de código y hacer la respectiva incorporación y referencias a la librería del SkinMagic.

3.1.2 Proceso Tecnológico

Los pasos a seguir en la elaboración de un software, son los siguientes.

- Análisis
- Diseño
- Implementación
- Pruebas
- Salida a Producción
- Mantenimiento



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

E-fiesta ha pasado por dichos pasos, a continuación los detalles:

Análisis

Luego de encontrar la necesidad que se presenta al momento de la planificación de eventos sociales, se inicia el proceso de análisis donde se identifican las actividades o situaciones que se presentan previas, durante y después de la realización de un evento social.

Se identifican situaciones como:

- Cuánto dinero se posee para realizar el evento y cómo va ser distribuido.
- Cómo organizar las tareas a realizar, quiénes son las personas responsables
- Quiénes serán los invitados y cómo realizar las invitaciones.
- Cómo administrar el presupuesto
- Cómo obtengo consejos para la organización de eventos
- Cómo saber información de productos y servicios necesarios para mi evento, quién vende, dónde acudir.
- Cómo mantener actualizada la información de productos, servicios, precios y proveedores.
- Cómo tener mis fotos en mi computador

Diseño

Para realizar el diseño se ha pensado en la mejor manera de automatizar las situaciones descritas en el punto anterior, para esto fue necesario la creación de módulos en el E-fiesta que facilitará la mejor funcionalidad y operatividad del mismo.

Los módulos diseñados son:

- Evento
- Administración y Control de Presupuesto
- Agenda de Eventos
- Mall Virtual
- Album de fotos
- Administración de Contactos
- Lista de Invitados
- Tips de Eventos

Implementación

Básicamente la implementación consiste en utilizar las herramientas de desarrollo y crear cada uno de los módulos mencionados anteriormente, considerando el flujo de información, funcionalidad y facilidad para el usuario.

Pruebas

Para tener una mejor apreciación del usuario, se establece un plan de pruebas, con usuarios pilotos, a fin de detectar los posibles errores que posea el E-Fiesta y corregirlos previo a su salida a producción.

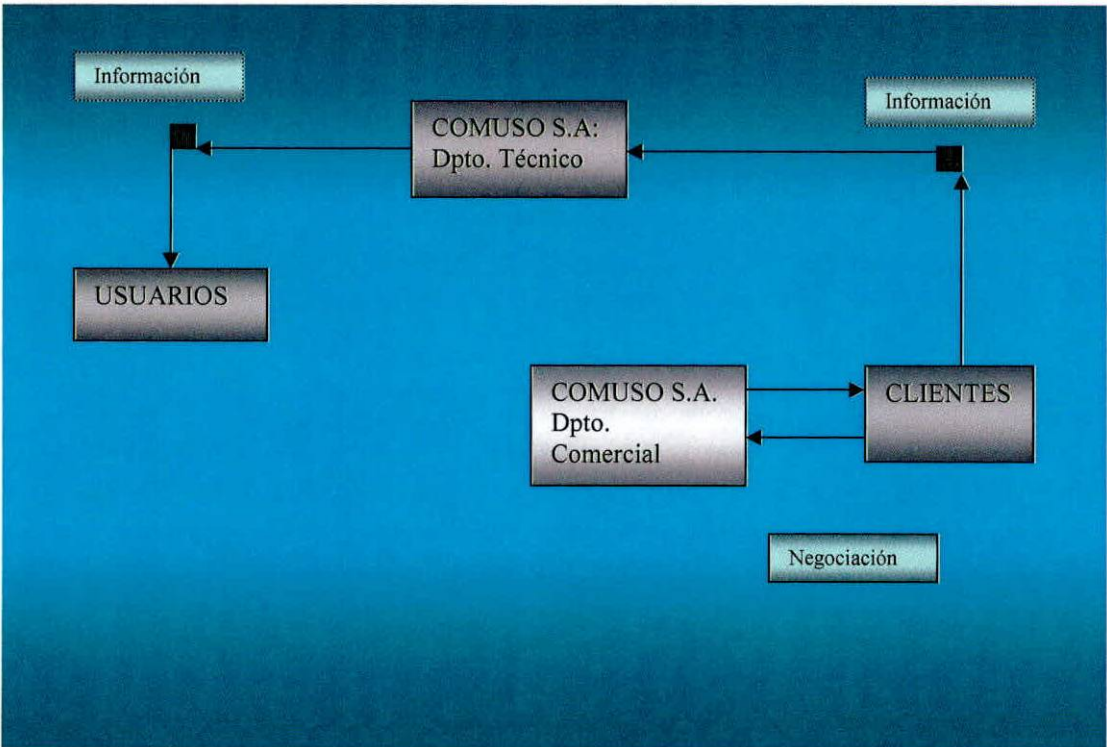
Salida a Producción

Una vez detectado y corregido los errores del E-Fiesta, se establecen los mecanismos a seguir para la salida a producción, la cual consistirá en dar a conocer del producto en nuestro mercado. Por medio de publicidad televisiva, periódicos, Internet; se promociona a la vez el E-fiesta y su sitio web.

Mantenimiento

Se establecen mecanismos para el mantenimiento del producto, el cual consiste de sugerencias a recibir por medio del Sitio Web, la retroalimentación de los usuarios también es importante, sugerencias de los proveedores. Con todas las observaciones acatadas, se realizan mejoras al producto y de ser posible se elabora el plan de desarrollo de la siguiente versión del E-Fiesta.

3.1.3. Diagrama de Flujo



3.2. Facilidades

3.2.1. Ubicación Geográfica Exacta

En un principio nuestras actividades se realizarán únicamente en la ciudad de Guayaquil, por lo que solo será necesario empezar con una oficina en esta ciudad. COMUSO S.A. estará situada en el condominio ROCA, primer piso alto, oficina #3. el cual se encuentra localizado en la ciudadela la Garzota, Av. Guillermo Pareja Rolando,

número 26 e intersección con la Av. Miguel Jijón Terán. Esta oficina tiene un precio de alquiler de \$300,00 y adicionalmente se deberá cancelar alícuotas mensuales de \$50,00

En la oficina anteriormente mencionada funcionarán todos los departamentos de la empresa, tanto área comercial, el departamento técnico y los correspondientes a back – office. Por lo tanto no serán necesarias otras instalaciones ya que todas pueden funcionar en la oficina de la Garzota.

3.2.2. Facilidad de Servicios Básicos

La oficina cuenta con todos los servicios básicos como son: agua, luz y teléfono; los cuales son servicios que necesita toda compañía para funcionar. Una ventaja es que el edificio fue construido en el año 2002, por lo que todas sus instalaciones son nuevas y modernas.

Adicionalmente se cuenta con dos baterías sanitarias las cuales son suficientes para satisfacer las necesidades de nuestro personal; sin embargo, no cuenta con una cafetería.

3.2.3. Facilidad de Transporte

Nuestra empresa pertenece al sector de la economía de la información por lo que no tiene la necesidad de transportar sus productos, ya que estos son intangibles y el único medio de transporte que utiliza es el Internet.

En términos generales la oficina se encuentra en un sector comercial donde existe facilidad de transporte tanto privado como público, lo cual facilita su fácil acceso tanto a clientes como a nuestros empleados; evitándonos así el gasto de tener que contratar un expreso para el personal.

3.2.4. Legislación Local

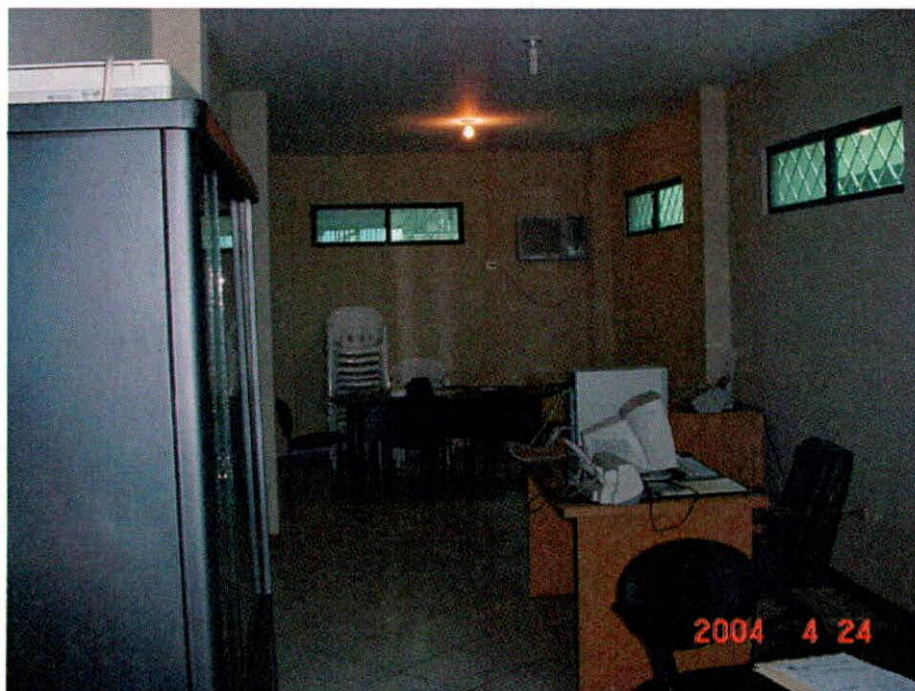
Como nuestra empresa no es dueña del inmueble, no tendrá mayor inconveniente con la legislación local, ya que de esos trámites se encargará la compañía dueña del bien, es decir, nosotros no estamos obligados a pagar impuestos prediales, sin embargo, si

estamos obligados a cancelar al Municipio de Guayaquil las patentes municipales y un impuesto sobre los activos totales; de los cuales se hablará en detalle cuando se realice el análisis legal.

3.2.5. Área Requerida.

Para realizar nuestras operaciones requeriremos de una oficina pequeña, que cuente con un área de unos 90 mts². Básicamente se requerirá de un área para la recepción, el departamento comercial, el departamento técnico y el departamento Financiero – Administrativo.

Para que el área de la oficina satisfaga todas nuestras necesidades de espacio, se adquirirán modulares de fácil instalación, los cuales poseen la ventaja de aprovechar al máximo el espacio. A continuación presentamos una foto digital de la oficina en la que posiblemente se realizarán nuestras operaciones; lastimosamente en la foto sólo se puede apreciar una parte de la oficina, sin embargo, es suficiente para que el lector pueda recrearla en su mente.



3.3. Equipos y Maquinarias

Los requerimientos mínimos de un computador por cada programador son:

- Pentium IV
- 512 Mb de memoria RAM.
- 100 Mb de espacio libre en disco duro.
- Tarjeta de fax-modem.
- Conexión a Internet



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

Inicialmente no necesitamos de ningún servidor puesto que desde cualquier PC se podría realizar cualquier trabajo, inclusive la carga de los archivos de actualización de información hacia el Sitio Web.

Para el resto de personal que laboren en la empresa, incluyendo secretaria si es necesario un computador; considerando que la empresa recién se inicia y parte desde cero, sería todo nuevo, por lo que las características de un computador de trabajo serían las que actualmente dispone el mercado.

Se necesita además de aire acondicionado para toda la empresa con la finalidad de mantener al ambiente fresco y los equipos de cómputo tengan su buen resguardo.

4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

4.1. El Grupo Empresarial

COMUSO S.A. nació de la alianza estratégica entre alumnos de Ingeniería de sistemas con estudiantes de Postgrado en Administración de empresas, con el fin de lanzar al mercado el software E-Fiesta, el cual fue desarrollado por un grupo de alumnos de Ingeniería de sistemas en un proyecto académico.

Esta alianza estratégica esta compuesta por tres socios los cuales tendrán participación equitativa del paquete accionario, es decir, 33.333% cada uno.

A continuación detallamos la hoja de vida de cada uno de los miembros del grupo, ya que las habilidades y experiencias de cada uno serán de gran aporte para el funcionamiento de la empresa, adicionalmente se tendrá que contratar personal para otras áreas que no sean de nuestro dominio, pero esto se lo detallará en el siguiente punto cuando de elabore la Estructura Organizacional.

PATRICIA CORONADO DOMINGUEZ



Nacida en la ciudad de Guayaquil el 14 de Febrero de 1977, culminó sus estudios en la Facultad de Ingeniería Eléctrica y Computación de la ESPOL, incorporándose en el año 2004 de Ingeniera en Computación especialización en Sistemas Tecnológicos. Entre los seminarios de mayor importancia que ha tomado constan Auditoría Informática, Administración de Procesos y Mantenimiento y administración de Servidores e Infraestructura Windows Server 2003.

Desde abril del 2000 trabaja en la Corporación Financiera Nacional, Sucursal Mayor Guayaquil, actualmente con el cargo de Profesional Senior de Informática, se desempeña como soporte técnico y operativo del Sistema Bancario COBIS, coordinación de planteamientos de soluciones de sistemas de información, mantenimiento y administración de las seguridades lógicas de los sistemas de

información. De manera personal se ha desempeñado también en consultoría informática

ERNESTO NAPOLEÓN MURRIETA FRANCO



Graduado de Ingeniería en Computación en la ESPOL en el año 2004, tiene gran experiencia como ingeniero de campo, pues, por mas de 4 años ha trabajado en los proyectos que la ESPOL ejecuta en la Península de Santa Elena, Guayas – Ecuador.

Su experiencia profesional la ha realizado en el Centro de Tecnologías de Información de la ESPOL, encargado de realizar investigación enfocada al impacto de las tecnologías de información y comunicación. Ha realizado tareas que van desde el ensamblaje de computadoras, hasta la administración de centros de computo a los cuales ha conectado a Internet mediante cableado estructurado.

Adicionalmente, se ha desenvuelto como Tutor Tecnológico en los proyectos en los que participa. En ésta actividad, ha capacitado a más de 100 profesores fiscales de la Península de Santa Elena, siendo en la actualidad uno de los 2 únicos tutores con ésta formación.

Ernesto Murrieta nace un 3 de octubre de 1976 en Guayaquil – Ecuador. Sus estudios primarios y secundarios los realizó en el Colegio Salesiano Domingo Comín. Sus estudios superiores los realizó en la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Posee conocimientos en varios ambientes que van desde lo pedagógico hasta los técnicos. Entre los conocimientos técnicos se puede mencionar: Visual C con MFC Lenguaje C/C++ (a nivel termedio), lenguaje Java (básico), Visual Basic 6, Macromedia Dreamweaver 4 - MX, Macromedia Flash 5 – MX, Adobe Premiere 5 – 6, Sistema operativo Linux (básico) y reparación, mantenimiento de computadoras.

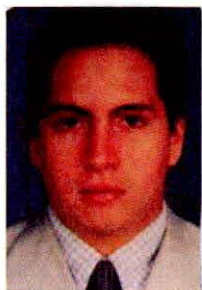
Participó en varios seminarios como:

Investigación para la Ciencia y el Desarrollo: Metodología de Investigación y Metodología de Desarrollo CICYT-ESPOL

Microsoft MFC FIEC - ESPOL

Ensamble y mantenimiento de PC's EPSILUM - ESPOL

MANUEL FERNANDO SOLANO HIDALGO



Nacido en la ciudad de Guayaquil el 19 de junio de 1977, se incorporo como bachiller físico – matemático en el colegio Jefferson en enero de 1995, posteriormente siguió estudios en economía en la Escuela Superior Politécnica del Litoral, Incorporándose como economista en agosto del año 2000. En la actualidad cursa un postgrado en Administración de Empresas en la Escuela de Postgrados de la ESPOL, el cual dios mediante lo culminará en noviembre de este año.

Trabajo en Instituciones financieras como Diners y Proinco, desempeñando el cargo de Ejecutivo de Crédito y Cobranzas, adquiriendo experiencia en manejo de cartera de clientes desde el punto de vista de riesgo financiero.

Se desempeño como Gerente de Almacén en la empresa Importadora el Rosado, adquiriendo habilidades como manejo de personal, negociación con proveedores, trabajo bajo presión, etc. En la actualidad de desempeña como Consultor Tributario, trabajando para el Estudio Jurídico Nebot & Solano, adicionalmente esta calificado como Perito Contable Financiero por el Consejo Nacional de la Judicatura.

4.2. Estructura Organizacional

Junta Directiva.- Estará conformada por los socios de COMUSO S.A. y ellos tomarán las decisiones de la empresa, como esta es una empresa pequeña no se contratará en un principio los servicios de un gerente general, más bien las decisiones las tomará la junta directiva y a su vez se dividirán las responsabilidades.

Secretaria Ejecutiva.- Persona encargada de colaborar con los miembros de la junta directiva, también estará encargada de la recepción y de servicios al cliente. Deberá tener estudios universitarios, de preferencia en administración y ser de sexo femenino.

Consultores Legales.- Los aspectos legales de la compañía serán manejados por el Estudio Jurídico Nebot & Solano Cía. Ltda. A ellos no se les pagaría un valor mensual, más bien se les pagaría por trabajos realizados, ya que en un principio los trámites legales que necesita la compañía son los de la constitución de la misma y la elaboración de contratos con nuestros clientes.

Jefe Financiero Administrativo.- Este cargo lo ocupará el Econ. Manuel Solano Hidalgo, debido a sus habilidades y experiencias laborales; las funciones de este cargo son las siguientes: administración del personal, manejo de los flujos de efectivos de la empresa, gestiones de crédito y cobranzas, supervisar las gestiones del contador, etc.



Contador.- Se reportará al Jefe financiero y será el encargado de elaborar los estados financieros de la empresa y realizar las declaraciones de impuestos. Deberá ser C. P. A. y preferentemente de sexo femenino, ya que al principio de las actividades de la empresa esta persona colaborará con la secretaria ejecutiva en sus funciones.

Jefe Comercial.- Este es el único puesto jerárquico que no será ocupado por algún miembro de la junta directiva, debido a que ninguno cuenta con la experiencia debida para encargarse del cargo, y si bien todos podemos ayudar con la gestión de ventas, consideramos que era importante contratar alguien con experiencia porque este es un puesto clave para el desarrollo de la empresa ya que la persona que ocupe este cargo tendrá la responsabilidad de comercializar nuestros servicios, para lo cual deberá reunir las siguientes características, facilidad de palabra, buenas relaciones interpersonales, contactos en el medio, estudios superiores en Marketing o afines, etc.

Ejecutivo de Ventas.- Persona encargada de realizar la gestión de ventas propiamente dicha, estará supervisado por el jefe Comercial y su trabajo se realizará en la calle la mayor parte del tiempo, tendrá una remuneración variable de acuerdo al volumen de ventas. El género sexual es indiferente y de preferencia se contratarán estudiantes universitarios con buena presencia. En un principio se ha planificado contratar dos

ejecutivos de ventas los cuales se pueden incrementar de acuerdo a como se desarrolle el negocio.

Jefe de Sistemas.- Este cargo será ocupado por el Ing. Ernesto Murrieta quien estará a cargo de las operaciones de la empresa, deberá monitorear constantemente el funcionamiento de nuestra página Web, la instalación de nuestro software, y la alimentación de información de nuestros clientes.

Jefe de Desarrollo de Producto.- Este cargo lo ocupará la Ing. Patricia Coronado debido a que ella posee una gran creatividad e innovación para desarrollar nuevos softwares que cumplan funciones que faciliten el estilo de vida de las personas.

4.3. Políticas de la Empresa

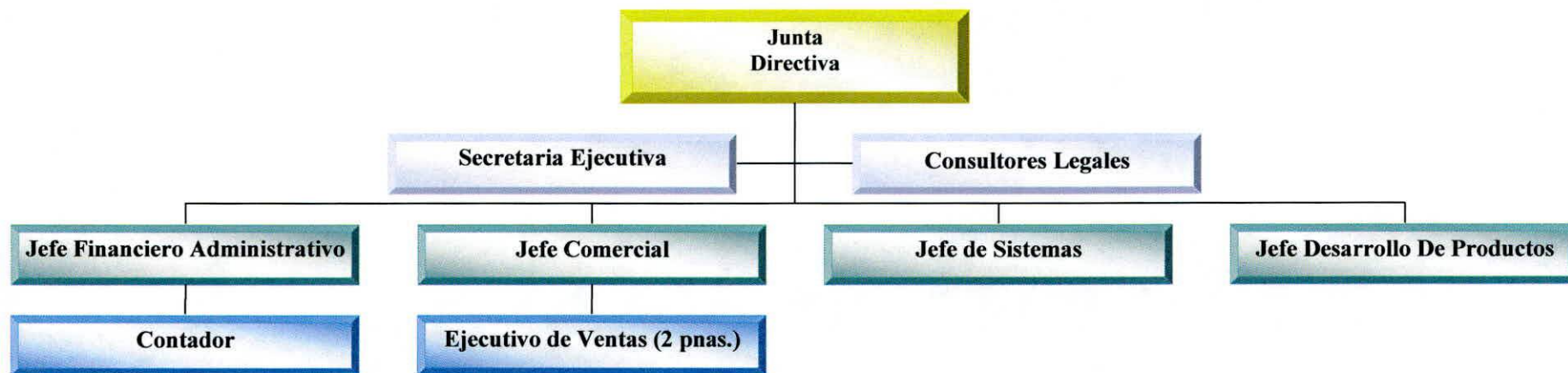
Las políticas de una empresa son muy importantes ya que marcan la forma de comportamiento de todos los miembros de la compañía, delinean la filosofía del pensamiento corporativo y forman la imagen corporativa que los usuarios y clientes perciben de una institución.

COMUSO S.A. consiente de la importancia de estas políticas, las ha elaborado en base a los valores de la empresa y con el fin de que estas respalden los objetivos de la empresa.

- El Horario de trabajo será de lunes a viernes de 09h00 a 18h00. cualquier actividad desarrollada fuera de estos horarios se la considerará como sobre tiempo. Se contará con una hora para el almuerzo la cual puede ser utilizada entre los rangos de 12h00 a 14h00.
- Se prohíbe fumar en la oficina e ingerir alimentos en los puestos de trabajo, lo único que será permitido es tomar agua, café y aguas aromáticas.
- Nadie puede utilizar las instalaciones o los equipos de la oficina para beneficio personal.
- Se le asignará a cada empleado equipo y suministros de trabajo, de los cuales el será responsable de su cuidado y buen uso.

- Presentación y aseo, esto es muy importante ya que constituye la primera impresión de las personas y en este caso de nuestra empresa.
- Preparación, las personas que laboren tanto en la fuerza de ventas como en el área administrativa deberán como mínimo ser estudiantes universitarios.
- Cada persona que atienda una consulta de algún cliente, será responsable de la misma hasta que se encuentre la mejor solución posible, aún cuando esta solución no corresponda a su departamento de trabajo.

4.4. Organigrama



5. ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL

5.1. Aspectos Legales.

En los aspectos legales tratamos todas las regulaciones a las que se encuentra sujeta la empresa, analizaremos lo correspondiente a propiedad intelectual, constitución de la compañía, tratamiento tributario de acuerdo a la actividad de la empresa y una revisión de la ley de comercio electrónico.

5.1.1. Constitución de la Compañía.

Hemos decidido constituir una compañía anónima debido a que permite un número ilimitado de socios, facilitando de esta manera la negociación de acciones, en otras palabras, La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Si bien cada socio responde únicamente por el monto de sus acciones, los socios fundadores o promotores son responsables frente a terceros, solidaria e ilimitadamente, por las obligaciones que contrajeren para constituir la compañía.

La compañía anónima puede constituirse por cualquier plazo, un año, diez años, cincuenta años, cien años, etc. Según la voluntad de los fundadores, sin embargo no es admisible que se estipule un plazo indefinido. En lo que respecta al capital, para las compañías anónimas el capital suscrito mínimo es de \$800,00 y el capital pagado debe ser como mínimo la cuarta parte del capital suscrito.

Los pasos a seguir para la constitución de una compañía anónima, son los siguientes:

- 1.- Elaboración y presentación ante la Superintendencia, para la formulación de observaciones, de la minuta de escritura pública, que contenga el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración de capital;

- 2.- Depósito en una cuenta de integración, abierta en un banco como depósito de plazo mayor, del capital en numerario que haya sido suscrito y pagado; y, cuando se aportan bienes, avalúo de los mismos;
- 3.- Afiliación a la cámara de producción que corresponda al objeto social, y autorizaciones que se requieran en los casos especiales que determine la ley;
- 4.- Otorgamiento de la escritura pública de constitución;
- 5.- Solicitud de aprobación de la constitución de la compañía, dirigida al Superintendente de Compañías, adjuntando tres copias certificadas de la escritura respectiva;
- 6.- Aprobación, mediante resolución expedida por la superintendencia;
- 7.- Protocolización de la resolución aprobatoria;
- 8.- Publicación en un diario de la localidad del extracto de la escritura y de la razón de la aprobación;
- 9.- Inscripción en el Registro Mercantil, en el registro de sociedades de la Superintendencia y en el Registro Único de Contribuyentes;
- 10.- Designación de los administradores de la compañía por la junta general, que se reunirá inmediatamente después;
- 11.- Inscripción en el Registro Mercantil del nombramiento de los administradores con la razón de la aceptación del cargo;
- 12.- Autorización de la Superintendencia para que los fondos de la cuenta de integración puedan ser retirados.

5.1.2. Implicaciones Tributarias.

Considerando lo estipulado en la Ley de Régimen Tributario Interno, nuestra compañía será considerada como un contribuyente normal, por lo que estaremos obligados a cumplir con las siguientes obligaciones tributarias:

- Impuesto a la Renta
- Retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta
- Retenciones en la fuente de IVA
- IVA.

Impuesto a la Renta: se lo realiza anualmente mediante el formulario 101, y consiste en determinar la utilidad anual de la empresa, totalizando todos los ingresos percibidos en un determinado ejercicio fiscal y restarle todos los gastos deducibles permitidos por la ley y así obtener la utilidad final, la cual sería nuestra base imponible sobre la que se calculará la tarifa del 25% y así obtener el impuesto a la renta a pagar.

Retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta: COMUSO S.A. en su calidad de contribuyente normal está considerado como agente de retención ante la ley, y tendrá que declarar estos valores mensualmente en el formulario 103, aplicando los porcentajes del uno, cinco, ocho, veinticinco o uno por mil de acuerdo al caso y lo deberá aplicar a todas las compras que realice a contribuyentes especiales, contribuyentes normales, personas naturales obligadas a llevar contabilidad y personas naturales no obligadas a llevar contabilidad; exceptuando a las compañías públicas y otras empresas o actividades que se encuentren exentas por la ley.

Retención en la Fuente de IVA: su declaración es mensual por medio del formulario 104, y a diferencia de las retenciones en la fuente del impuesto a la renta, aquí solo se retendrá al IVA que se pague por compras a personas naturales que no llevan contabilidad utilizando las siguientes tarifas: 30% para compras. 70% servicios y 100% en servicios profesionales o cuando se utilice una liquidación de compras y servicios.

IVA: Consiste en pagar al estado el impuesto al valor agregado que se genere en nuestras ventas, su declaración al igual que la anterior obligación tributaria es mensual por medio del formulario 104; para su cálculo se debe totalizar el IVA cobrado (ventas) y restarle el IVA pagado (compras), y así obtenemos el IVA a pagar siempre y cuando lo cobrado sea mayor que lo pagado, o en su defecto obtenemos un Crédito Tributario a favor, si sucede lo contrario.

5.1.3. Leyes Especiales de su Actividad Económica.

COMUSO S.A. lo primero que debe hacer es acudir al Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual IEPI. Para registrar el producto E-fiesta, tanto para el Software, como para la marca. Lo cual incluyendo los honorarios de un abogado patrocinador, asciende al monto de \$312,00

Como nuestro servicio es tecnológico, nuestras actividades se rigen a lo que se estipula en la ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos; si bien nosotros no realizamos comercio electrónico, debido a que las transacciones comerciales que realizamos no se efectúan por medio de la web, sino que se realizan directamente con los clientes, nuestras transacciones estarían regidas por el código de comercio y el código civil; sin embargo nosotros manejamos información de nuestros clientes, por lo que hay que tener en cuenta que el uso fraudulento de esta información por parte de la persona o personas encargadas de la custodia o utilización legítima de la misma, serán sancionadas con pena de reclusión menos de seis a nueve años y multa de dos mil a diez mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

5.2. Aspectos de Legislación Urbana.

Dentro de la legislación Urbana encontramos las normas y ordenanzas municipales, como ya mencionamos anteriormente nosotros no estamos obligados a pagar impuestos prediales, sin embargo, si estamos obligados a cancelar al Municipio de Guayaquil las patentes municipales y un impuesto sobre los activos totales

Patente municipal es un permiso obligatorio que otorgan los municipios para el ejercicio de actividades comerciales o industriales, mediante el pago de un derecho o impuesto

anual. Para efectos de determinar la cuantía del impuesto, se tomará como base de cálculo al capital propio con el cual el sujeto pasivo inicie el ejercicio económico fiscal, o el que conste en los libros o registros contables al cierre del ejercicio económico correspondiente al año anterior.

El impuesto de los Activos Totales, como su nombre mismo lo indica se calcula en base al total de los activos al cierre de un ejercicio fiscal, se podrán deducir las obligaciones hasta un año plazo y los pasivos contingentes. El impuesto a pagarse será del 1.5 por mil calculado sobre el valor de los activos totales del año calendario anterior, menos las deducciones a que hubiere lugar.

En lo concerniente a la Superintendencia de Compañías, al ser una sociedad anónima con un pasivo no mayor a \$8.000,00 y un número menor a 30 trabajadores en relación de dependencia; tenemos una vigilancia y control parcial por parte de esta entidad, por lo que únicamente se deberá remitir anualmente nuestros balances y situación de resultados

5.3. Análisis Social.

COMUSO S.A. en el ejercicio de sus actividades no originará ningún daño ambiental, ni económico, ni de ninguna otra índole a la sociedad; más bien, origina dos efectos positivos para la misma, los cuales son los siguientes.

El primero consiste en la generación de nuevos puestos de trabajo, promoviendo así el desarrollo económico de la sociedad.

El segundo consiste en promover el uso de la tecnología en nuestra sociedad, y así explorar nuevos mercados competitivos al nivel mundial, lo que nos engrandecerá a nosotros como sociedad desde el punto de vista cultural y eso se verá reflejado en el futuro en nuestra economía.

6. ANÁLISIS ECONÓMICO

6.1. Inversiones en Activos Fijos.

Las Inversiones en Activos Fijos que realizará COMUSO S.A. corresponderán básicamente a los equipos tecnológicos que requiere para su funcionamiento, adicionalmente se adquirirán otros Activos Fijos como acondicionadores de aire, muebles de oficina, etc. todos estos activos se los detalla en el cuadro del activos fijos.

La Depreciación de estos activos se la realizará de acuerdo a lo que estipula el Reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno, artículo 21, numeral 6., el cual indica que los equipos de computo deberán ser depreciados a un porcentaje máximo anual del 33% (tres años) y para los Muebles y Equipos se aplicara un 10% (10 años).

En la Tabla de Activos Fijos se detalla un cuadro de suministros de oficina, los cuales por su bajo valor no se los deprecia, sino que se los envía al gasto directamente.

ACTIVOS FIJOS

INVERSIÓN INICIAL

EQUIPOS TECNOLOGICOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PC + Licencia Visual Estudio Networks	2	2.765,00	5.530,00
PC normales de trabajo	3	800,00	2.400,00
Impresora HP 2300 laser	1	1.152,00	1.152,00
TOTAL		4.717,00	9.082,00

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cubiculos de trabajo	4	1.000,00	4.000,00
Estación de trabajo (área de ventas)	1	1.500,00	1.500,00
Counter de recepción	1	800,00	800,00
Acondicionadores de aire	2	700,00	1.400,00
Archivadores	4	200,00	800,00
TOTAL		4.200,00	8.500,00

SUMINISTROS DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Persianas	2	100,00	200,00
Cafetera	1	25,00	25,00
Grapadoras	7	10,00	70,00
Perforadoras	7	10,00	70,00
Papeleras	8	12,00	96,00
Calculadoras sumadoras	2	35,00	70,00
Juego de toallas para el baño	2	20,00	40,00
Tachos de basura de plastico	7	5,00	35,00
Regletas electricas	7	10,00	70,00
TOTAL		227,00	676,00

TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS **18.258,00**

6.2. Presupuesto de Ingresos.

Comuso S.A. tiene un solo producto que es el E-fiesta, pero a su vez este software ofrece diversos medios para realizar la publicidad por parte de nuestros clientes, al realizar nuestro presupuesto de ingresos, retomamos la información obtenida de nuestro tamaño de mercado y de nuestra estrategia de precios.

En lo que corresponde a precios estos se mantendrán constantes durante el primer año y luego se realizará un incremento para ajustarnos a los precios del mercado. Sin embargo el incremento de las ventas dependerá mucho de las unidades vendidas, obsérvese en el

anexo de presupuesto de ingresos, que nuestras ventas ascienden de \$1.800 en el primer mes a \$21.350 en el doceavo mes, sin registrarse cambios en los precios, por lo que este incremento se debe exclusivamente al volumen de ventas.

Otro dato importante que se debe tener en cuenta es la política de cobro, la cual consiste en el 50% al momento de registrarse la venta, y el 50% restante a treinta días plazo. Para mayor detalle revisar el anexo de Presupuesto de Ingresos.

6.3. Presupuesto de Gastos Operacionales

Dentro de los gastos Operacionales encontramos los de Hosting y los del proveedor de internet, los cuales están directamente relacionados a la actividad del negocio, por otro lado también se registran Gastos Administrativos generales en los que encontramos rubros como teléfono, luz eléctrica, alquiler, honorarios profesionales, etc. en lo que corresponde al pago del alquiler, hay que tener presente al realizar los estados financieros que se deberá cancelar al inicio de las operaciones dos meses de adelanto y uno de depósito.

Dentro de los Gastos Operacionales también encontramos los gastos destinados a la publicidad, la cual durante el primer año tendrá un alto valor debido a la introducción del producto en el mercado, pero en el segundo año de operación disminuirán. Al inicio de las operaciones se realizará la distribución del software, por lo que este gasto se lo considera en la inversión inicial y se lo amortizará a tres años de acuerdo a lo que estipula el Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno artículo 21 numeral 12.

En lo que respecta a la política de pagos, todas las compras se las realizarán de contado, exceptuando el pago de honorarios profesionales, los mismos que se los realizarán en su totalidad a treinta días plazo. (Revisar anexo de gastos de operación).

6.4. Presupuesto de Personal.

Gastos de personal comprende los valores destinados a cubrir los sueldos y salarios de las personas que colaboran con la empresa; para poderlos cuantificar en términos

monetarios nos basamos en el organigrama efectuado en el análisis administrativo, de aquí observamos la necesidad de contratar a una Secretaria Ejecutiva, un Contador, un Jefe Comercial, y dos Ejecutivos de Ventas.

El cuadro con los valores mensuales destinados a remuneraciones y aportes patronales al IESS, se los adjunta en el anexo de gastos de personal.

El área comercial adicionalmente recibirá comisiones por ventas, las cuales serán del 5% de las mismas, sin embargo, estas no se las detalla en el anexo de gastos de personal, sino que se las incorpora directamente en los estados financieros.

6.5. Análisis de Costos y Punto de Equilibrio.

Al analizar los costos encontramos un problema, el cual consiste en que la empresa esta apalancada operativamente ya que la mayoría de sus costos son fijos, lo cual implica que será muy sensible al volumen de las ventas. Es decir, a un pequeño incremento de las ventas se registrará un gran aumento de la utilidad, y por el contrario, a una pequeña disminución de las ventas se registrará una gran baja en la utilidad.

En el anexo del Punto de Equilibrio detallamos todos nuestros costos fijos y nuestros costos variables que corresponden a las comisiones por ventas; posteriormente se calcula el margen de contribución y las unidades de equilibrio por producto, sin embargo, es ilógico pensar que solo se va a vender un producto, por lo que al final del cuadro se detalla un aproximado de las unidades combinadas en equilibrio, las cuales al multiplicarlas por el margen de contribución podemos verificar que superan a los costos fijos. (Ver anexo punto de Equilibrio)

7. ANÁLISIS FINANCIERO

7.1. Flujo de Efectivo.

El flujo de efectivo es el estado financiero que nos muestra la habilidad de la empresa para generar efectivo o sus equivalentes, aquí se registran todas las entradas y salidas en efectivo, es decir, no se toman en cuenta las cuentas por cobrar, las depreciaciones, las cuentas por pagar, etc. el objetivo es determinar como variará nuestra cuenta caja – bancos.

En el caso de Comuso S.A. se presentan déficit de efectivo para los cinco primeros meses, para lo cual se piensa realizar un préstamo y un aporte de capital, que en conjunto superen nuestras necesidades iniciales y nos permitan quedarnos con un saldo de caja – bancos inicial alto (\$17.186,41); y así poder cubrir nuestras necesidades de efectivo durante los primeros meses, posteriormente no tendremos mayor problema ya que a funcionaremos con los fondos propios que genere el negocio.

En los meses posteriores encontramos una muy buena liquidez de efectivo, la cual podrá ser utilizada para comprar un bien inmueble, expandirnos con otra línea de negocio, realizar inversiones financieras, etc. en todo caso en la presentación de nuestro plan de negocios, dejamos registrados estos valores en la cuenta caja – bancos del Balance General. (Ver anexo Flujo de Efectivo).

FLUJO DE EFECTIVO																
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
Caja inicial	17.186,41	10.300,45	5.461,99	2.566,03	741,74	406,13	1.157,12	4.810,81	8.597,25	13.819,93	20.261,43	27.620,63	17.186,41	40.383,98	199.371,44	
Ingresos en Efectivo	900,00	3.075,00	5.425,00	7.200,00	8.700,00	10.875,00	12.950,00	14.450,00	16.325,00	18.100,00	19.850,00	21.360,00	139.200,00	362.150,00	416.400,00	
Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Total efectivo Disponible	18.086,41	13.375,45	10.886,99	9.766,03	9.441,74	11.281,13	14.107,12	19.260,81	24.922,25	31.919,93	40.111,43	48.970,63	156.386,41	402.533,98	615.771,44	
Salidas de Efectivo																
Hosting	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	2.400,00	4.800,00	
Comisiones	90,00	217,50	325,00	395,00	475,00	612,50	682,50	762,50	870,00	940,00	1.045,00	1.090,00	7.505,00	18.430,00	20.820,00	
Gastos de Operación	490,00	490,00	790,00	790,00	790,00	790,00	790,00	1.090,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00	10.500,00	18.410,00	23.846,00	
Sueldos y Salarios	1.722,35	1.722,35	1.722,35	2.355,68	1.722,35	1.722,35	1.722,35	2.400,45	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	21.979,63	24.503,08	26.879,95	
Aporte IESS 12,15%	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	2.770,20	2954,92	3250,43	
Publicidad	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	36.000,00	24.000,00	33.600,00	
Pago de préstamo bancario	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	13.833,12	13.833,20	0,00	
repartición de utilidades	0,00	0,00	0,00	0,00	233,65	627,13	1.083,25	1.211,17	1.616,42	1.817,60	2.118,55	2.248,52	9.192,20	40.812,97	44.742,76	
Impuesto a la renta	0,00	0,00	0,00	0,00	331,00	888,43	1.534,60	1.715,83	2.289,94	2.574,94	3.001,28	3.185,41	13.022,28	57.818,37	63.385,58	
Total Salidas	7.785,96	7.913,46	8.320,96	9.024,29	9.035,61	10.124,02	9.296,31	10.663,56	11.102,32	11.668,50	12.490,79	12.849,89	116.002,43	203.162,54	221.324,73	
Caja final	10.300,45	5.461,99	2.566,03	741,74	406,13	1.157,12	4.810,81	8.597,25	13.819,93	20.261,43	27.620,63	36.120,74	40.383,98	199.371,44	394.446,71	

7.2. Estado de Resultados.

En el Estado de Resultados se registran los ingresos y los gastos que se contabilizan en determinado periodo, para así obtener la utilidad neta de determinado ejercicio; Se diferencia del Flujo de Efectivo, en que el Estado de resultado registra los valores cuando se los contabiliza y no en el momento que se paga o recibe dinero.

En nuestro Estado de Resultados se presenta un gran porvenir financiero, y a pesar que los primeros meses se registran problemas de liquidez y utilidades negativas, el resultado global del primer año es positivo, y este se incrementa en los años posteriores. (Ver Estado de Resultados).

ESTADO DE RESULTADOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos															
Ventas	1.800,00	4.350,00	6.500,00	7.900,00	9.500,00	12.250,00	13.650,00	15.250,00	17.400,00	18.800,00	20.900,00	21.800,00	150.100,00	368.600,00	416.400,00
Rendimientos Financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otras Rentas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Ingresos	1.800,00	4.350,00	6.500,00	7.900,00	9.500,00	12.250,00	13.650,00	15.250,00	17.400,00	18.800,00	20.900,00	21.800,00	150.100,00	368.600,00	416.400,00
Egresos															
Costo de Venta															
Servidor y Hosting	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	2.400,00	4.800,00
Comisiones	90,00	217,50	325,00	395,00	475,00	612,50	682,50	762,50	870,00	940,00	1.045,00	1.090,00	7.505,00	18.430,00	20.820,00
Total Costo de Venta	190,00	317,50	425,00	495,00	575,00	712,50	782,50	862,50	970,00	1.040,00	1.145,00	1.190,00	8.705,00	20.830,00	25.620,00
Utilidad Bruta	1.610,00	4.032,50	6.075,00	7.405,00	8.925,00	11.537,50	12.867,50	14.387,50	16.430,00	17.760,00	19.755,00	20.610,00	141.395,00	347.770,00	390.780,00
Gastos de Administración y Venta															
Gastos de Operación	790,00	790,00	790,00	790,00	790,00	790,00	1.090,00	1.090,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00	11.400,00	18.610,00	24.146,00
Sueldos y Salarios	1.722,35	1.722,35	1.722,35	2.355,68	1.722,35	1.722,35	1.722,35	2.400,45	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	21.979,63	24.503,08	26.879,95
Aporte IESS 12,15%	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	2.770,20	2.954,92	3.250,43
Publicidad	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	36.000,00	24.000,00	33.600,00
Depreciación	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	3.877,33	3.877,33	3.877,33
Amortización Gastos de Publicidad	56,77	56,77	56,76	56,77	56,77	56,76	56,77	56,77	56,76	56,77	56,77	56,76	681,20	681,20	681,20
Amortización Gastos de Constitución	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	60,00	60,00	60,00
Otros Gastos	676,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	676,00	0,00	0,00
Total Gastos de Administración y Ventas	7.804,08	7.128,08	7.128,07	7.761,41	7.128,08	7.128,07	5.428,08	6.106,18	5.458,07	5.458,08	5.458,08	5.458,07	77.444,36	74.686,53	92.494,92
Utilidad Operativa	-6.194,08	-3.095,58	-1.053,07	-356,41	1.796,92	4.409,43	7.439,42	8.281,32	10.971,93	12.301,92	14.296,92	15.151,93	63.950,64	273.083,47	298.285,08
Gastos de Intereses	280,80	270,60	260,28	249,83	239,27	228,58	217,77	206,83	195,76	184,57	173,24	161,78	2.669,31	997,01	0
Utilidad antes de Impuestos	-6.474,88	-3.366,18	-1.313,35	-606,25	1.557,65	4.180,85	7.221,65	8.074,49	10.776,17	12.117,35	14.123,68	14.990,15	61.281,33	272.086,46	298.285,08
Participación trabajadores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	233,65	627,13	1.083,25	1.211,17	1.616,42	1.817,60	2.118,55	2.248,52	9.192,20	44.742,76
Utilidad Gravable	0,00	0,00	0,00	0,00	1.324,00	3.553,72	6.138,40	6.863,32	9.159,74	10.299,75	12.005,13	12.741,63	52.089,13	231.273,49	253.542,32
Impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	331,00	888,43	1.534,80	1.715,83	2.289,94	2.574,94	3.001,28	3.185,41	13.022,28	57.818,37	63.385,58
UTILIDAD NETA	0,00	0,00	0,00	0,00	993,00	2.665,29	4.603,80	5.147,49	6.869,81	7.724,81	9.003,85	9.556,22	39.066,85	173.455,12	190.156,74

7.3. Balance General.

El Balance General es una fotografía de la situación financiera de la empresa en una fecha determinada, y no de un periodo como es el caso del Estado de Resultados y el Flujo de Efectivo. En el Balance General se establece la famosa ecuación contable que consiste en $\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Patrimonio}$, permitiendo al usuario de estos informes tener una clara visión de cómo es la situación financiera de la empresa.

Comuso S.A. realizó inicialmente un aporte de capital de \$15.000, el cual se registra en el Patrimonio y también efectuó un préstamo Bancario por \$24.000, el cual se registra en el Pasivo; con estos valores se adquieren un sin número de activos fijos, e inversiones en publicidad, necesarios para la implementación del negocio y dejamos un elevado saldo en caja – bancos, destinado a cubrir las necesidades de efectivo de los próximos meses. En los Balances posteriores se puede observar como se van depreciando los activos fijos y amortizando los gastos de publicidad, así como en el pasivo se observa como poco a poco se realiza la cancelación del préstamo.

En términos generales nuestros Balances correspondientes a los tres primeros años de operación, nos muestran cifras alentadoras, incluso terminamos con un saldo en caja – bancos sumamente elevado, el cual como ya mencionamos antes lo podríamos utilizar para algún tipo de inversión, pero por fines académicos lo mantenemos en esa cuenta. (Ver Balance General).

E-Fiesta Plan de Negocios

BALANCE GENERAL	INICIAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Activos																
Activo Corriente																
Caja y Bancos	17,186.41	10,300.45	5,461.99	2,566.03	741.74	406.13	1,157.12	4,810.81	3,597.25	13,819.93	20,281.43	27,620.83	36,120.74	40,383.98	159,371.44	394,446.71
Inversores Financieros Temporales	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Cuentas por Cobrar	0.00	900.00	2,175.00	3,250.00	3,950.00	4,750.00	6,125.00	8,825.00	7,625.00	8,730.00	9,400.00	10,450.00	10,900.00	10,900.00	17,350.00	17,350.00
Gastos Pagados por Anticipado	1,576.00	600.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	330.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Total Activo Corriente	18,762.41	11,800.45	7,936.99	6,116.03	4,991.74	5,456.13	7,582.12	11,935.81	13,522.25	22,819.93	29,961.43	38,370.83	47,320.74	51,583.98	217,021.44	412,196.71
Activo Fijo																
Terrenos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Bienes Inmuebles	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Equipos de Computo	9,082.00	9,082.00	9,082.00	9,082.00	9,082.00	9,082.00	9,082.00	9,082.00	9,082.00	9,032.00	9,082.00	9,082.00	9,082.00	9,082.00	9,082.00	9,082.00
Depreciación (-) Acum	0.00	252.28	504.56	756.83	1,009.11	1,261.35	1,513.67	1,765.94	2,018.22	2,270.50	2,522.78	2,775.06	3,027.33	3,027.33	3,054.66	9,082.00
Muebles y Equipos	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00
Depreciación (-) Acum	0.00	70.83	141.67	212.50	283.33	354.17	425.00	495.83	566.67	637.50	708.33	779.17	850.00	850.00	1,700.00	2,550.00
Marcas / Patentes	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00	312.00
Total Activo Fijo	17,894.00	17,570.89	17,247.78	16,924.67	16,601.56	16,278.44	15,955.33	15,632.22	15,309.11	14,986.00	14,662.89	14,339.78	14,016.67	14,016.67	13,139.34	6,262.00
Activo No Corriente																
Cuentas por Cobrar Largo Plazo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de Publicidad	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59	2,043.59
Amortización Gastos de Publicidad	0.00	56.77	113.54	170.30	227.07	283.84	340.60	397.37	454.14	510.90	567.67	624.44	681.20	681.20	1,362.40	2,043.59
Gastos de Organización y Constitución	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Amortización Gastos de Constitución	0.00	5.00	10.00	15.00	20.00	25.00	30.00	35.00	40.00	45.00	50.00	55.00	60.00	60.00	120.00	180.00
Otros Activos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Activo No Corriente	2,343.59	2,261.82	2,220.05	2,158.29	2,096.52	2,034.75	1,972.99	1,911.22	1,849.45	1,787.69	1,725.92	1,664.15	1,602.39	1,602.39	861.19	120.00
Total activos	39,000.00	31,653.16	27,404.82	25,198.99	23,689.82	23,769.33	25,510.44	29,479.25	33,680.81	39,593.62	46,352.23	54,374.56	62,939.80	67,203.04	223,021.97	418,478.71
Pasivos																
Pasivo Corriente																
Ctas x Pagar	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	500.00	800.00
Obligaciones Bancarias Corto Plazo	11,163.81	11,294.43	11,426.57	11,560.26	11,695.52	11,832.36	11,970.80	12,110.85	12,252.55	12,395.91	12,540.94	12,687.67	12,836.19	12,836.19	0.00	0.00
Total Pasivo Corriente	11,163.81	11,294.43	11,426.57	11,560.26	11,695.52	11,832.36	11,970.80	12,410.85	12,552.55	12,695.91	12,840.94	12,987.67	13,136.19	13,136.19	500.00	800.00
Pasivo No Corriente																
Cuentas por Pagar Largo Plazo	12,836.19	11,833.61	11,819.31	9,793.13	8,754.95	7,704.63	6,642.01	5,566.96	4,479.33	3,378.98	2,265.76	1,139.51	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros Pasivos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivo No Corriente	12,836.19	11,833.61	11,819.31	9,793.13	8,754.95	7,704.63	6,642.01	5,566.96	4,479.33	3,378.98	2,265.76	1,139.51	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivo	24,000.00	23,128.04	22,245.88	21,553.40	20,450.47	19,536.99	18,612.80	17,977.81	17,031.88	16,074.89	15,106.69	14,127.17	13,136.19	13,136.19	500.00	800.00
Patrimonio																
Capital Suscrito Asignado	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
Aportes Futuras capitalizaciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Reserva Legal	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad Acumulada	0.00	0.00	-9,474.88	-9,641.06	-11,154.41	-11,760.66	-10,767.65	-8,102.36	-3,498.56	1,648.92	8,513.73	16,243.54	25,247.39	0.00	39,066.85	212,521.97
Utilidad del Ejercicio	0.00	-6,474.88	-3,366.18	-1,313.35	-606.25	-993.00	-2,665.29	-4,603.80	-5,147.49	6,869.81	7,724.81	9,003.85	9,566.22	39,066.85	173,455.12	190,156.74
Total Patrimonio	15,000.00	8,525.12	1,158.94	3,645.59	3,239.35	4,232.35	6,897.64	11,501.44	16,648.92	23,518.73	31,243.54	40,247.39	49,803.61	54,066.85	227,521.97	417,678.71
Total Pasivo y Patrimonio	39,000.00	31,653.16	27,404.82	25,198.99	23,689.82	23,769.33	25,510.44	29,479.25	33,680.81	39,593.62	46,352.24	54,374.56	62,939.80	67,203.04	223,021.97	418,478.71

8. ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

8.1. Riesgos de Mercado.

Un riesgo de mercado es que nuestro volumen de ventas (cantidad) no sea el mismo que se calculó al realizar el tamaño de mercado, por este motivo, al realizar el presupuesto de ingresos se trató de ser un poco conservador con las unidades vendidas, sin embargo, aún lo consideramos como riesgo porque como ya lo mencionamos anteriormente, nuestro incremento en las ventas depende en mayor medida a las unidades vendidas, que al precio de venta.

Otro riesgo de mercado es la entrada de productos parecidos, los cuales nos quitarían mercado y disminuirían nuestra imagen innovadora. La mejor forma de contravenir esta situación es la de estar siempre innovando y sacando al mercado nuevos software para mantener la calidad de pioneros en este tipo de servicios.

8.2. Riesgos Técnicos.

Nuestro negocio depende mucho del funcionamiento de los equipos de cómputo, por lo que esto se vuelve un riesgo para nosotros, porque con un computador dañado o sin el servicio del internet, no podríamos ofrecer eficazmente nuestros servicios, originándose de esta manera conflictos con nuestros clientes y usuarios.

Para prevenir estos riesgos es importante el eficaz y eficiente desempeño de nuestro departamento técnico el cual se encargará del mantenimiento de nuestros equipos. El caso de que se caiga el sistema del internet, ya es un poco más complicado de prevenir debido a que dependemos de terceras personas, y aquí entra en juego nuestras buenas relaciones con los clientes para que con nuestro buen trato, pase por desapercibido este tipo de inconvenientes.

8.3. Riesgos Económicos.

En nuestro plan de negocios a pesar de que no hay un cambio constante en los precios, si se considera un aumento anual, por lo que si en el desarrollo del negocio se presenta

una baja de precios en lugar de un incremento de los mismos, nos encontraríamos en una situación comprometida.

Ahora bien, en nuestro medio es muy difícil que los precios bajen, sin embargo, no está demás considerar esta situación como un riesgo, ya que por competencia de mercado esta situación puede ocurrir. Para prevenir este riesgo es importante la diversificación de productos, y así evitar depender de un sólo software.

8.4. Riesgos Financieros.

Entre los riesgos financieros encontramos la probabilidad de que nuestras políticas de cobro no resulten cual lo planificado, por lo que se originaría un desfase en nuestro flujo de efectivo, el cual en los primeros meses presenta un flujo negativo; ante esta situación habrá que tener mucha precaución al realizar nuestra gestión de cobranzas y así evitar problemas de liquidez.

9. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

9.1. Cálculo del VAN y TIR.

Luego de realizar los Estados Financieros, se procede a determinar la factibilidad económica del proyecto, por medio del cálculo del Valor Actual Neto VAN, el cual consiste en traer a valor presente todos los ingresos o salidas de dinero esperados en el futuro; otra herramienta importante es la Tasa Interna de Retorno TIR, la cual nos muestra el rendimiento esperado del proyecto. Para el caso de Comuso S.A. se muestran los resultados obtenidos en la siguiente tabla:

Costo de Capital	20%
TIR	292%
VAN	231.747,24

Observamos que el plan de negocios desde el punto de vista financiero se vuelve muy atractivo, sin embargo, no debemos dejarnos llevar únicamente por lo que indican los números, ya que existen otros factores que también inciden en el éxito o fracaso de un proyecto.

Los valores presentados en la tabla anterior fueron calculados en base a las proyecciones anuales y utilizando un costo de capital del 20%, para obtener un mayor detalle de los valores, (Ver anexo de Evaluación del Proyecto).

9.2. Análisis de Sensibilidad.

Mediante el análisis de Sensibilidad, podemos conocer que variables afectan en mayor medida a nuestro proyecto, por ese motivo presentamos en siguiente cuadro:

ANALISIS DE SENSIBILIDAD				
	TIR	variación %	VAN	variación %
Aumento 20% Ventas y Disminución 20% Gastos	411%	0,40	330.785,30	0,43
Disminución 20% Gastos	326%	0,11	253.205,98	0,09
Disminución 10% Gastos	309%	0,06	242.476,60	0,05
Aumento 20% Ventas.	376%	0,29	309.326,55	0,33
Aumento 10% Ventas.	334%	0,14	270.536,89	0,17
Original	292%		231.747,24	
Disminución 10% Ventas	250%	0,15	192.957,57	0,17
Disminución 20% Ventas	207%	0,29	154.167,91	0,33
Aumento 10% Gastos	276%	0,06	221.017,85	0,05
Aumento 20% Gastos	260%	0,11	210.288,48	0,09
Disminución 20% Ventas y Aumento 20% Gastos	176%	0,40	132.709,15	0,43

En este cuadro podemos observar como varía el TIR y el VAN, bajo diferentes escenarios de ventas y gastos; y en las columnas conjuntas apreciamos como varían en términos porcentuales con referencia al TIR y VAN original.



En base a las columnas de variación es que podemos determinar la variable que es más sensible en nuestro proyecto, y en nuestro caso corresponde a las ventas; Observamos que con un cambio en los gastos nuestro VAN varía en un 5% y un 9%, mientras que un cambio en las ventas origina variaciones en el VAN del 17% y de un 33%. (Ver análisis de sensibilidad).

Este problema con las ventas no es algo nuevo ya que anteriormente se lo había percatado, y ahora con el análisis de sensibilidad lo estamos ratificando; sin embargo, vale la pena mencionar que aún con una baja de las ventas del 20%, nuestro proyecto presenta un VAN positivo, lo cual nos brinda un poco de seguridad en caso de hacer realidad la idea de negocio.

9.3. Análisis de la Estructura Financiera.

Para realizar el análisis de la estructura financiera, nos basamos en los resultados obtenidos del cálculo de las razones financieras, de liquidez, solvencia y rendimiento.

Razones de Liquidez

Periodo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Capital de trabajo	38.447,79	216.521,44	411.296,71
Índice de Liquidez	3,93	434,04	515,12

Las razones de liquidez nos permiten determinar la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones en el corto plazo, así que contamos con dos índices muy importantes, el primero es el de Capital de Trabajo, el cual se lo obtiene de la resta: Activos Corrientes menos Pasivos Corrientes, y el otro índice es el de Liquidez el cual en lugar de restar, consiste en la división de las variables anteriores. Existe otro índice muy importante que es el de la prueba ácida, sin embargo, consideramos que no es necesario su cálculo ya que nuestro negocio no cuenta con inventarios.

Razones de Solvencia

Periodo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Razón de Solvencia	5,12	456,04	523,10
Razón de Endeudamiento	0,20	0,0022	0,0019

Entre los índices de solvencia tenemos la razón de solvencia (activo / pasivo) y la razón de endeudamiento (pasivo / activo); estos índices nos muestran las relaciones entre activo y pasivo de la empresa, en el primer índice observamos que el activo supera cinco veces al pasivo durante el primer año y en el tercer año lo llega a superar quinientas veinte y tres veces, y por el contrario el segundo índice nos muestra que nuestro nivel de endeudamiento es muy bajo

Razones de Rentabilidad

Periodo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Margen Neto	0,26	0,47	0,46
ROA	0,58	0,76	0,45



Los índices de rentabilidad nos muestran que tan rentable es nuestro negocio, en el cuadro observamos la razón de margen neto (Utilidad Neta / Ventas) la cual nos indica que nuestra utilidad representa el 26% de nuestras ventas durante el primer año y un 46% en los dos años restantes.

El índice ROA calcula el rendimiento sobre los activos y se lo obtiene dividiendo la utilidad neta sobre los activos, en el cuadro observamos que la utilidad neta representa el 58% de los activos para el primer año, el 76% para el segundo y el 45% para el tercer año, este decrecimiento del tercer año se debe al gran incremento de la cuenta caja – bancos, lo cual ocasiona que el activo se incremente notablemente.

9.4. Evaluación Integral.

El proyecto se muestra muy atractivo desde el punto de vista financiero, sin embargo, también se pudo percatar de que es muy sensible al nivel de ventas, lo cual vuelve riesgoso en la medida que no se tome las precauciones necesarias.

Hay que tener presente que al momento de poner en marcha un negocio, el análisis financiero no lo es todo, ya que existen otros factores que pueden ocasionar el éxito o fracaso del mismo, al realizar este plan de negocios se trató en lo posible de abarcar todos los aspectos posibles que se pueden dar, y así poder garantizar en alguna medida el éxito del negocio.

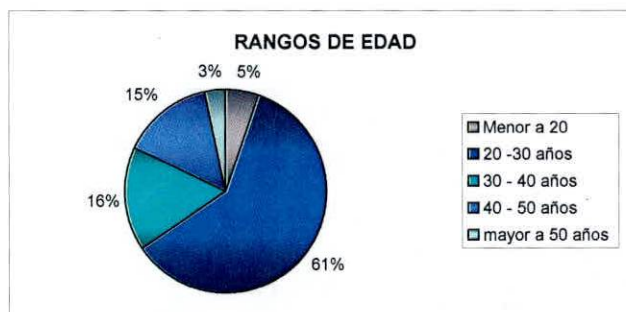
ANEXOS

ENCUESTA - ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES

1) EDAD

Menor a 20		20 - 30 años		30 - 40 años		40 - 50 años		mayor a 50	
------------	--	--------------	--	--------------	--	--------------	--	------------	--

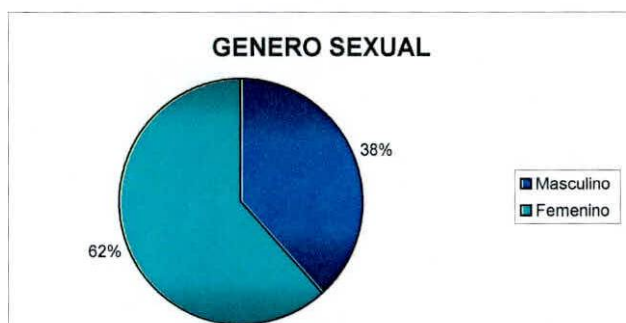
Menor a 20	15
20 -30 años	168
30 - 40 años	46
40 - 50 años	41
mayor a 50 años	9
Total	279



2) SEXO

Masculino		Femenino	
-----------	--	----------	--

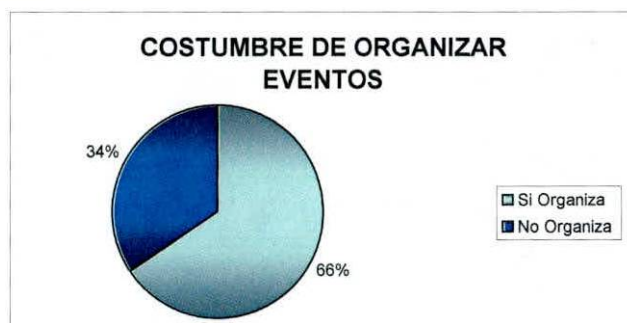
Masculino	107
Femenino	172
total	279



3) ORGANIZA USTED EVENTOS COMO MATRIMONIOS, CUMPLEAÑOS, SEMINARIOS , CONGRESOS, ETC.

SI		NO	
----	--	----	--

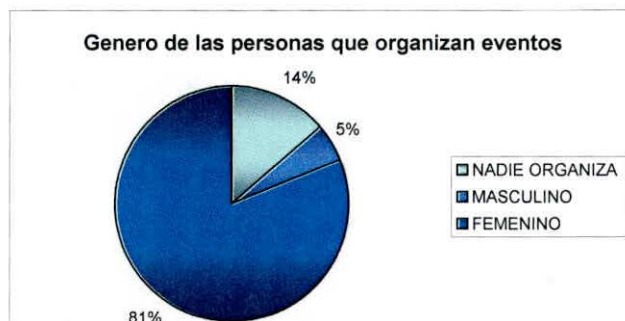
Si Organiza	183
No Organiza	96
total	279



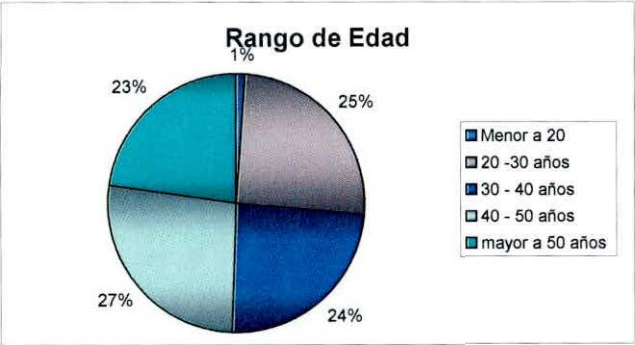
4) EN CASO DE QUE LA RESPUESTA A LA TERCERA PREGUNTA SEA NEGATIVA, INDIQUE EL SEXO Y LA EDAD DE LA PERSONA QUE REGULARMENTE SE ENCARGA DE ORGANIZAR ESTOS ENVENTOS EN SU CASA.

MASCULINO		FEMENINO		EDAD	
-----------	--	----------	--	------	--

NADIE ORGANIZA	13
MASCULINO	5
FEMENINO	78
TOTAL	96



Menor a 20	1
20 -30 años	21
30 - 40 años	20
40 - 50 años	22
mayor a 50 años	19
Total	83



CONTINUE CON LA ENCUESTA SOLO SI LA RESPUESTA A LA TERCERA PREGUNTA FUE AFIRMATIVA

5) QUE TIPO DE EVENTOS HA ORGANIZADO? MARQUELOS CON UNA X

Matrimonios		Quinceañeras		Seminarios	
Aniversario-Bodas		Graduaciones		Talleres	
Baby Shower		Navidad		Conferencias	
Cumpleaños Adultos		Fin de Año		Eventos Empresariales	
Cumpleaños Infantiles		Aniversario Varios			
Otros (especifique)					

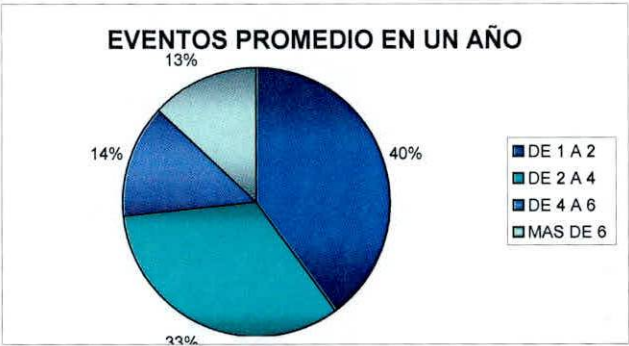
Matrimonios	36
Aniversario - Bodas	24
Baby Shower	66
Cumpleaños Adultos	142
Cumpleaños Infantiles	94
Quinceañeras	28
Graduaciones	39
Navidad	67
Fin de Año	75
Aniversario Varios	21
Seminarios	36
Talleres	32
Conferencias	33
E. Empresariales	28
Eventos Deportivos	2
Bautizos	2
Primera Comunión	1
Despedidas	1
Despedidas de Soltería	7
Fiestas	10
Eventos Obra Social	1
Espectaculos	2



6) CUANTOS EVENTOS PROMEDIO ORGANIZA EN UN AÑO?

DE 1 A 2		DE 2 A 4	DE 4 A 6	DE 6 EN ADELANTE	
----------	--	----------	----------	------------------	--

DE 1 A 2	73
DE 2 A 4	61
DE 4 A 6	25
MAS DE 6	24
TOTAL	183



7) NECESIDADES PARA ORGANIZAR UN EVENTO. ORDENE DEL 1 AL 5 DE ACUERDO A SU IMPORTANCIA

1 Más Importante, 5 Menos Importante

Tiempo para Organizarlo	
Información de Productos y Servicios	
Calidad de los Productos y Servicios	
Presupuesto	
Los Invitados	

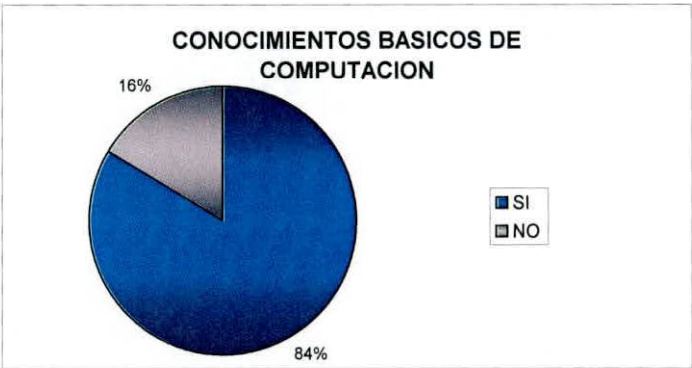
Tiempo	659
Información	467
Calidad	392
Presupuesto	727
Invitados	500



8) USTED TIENE ALGUNA EXPERIENCIA USANDO PROGRAMAS DE COMPUTACION?

SI		NO	
----	--	----	--

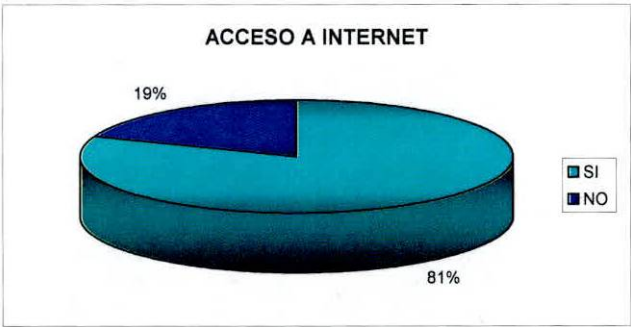
SI	153
NO	30



9) TIENE ACCESO A INTERNET

SI		NO	
----	--	----	--

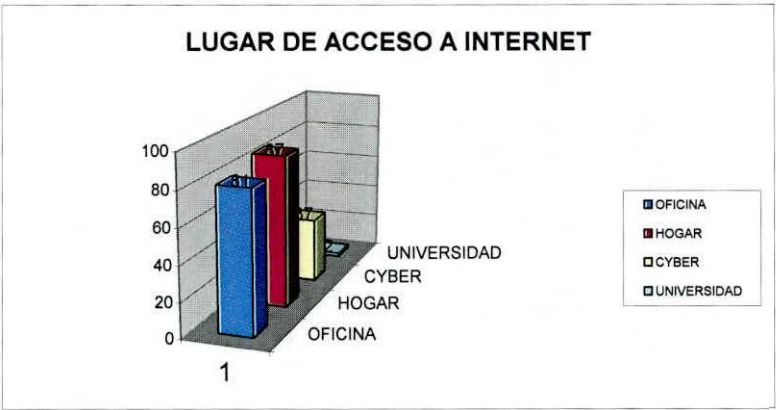
SI	148
NO	35



10) EN CASO DE TENER ACCESO A INTERNET, INDIQUE COMO LO OBTIENE

OFICINA		HOGAR	CYBER	OTRO, especifique
---------	--	-------	-------	-------------------

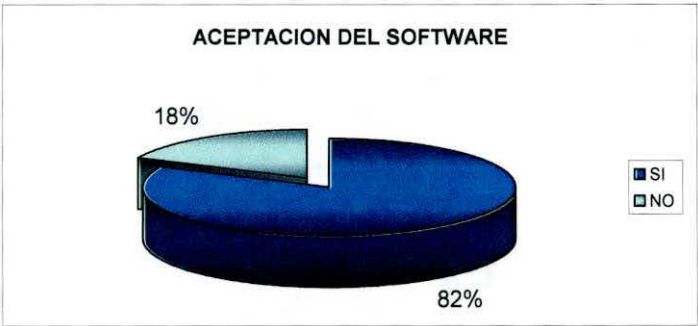
OFICINA	81
HOGAR	87
CYBER	37
UNIVERSIDAD	2



11) LE GUSTARIA USAR UN PROGRAMA DE COMPUTACION QUE LE AYUDE A ORGANIAR EVENTOS SOCIALES?

SI		NO	
----	--	----	--

SI	150
NO	33



PROYECTO ACADEMICO ESPAE

NOMBRE DE LA EMPRESA: _____

NOMBRE DE LA PERSONA QUE ATIENDE: _____

CARGO QUE DESEMPEÑA EN LA EMPRESA: _____

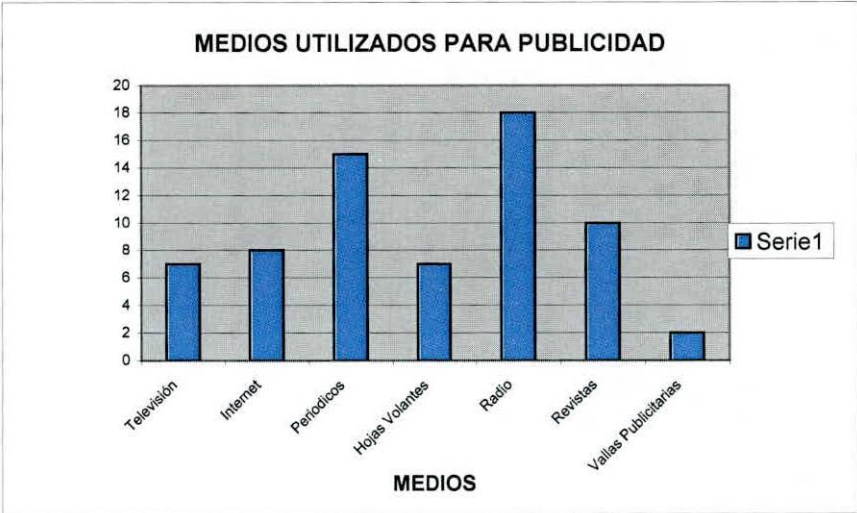
1) NORMALMENTE EN CUALES MEDIOS SE PROMOCIONAN LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DE LA EMPRESA? (Marquelos con una X)

Televisión		Radio	
Internet		Revistas	
Periodicos		Vallas Publicitarias	
Hojas Volantes		Otros (especifique)	



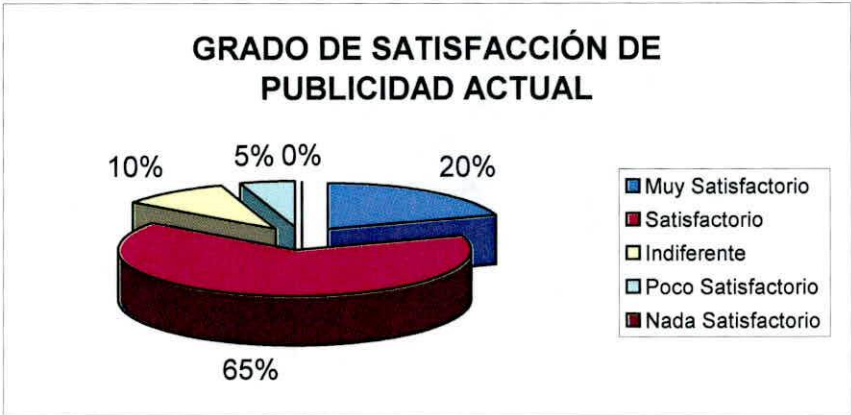
BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

Televisión	7
Internet	8
Periodicos	15
Hojas Volantes	7
Radio	18
Revistas	10
Vallas Publicitarias	2



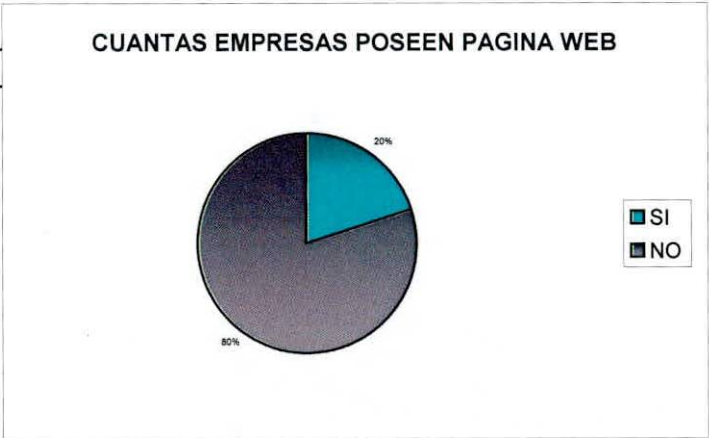
2) INDIQUE EL GRADO DE SATISFACCION DE LA EMPRESA RESPECTO A LA PUBLICIDAD DE SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Muy Satisfactorio	4
Satisfactorio	13
Indiferente	2
Poco Satisfactorio	1
Nada Satisfactorio	0



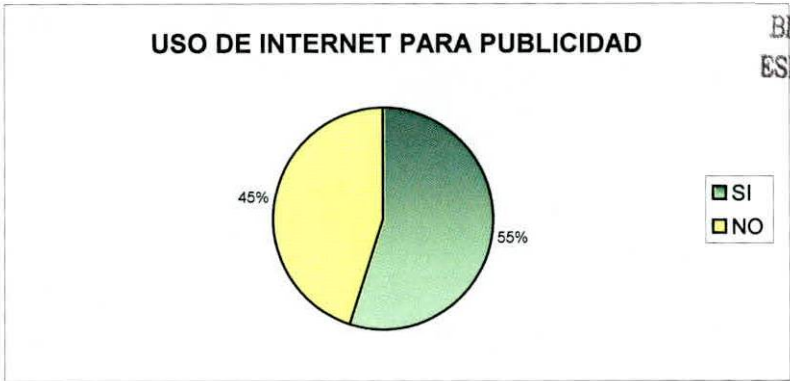
3) LA EMPRESA POSEE PAGINA WEB?

SI		NO
SI	4	
NO	16	



4) HA UTILIZADO ALGUNA VEZ EL INTERNET PARA PROMOCIONAR O COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS?

SI		NO	
SI	11		
NO	9		



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

5) CONSIDERA USTED QUE EL E-BUSINESS PUEDE SER UNA HERRAMIENTA IMPORTANTE PARA LA COMERCIALIZACION DE SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS?

SI		NO	
SI	17		
NO	3		



PRESUPUESTO DE INGRESOS

PRESUPUESTO DE INGRESOS

	VALORES EN US\$														
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
PRODUCTOS															
Información hasta 50 Productos	4	8	10	12	14	16	18	20	22	24	25	25	198	300	300
Información de 51 a 100 Productos	2	4	6	8	10	14	16	18	20	22	24	25	169	300	300
Información mayores de 100 Productos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	13	80	180	180
Información de servicios	1	2	2	2	3	3	3	4	4	4	5	5	38	60	60
Publicidad Sitio Web 120*60	0	1	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	32	48	48
Publicidad Sitio Web 468*60	0	1	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	32	48	48
PRECIOS															
Información hasta 50 Productos	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	168,75	195
Información de 51 a 100 Productos	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	393,75	455
Información mayores de 100 Productos	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	787,50	910
Información de servicios	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	208,33	200
Publicidad Sitio Web 120*60	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	400,00	400
Publicidad Sitio Web 468*60	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	550,00	550
VENTAS															
Información hasta 50 Productos	400,00	800,00	1.000,00	1.200,00	1.400,00	1.600,00	1.800,00	2.000,00	2.200,00	2.400,00	2.500,00	2.500,00	19.800,00	50.625,00	58.500,00
Información de 51 a 100 Productos	600,00	1.200,00	1.800,00	2.400,00	3.000,00	4.200,00	4.800,00	5.400,00	6.000,00	6.600,00	7.200,00	7.500,00	50.700,00	118.125,00	136.500,00
Información mayores de 100 Productos	600,00	1.200,00	1.800,00	2.400,00	3.000,00	3.600,00	4.200,00	4.800,00	5.400,00	6.000,00	7.200,00	7.800,00	48.000,00	141.750,00	163.800,00
Información de servicios	200,00	400,00	400,00	400,00	600,00	600,00	600,00	800,00	800,00	800,00	1.000,00	1.000,00	7.600,00	12.500,00	12.000,00
Publicidad Sitio Web 120*60	0,00	300,00	600,00	600,00	600,00	900,00	900,00	900,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	9.600,00	19.200,00	19.200,00
Publicidad Sitio Web 468*60	0,00	450,00	900,00	900,00	900,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	14.400,00	26.400,00	26.400,00
TOTAL VENTAS	1.800,00	4.350,00	6.500,00	7.900,00	9.500,00	12.250,00	13.650,00	15.250,00	17.400,00	18.800,00	20.900,00	21.800,00	150.100,00	368.600,00	416.400,00

DEPRECIACION

DEPRECIACIONES ANUALES										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
EQUIPOS TECNOLOGICOS										
PC + Licencia Visual Estudio Networks	1.843,33	1.843,33	1.843,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PC normales de trabajo	800,00	800,00	800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impresora HP 2300 laser	384,00	384,00	384,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	3.027,33	3.027,33	3.027,33							
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA										
Cubículos de trabajo	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Estación de trabajo (área de ventas)	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Counter de recepción	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Acondicionadores de aire	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Archivadores	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
TOTAL	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
TOTAL DEPRECIACIONES	3.877,33	3.877,33	3.877,33	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00

TABLA DE DEPRECIACIONES															
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
EQUIPOS TECNOLOGICOS															
PC + Licencia Visual Estudio Networks	153,61	153,61	153,61	153,61	153,61	153,61	153,61	153,61	153,61	153,61	153,61	153,61	1.843,33	1.843,33	1.843,33
PC normales de trabajo	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	800,00	800,00	800,00
Impresora HP 2300 laser	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	384,00	384,00	384,00
TOTAL	252,28	252,28	252,28	252,28	252,28	252,28	252,28	252,28	252,28	252,28	252,28	252,28	3.027,33	3.027,33	3.027,33
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA															
Cubículos de trabajo	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	400,00	400,00	400,00
Estación de trabajo (área de ventas)	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	150,00	150,00	150,00
Counter de recepción	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	80,00	80,00	80,00
Acondicionadores de aire	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	140,00	140,00	140,00
Archivadores	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	6,67	80,00	80,00	80,00
TOTAL	70,83	70,83	70,83	70,83	70,83	70,83	70,83	70,83	70,83	70,83	70,83	70,83	850,00	850,00	850,00
TOTAL DEPRECIACIONES	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	323,11	3.877,33	3.877,33	3.877,33



COSTOS DE OPERACION

COSTOS OPERACIONALES																
		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
COSTOS OPERACIONALES																
Proveedor de Internet		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	1.200,00	2.400,00
Hosting		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	1.200,00	2.400,00
TOTAL		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	2.400,00	4.800,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS																
Teléfono		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	2.700,00	3.360,00
Electricidad		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.440,00	2.040,00	2.390,00
Suministros de oficina		70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	100,00	100,00	100,00	100,00	960,00	1.700,00	1.800,00
Honorarios Profesionales		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	1.800,00	6.000,00	9.600,00
Alquiler de Oficina		0,00	0,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.000,00	3.960,00	4.356,00
Alicuotas		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	710,00	840,00
Caja Chica		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.500,00	1.800,00
TOTAL		490,00	490,00	790,00	790,00	790,00	790,00	1.090,00	1.090,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00	10.800,00	18.610,00	24.146,00
TOTAL DE OPERACIONES																
		590,00	590,00	890,00	890,00	890,00	890,00	1.190,00	1.190,00	1.220,00	1.220,00	1.220,00	1.220,00	12.000,00	21.010,00	28.946,00

PUBLICIDAD																
	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Distribución de Software	2.043,59															
Periodicos		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	9.000,00	6.000,00	9.600,00
Televisión		3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	27.000,00	18.000,00	24.000,00
Total Gastos de Publicidad	2.043,59	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	36.000,00	24.000,00	33.600,00

SALARIOS

SUELDOS Y SALARIOS

CARGO	Sueldo Mensual	9,35 aporte Trabajador	Sueldo a Pagar	12,15 Aporte patrono	Décimo Cuarto	Décimo Tercero (Proporción 2004)	Décimo Tercero
Jefe Comercial	800,00	74,80	725,20	97,20	135,62	266,67	
Secretaria Ejecutiva	300,00	28,05	271,95	36,45	135,62	100,00	
Contador	400,00	37,40	362,60	48,60	135,62	133,33	
Vendedor 1	200,00	18,70	181,30	24,30	135,62	66,67	
Vendedor 1	200,00	18,70	181,30	24,30	135,62	66,67	
TOTAL	1.900,00	177,65	1.722,35	230,85	678,10	633,33	0,00

NOTA: El Salario del Jefe Comercial y los Vendedores es una base, a la cual se le sumarán las comisiones. Adicionalmente se considerará un incremento anual de los sueldos en un 10 %

PRESUPUESTO DE SUELDOS

	MES 1 Sep-04	MES 2 Oct-04	MES 3 Nov-04	MES 4 Dic-04	MES 5 Ene-05	MES 6 Feb-05	MES 7 Mar-05	MES 8 Abr-05	MES 9 May-05	MES 10 Jun-05	MES 11 Jul-05	MES 12 Ago-05	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Sueldos A Pagar	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	20.668,20	22.046,12	24.250,75
Décimo Cuarto Sueldo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	678,10	0,00	0,00	0,00	0,00	678,10	678,10	678,10
Décimo Tercer Sueldo	0,00	0,00	0,00	633,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	633,33	3.501,21	3.788,28
Total Gastos de Sueldos	1.722,35	1.722,35	1.722,35	2.355,68	1.722,35	1.722,35	1.722,35	2.400,45	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	21.979,63	26.225,43	28.717,13
Aporte patronal al IESS 12,15%	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	2.770,20	2.954,92	3.250,43



PUNTO DE EQUILIBRIO

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3
COSTOS FIJOS															
Proveedor de Internet	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	1.200,00	2.400,00
Hosting	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	1.200,00	2.400,00
Teléfono	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	2.700,00	3.360,00
Electricidad	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.440,00	2.040,00	2.390,00
Suministros de oficina	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	100,00	100,00	100,00	100,00	960,00	1.700,00	1.800,00
Honorarios Profesionales	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	1.800,00	6.000,00	9.600,00
Alquiler de Oficina	0,00	0,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.000,00	3.960,00	4.356,00
Alicuotas	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	710,00	840,00
Caja Chica	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.500,00	1.800,00
Publicidad	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	36.000,00	24.000,00	33.600,00
Sueldos y Salarios	1.722,35	1.722,35	1.722,35	2.355,68	1.722,35	1.722,35	1.722,35	2.400,45	1.722,35	1.722,35	1.722,35	1.722,35	21.979,63	26.225,43	28.717,13
Aportes Patronales	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	230,85	2.770,20	2.954,92	3.250,43
Préstamo Bancario	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	1.152,76	13.833,12	13.833,20	0,00
Total Costos Fijos	7.995,96	7.995,96	8.295,96	8.929,29	8.295,96	8.295,96	6.495,96	7.174,06	6.525,96	6.525,96	6.525,96	6.525,96	86.582,95	88.023,55	94.513,56
Precio de Venta															
Información hasta 50 Productos	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	170,00	195,00
Información de 51 a 100 Productos	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	385,00	455,00
Información mayores de 100 Productos	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	788,00	910,00
Información de servicios	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Publicidad Sitio Web 120*60	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	400,00	400,00
Publicidad Sitio Web 468*60	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	550,00	550,00
Costo Variable															
Información hasta 50 Productos	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	8,50	9,75
Información de 51 a 100 Productos	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	19,25	22,75
Información mayores de 100 Productos	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	39,40	45,50
Información de servicios	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Publicidad Sitio Web 120*60	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	20,00	20,00
Publicidad Sitio Web 468*60	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	27,50	27,50
Margén de Contribución															
Información hasta 50 Productos	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	161,50	185,25
Información de 51 a 100 Productos	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	365,75	432,25
Información mayores de 100 Productos	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	748,60	864,50
Información de servicios	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
Publicidad Sitio Web 120*60	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	380,00	380,00
Publicidad Sitio Web 468*60	427,50	427,50	427,50	427,50	427,50	427,50	427,50	427,50	427,50	427,50	427,50	427,50	427,50	522,50	522,50
PUNTO DE EQUILIBRIO															
Información hasta 50 Productos	84	84	87	94	87	87	68	76	69	69	69	69	911	545	510
Información de 51 a 100 Productos	28	28	29	31	29	29	23	25	23	23	23	23	304	241	219
Información mayores de 100 Productos	14	14	15	16	15	15	11	13	11	11	11	11	152	118	109
Información de servicios	42	42	44	47	44	44	34	38	34	34	34	34	456	463	497
Publicidad Sitio Web 120*60	28	28	29	31	29	29	23	25	23	23	23	23	304	232	249
Publicidad Sitio Web 468*60	19	19	19	21	19	19	15	17	15	15	15	15	203	168	181
Punto equilibrio Combinado, aprox.															
Información hasta 50 Productos	11	11	11	13	12	13	10	9	10	10	10	10	131	98	91
Información de 51 a 100 Productos	9	9	10	11	10	10	5	7	5	5	5	5	88	72	69
Información mayores de 100 Productos	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34	24	24
Información de servicios	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	29	24	24
Publicidad Sitio Web 120*60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34	24	24
Publicidad Sitio Web 468*60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34	24	24
Unidades Combinadas x M. de Contribución	8.027,50	8.027,50	8.312,50	8.787,50	8.407,50	8.502,50	6.602,50	7.267,50	6.602,50	6.602,50	6.602,50	6.602,50	86.640,00	86.347,40	93.651,00

TABLA DE AMORTIZACIÓN

DATOS GENERALES

MONTO 24.000,00
Plazo: 2 años
Periodo: mensual
% Int 14%

Fecha Vencimiento	Pago Mensual	Intereses	Amortización	Saldo
MES 0				24.000,00
MES 1	1.152,76	280,80	871,96	23.128,04
MES 2	1.152,76	270,60	882,16	22.245,88
MES 3	1.152,76	260,28	892,48	21.353,39
MES 4	1.152,76	249,83	902,93	20.450,47
MES 5	1.152,76	239,27	913,49	19.536,98
MES 6	1.152,76	228,58	924,18	18.612,80
MES 7	1.152,76	217,77	934,99	17.677,81
MES 8	1.152,76	206,83	945,93	16.731,88
MES 9	1.152,76	195,76	957,00	15.774,89
MES 10	1.152,76	184,57	968,19	14.806,69
MES 11	1.152,76	173,24	979,52	13.827,17
MES 12	1.152,76	161,78	990,98	12.836,19
MES 13	1.152,76	150,18	1.002,58	11.833,61
MES 14	1.152,76	138,45	1.014,31	10.819,30
MES 15	1.152,76	126,59	1.026,17	9.793,13
MES 16	1.152,76	114,58	1.038,18	8.754,95
MES 17	1.152,76	102,43	1.050,33	7.704,62
MES 18	1.152,76	90,14	1.062,62	6.642,01
MES 19	1.152,76	77,71	1.075,05	5.566,96
MES 20	1.152,76	65,13	1.087,63	4.479,33
MES 21	1.152,76	52,41	1.100,35	3.378,98
MES 22	1.152,76	39,53	1.113,23	2.265,75
MES 23	1.152,76	26,51	1.126,25	1.139,50
MES 24	1.152,84	13,33	1.139,51	0,00
	27.666,32	3.666,32	24.000,00	

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Inversión Inicial				
Inversión en Equipos Tecnologicos	-9.082,00			
Inversión en Muebles y Equipos de Oficina	-8.500,00			
Inversión en Suministros de Oficina	-676,00			
Depósito de Alquiler	-900,00			
Distribución de Software	-2.043,59			
Gastos de Constitución	-300,00			
Registro Propiedad Intelectual	-312,00			
Ingresos				
Ventas		139.200,00	362.150,00	416.400,00
Costo de Venta				
Servidor y Hosting		1.200,00	2.400,00	4.800,00
Comisiones		7.505,00	18.430,00	20.820,00
Total Costo de Venta		8.705,00	20.830,00	25.620,00
Utilidad Bruta		130.495,00	341.320,00	390.780,00
Actividades de Operación				
Gastos de Operación		10.500,00	18.410,00	23.846,00
Sueldos y Salarios		21.979,63	24.503,08	26.879,95
Aporte IESS 12,15%		2.770,20	2.954,92	3.250,43
Publicidad		36.000,00	24.000,00	33.600,00
Otros Gastoa		0,00	0,00	0,00
Depreciación		3.877,33	3.877,33	3.877,33
Amortización Gastos de Publicidad		681,20	681,20	681,20
Amortización Gastos de Constitución		60	60	60
Total Gastos de Administración y Ventas		75.868,36	74.486,53	92.194,92
Utilidad Operativa		54.626,64	266.833,47	298.585,08
Actividades de Financiamiento				
Pago de Capital del préstamo		11.163,81	12.836,19	0,00
Pago de Intereses del préstamo		2.669,31	997,01	0,00
Total Gastos de Financiamiento		13.833,12	13.833,20	0,00
Utilidad antes de Impuestos		40.793,52	253.000,27	298.585,08
Participación trabajadores		6.119,03	37.950,04	44.787,76
Utilidad Gravable		34.674,49	215.050,23	253.797,32
Impuestos		8.668,62	53.762,56	63.449,33
Utilidad Neta		26.005,87	161.287,67	190.347,99
Depreciación		3.877,33	3.877,33	3.877,33
Amortización Gastos de Publicidad		681,20	681,20	681,20
Amortización Gastos de Constitución		60,00	60,00	60,00
FLUJO NETO	-21.813,59	30.624,40	165.906,20	194.966,52
Costo de Capital	20%			
TIR	292%			
VAN	231.747,24			