



FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL DISEÑO DE UN MERCADO VIRTUAL
PARA LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS ECUATORIANOS DEL SECTOR
EMPRESARIAL PYME DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PARA EL TÍTULO DE:
INGENIERÍA EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

AUTORA

MARÍA BEATRIZ NEIRA

TUTORA

MBA LESLIE RODRIGUEZ

SAMBORONDÓN, MARZO 2015

1 Índice General

1	Índice General.....	2
2	Justificación.....	6
3	Problema a resolver.....	7
4	Objetivos	8
4.1	Objetivo General	8
4.2	Objetivos Específicos	8
5	Resumen Ejecutivo	9
6	Misión y visión	10
6.1	Misión.....	10
6.2	Visión.....	10
7	Metas.....	10
8	Viabilidad legal.....	11
9	Análisis de mercado	13
9.1	Mercado objetivo.....	13
9.2	Análisis PESTAL	15
9.2.1	Entorno político.....	15
9.2.2	Entorno Económico	16
9.2.3	Entorno Social.....	17
9.2.4	Entorno Tecnológico	18
9.3	Análisis FODA.....	19
9.4	Análisis de las 4Ps	20
9.4.1	Producto.....	20
9.4.2	Precio	23
9.4.3	Promoción.....	24
9.4.4	Plaza.....	25
9.5	Análisis de la demanda y oferta	25
9.5.1	Análisis de la oferta	25

9.5.2	Análisis de la demanda	26
10	Análisis Operativo	32
10.1	Localización y descripción de las instalaciones	32
10.2	Método de producción.....	33
10.3	Capacidad instalada.....	33
10.4	Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA	34
10.5	Recursos humanos.....	35
11	Análisis financiero	37
11.1	Inversión inicial	37
11.2	Financiamiento.....	37
11.3	Presupuesto de gastos de administración, publicidad y marketing.....	38
11.4	Presupuesto de costos de operación	39
11.5	Presupuesto de ingresos.....	40
11.6	Proyección de Estado de Pérdidas y Ganancias	41
11.7	Proyección de Flujo de Caja	42
11.8	Análisis de Rentabilidad: TMAR, TIR, VAN, IR, Payback	43
11.9	Punto de equilibrio	45
11.10	Análisis de sensibilidad	46
12	Viabilidad	47
13	Bibliografía.....	48
14	ANEXOS.....	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de sociedades existes en el Ecuador	11
Tabla 2 Conformación de la compañía	12
Tabla 3 Cálculo de la muestra	14
Tabla 4 Paquete A del servicio de Ecuador virtual	22
Tabla 5 Paquete B del servicio de Ecuador virtual.....	22
Tabla 6 Precios tentativos paquete A.....	23
Tabla 7 Precios tentativos paquete B.....	23
Tabla 8 Costo de configuración de la página de Ecuador virtual.....	34
Tabla 9 Descripción del puesto de Gerente.....	35
Tabla 10 Descripción del puesto de Contador	36
Tabla 11 Descripción del puesto de Jefe comercial	36
Tabla 12 Descripción del puesto de Jefe de informática	36
Tabla 13 Inversión Inicial	37
Tabla 14 Financiamiento.....	37
Tabla 15 Resumen del pago del préstamo	38
Tabla 16 Presupuesto de gastos administrativos	38
Tabla 17 Presupuesto de gastos de publicidad y marketing.....	39
Tabla 18 Presupuesto de costos de operación	39
Tabla 19 Demanda Potencial.....	40
Tabla 20 Precio y participación de los servicios	40
Tabla 21 Índices Económicos	43
Tabla 22 Cálculo del costo promedio ponderado de capitales	44
Tabla 23 Análisis de rentabilidad	44
Tabla 24 Período de recuperación de la inversión.....	45
Tabla 25 Punto de equilibrio	45
Tabla 26 Escenario pesimista	46
Tabla 27 Escenario optimista	46

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Uso del teléfono inteligente por los ecuatorianos	18
Gráfico 2 Años de funcionamiento de la empresa.....	27
Gráfico 3 Disposición a formar parte de la página web.....	27
Gráfico 4 Expectativas	28
Gráfico 5 Conocimiento sobre empresas de este tipo en el país	28
Gráfico 6 Tiempo de permanencia en la página.....	29
Gráfico 7 Disposición de pago	29
Gráfico 8 Medio publicitario.....	30
Gráfico 9 Experiencia en grupos de PYMES.....	30
Gráfico 10 Conocimiento sobre la aplicación de estas páginas	31
Gráfico 11 Principales obstáculos para la conformación de una PYME	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Composición del mercado objetivo	13
Figura 2 Fórmula estadística para hallar la muestra	14
Figura 3 Propuesta de la interfaz de la página	20
Figura 4 Propuesta de logo de la empresa.....	24
Figura 5 Propuesta de banner electrónico	24
Figura 6 Interfaz de Facebook.....	25
Figura 7 Localización de la empresa	32
Figura 8 Diagrama de las instalaciones	32
Figura 9 Diagrama de procesos	34
Figura 10 Organigrama de la empresa	35

2 Justificación

El desarrollo del presente trabajo se hace con la finalidad de demostrar las ventajas que poseen los mercados virtuales para aquellas empresas que, por su corto presupuesto, carecen de una estrategia de promoción publicitaria eficiente que les permita una interacción directa con sus clientes. Para este efecto, se busca exponer la utilidad que tienen los medios digitales como páginas web y redes sociales, puesto que permite la combinación entre texto, imagen y sonido, captando de la atención del cliente potencial de una forma más eficaz (García, Niño, & Nuñez, 2011).

De esta manera, los mercados virtuales proporcionan grandes beneficios en los procesos internos a las PYMES que logren acceder a ellas y hagan un uso adecuado generando para sí mismas ventajas competitivas que permita enfrentar de manera consolidada la competencia local, nacional e internacional; dentro de los beneficios se pueden mencionar los siguientes:

1. Permiten aumentar las Ventas, a través del comercio electrónico, el marketing electrónico, las páginas Web, el posicionamiento en buscadores, entre otros.
2. Permiten disminuir los costos, al hacer más eficientes los procesos, disminuir las pérdidas de material y productos terminados, facilitar el análisis financiero, entre otras aplicaciones.
3. Impactan sobre la satisfacción de clientes y proveedores y su fidelidad, a través de aplicaciones que facilitan la relación y conocimiento de sus clientes y proveedores.
4. Hacen más eficientes las estructuras organizacionales, pues se disminuyen trámites innecesarios, y se disminuyen ostensiblemente envíos y demoras en la entrega de información entre empleados, o a clientes y proveedores.
5. Facilitan el entrenamiento del personal, a través de herramientas de e-learning.

6. Mejoran la comunicación al interior de la empresa, y con clientes, proveedores, gobierno y otros aliados.
7. Y por ende, se mejora la rentabilidad. (Solórzano, 2010)

3 Problema a resolver

Los grandes avances tecnológicos han hecho posible que las personas puedan tener acceso a todo tipo de información prácticamente al instante, a través del uso frecuente de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's), las cuales forman parte del diario vivir de la denominada "sociedad de la información"; término que resume las transformaciones sociales que se están produciendo en la sociedad moderna, y que como resultado de esta temática, se destacan la innovación, nuevos conocimientos, habilidades y la orientación hacia el progreso tecnológico e informático. (Krüger, 2006)

Bajo este contexto, tanto páginas web como las redes sociales han ganado presencia en los medios de comunicación a través de los años; son espacios que permiten mantener una conexión con sus integrantes y allí se pueden concentrar gran número de usuarios que no son únicamente personas naturales, sino que ahora intervienen también empresas y organizaciones varias.

Dentro de las redes sociales los usuarios pueden construir un banco de datos incluyendo información personal, imágenes, comentarios, entre otros, lo cual podría ser utilizado por cualquier empresa que busque adentrarse en las preferencias de sus clientes potenciales o detectar las estrategias que utiliza su competencia. (Flores, 2009)

Las expectativas de los clientes no solo se limitan a lograr una buena experiencia con los productos, sino que además entre sus exigencias actuales está: contar con un servicio destinado a atender sus consultas, quejas o problemas. Las empresas que

utilizan líneas de servicio al cliente, páginas webs para realizar consultas o quejas, logran incrementar la confianza y la credibilidad de sus clientes brindándoles respuestas y canales de ayudas, lo cual puede ser uno de los principales factores para generar una mayor lealtad de marca y fidelización de sus consumidores. (Albares, 2014)

No obstante, la problemática de investigación surge al momento en que las empresas, especialmente de la categoría PYME, adolecen de una estrategia que les permita expresarse en medios de comunicación masiva como la televisión o radio, por los elevados costos que representan y porque, probablemente, no esté siendo bien enfocada al mercado objetivo. Por otra parte, no toda la publicidad que sale en televisión o radio es vista por las personas para las que fue creada, porque se debe recordar que la mayoría trabaja o realiza alguna diligencia que no le permite estar frente a un televisor en todo momento. Bajo este contexto, la creación de un mercado virtual tiene una ventaja competitiva pues, por su versatilidad siempre está con su usuario y éste está obligado a utilizarlo en cualquier momento.

4 Objetivos

4.1 Objetivo General

Determinar la viabilidad del diseño de un canal virtual que permita contribuir con el desarrollo del sector empresarial PYME de la ciudad de Guayaquil.

4.2 Objetivos Específicos

- **Objetivo de mercado:** Realizar un estudio de mercado que permita analizar la oferta y demanda existentes en la ciudad de Guayaquil.

- **Objetivo operativo:** Esquematizar los procesos de operación para la correcta prestación del servicio de mercado virtual para el sector empresarial PYME de la ciudad de Guayaquil.
- **Objetivo financiero:** Determinar la inversión necesaria para el desarrollo del mercado virtual para el sector empresarial PYME.

5 Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios consiste en el diseño de un mercado virtual, denominado “Ecuador Virtual”, el cual espera convertirse en una herramienta de apoyo para la promoción de los productos ecuatorianos, especialmente del sector empresarial PYME localizado en la ciudad de Guayaquil. Sector que fue elegido, debido a los diferentes desafíos que deben afrontar este grupo de empresas que, por su condición de pequeño y mediano capital, no cuentan con los suficientes recursos para invertir en una estrategia publicitaria que les permita despegar en el mercado ecuatoriano, mucho menos proyectarse a mercados internacionales.

Es así como a través de una herramienta versátil, económica y de gran difusión, como es el internet, se busca apoyar al sector PYME de Guayaquil para mejorar la promoción de sus bienes. Por ello, el sector que se desea potenciar es la manufactura, a fin de incentivar el consumo de los productos nacionales, especialmente en esta época en que el país presenta un alto déficit en la balanza comercial, ya que el volumen de importaciones supera las exportaciones y además, se agrava con la caída del precio del barril del petróleo y la apreciación del dólar; todas esas situaciones han hecho que el Gobierno Nacional tome medidas proteccionistas para restringir el consumo de bienes importados y se potencie el consumo de los bienes ecuatorianos, así se evita la salida de divisas y se evita un quiebre de la industria local.

Tomando como base este antecedente, se considera que Ecuador Virtual podría

convertirse en un aliado estratégico de la industria ecuatoriana, principalmente de las pequeñas y medianas empresas, para reactivar su producción y mantener el crecimiento sostenido que se ha dado en los últimos 6 años. Bajo este contexto, se cree que este proyecto puede tener un buen impacto en la sociedad, porque al promover el consumo nacional el dinero se mantiene dentro del país y se garantiza el crecimiento de la industria local, mejoramiento de las condiciones laborales y disminución de los déficits en la balanza comercial.

6 Misión y visión

6.1 Misión

Convertirnos en la principal aliada de las PYMES, contribuyendo a su desarrollo y brindando a los clientes una gran cantidad de alternativas en un solo lugar, mejorando su manera de realizar negocios dentro del país.

6.2 Visión

Ser una empresa que pueda reunir la mayor cantidad de PYMES de la ciudad de Guayaquil, brindando a los clientes comodidad, variedad y seguridad, siendo una alternativa confiable para el comercio electrónico.

7 Metas

- Agrupar al 10% de PYMES de la ciudad de Guayaquil dentro de los 3 primeros años de funcionamiento.
- Obtener una rentabilidad del 10% anual.
- Recuperar la inversión realizada en un periodo no mayor a 3 años.

8 Viabilidad legal

Existen exigencias que los organismos reguladores como el Cuerpo de Bomberos, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, El Ministerio de Trabajo y la M. I. Municipalidad de Guayaquil solicitan a las empresas que se conformarán; en el país los tipos de sociedades existentes son las siguientes:

Tabla 1 Tipos de sociedades existes en el Ecuador

TIPO DE SOCIEDAD	NÚMERO DE SOCIOS	CAPITAL MÍNIMO
De nombre colectivo	2 o más	No existe
En comandita simple	2 o más	No existe
En comandita por acciones	2 o más	\$800
Compañía anónima	2 o más	\$800
De economía mixta	2 o más	\$800
De responsabilidad limitada	Entre 3 y 15	\$400

Elaboración: Autora

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2013)

Los pasos para la constitución de una empresa son los siguientes:

1. Aprobación del nombre de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
2. Creación de una cuenta bancaria en un banco de la ciudad.
3. Elevación de la escritura pública en una Notaría de la ciudad.
4. Aprobación de la escritura de la constitución de la sociedad en la Superintendencia de Compañías.
5. Publicación de la constitución de la compañía en un periódico de circulación nacional como Diario El Universo.
6. Inscripción de la constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
7. Designación de un representante legal por la Junta General de Accionistas.
8. Inscripción del representante legal en el Registro Mercantil.

9. Obtención de permisos de por parte del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
10. Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas.
11. Emisión de un talonario de facturas autorizadas por el SRI en una imprenta autorizada de la ciudad.
12. Registro en El seguro Social tanto para empleador como para empleados.
13. Emisión del permiso de funcionamiento por la M. I. Municipalidad de Guayaquil

Es así que la empresa quedaría conformada de la siguiente manera:

- La razón social de la empresa será “NEIRASERVICES” teniendo como representante legal a la Sra. María Beatriz Neira.
- El nombre comercial de la compañía será “Ecuador Virtual”.
- La empresa tendrá como domicilio a la ciudad de Guayaquil.
- La actividad económica será la prestación de servicios de hosting para PYMES ecuatorianas a modo de nexo entre clientes y empresas.
- El plazo de duración que la compañía establece.
- La propiedad accionaria se encontrará dividida entre 4 accionistas, los mismos que aportarán de manera equitativa la suma de \$ 3,750.00, quedando así un capital social de \$ 15,000.00, dividido de esta manera:

Tabla 2 Conformación de la compañía

ACCIONISTA	APORTACIÓN	% PARTICIPACIÓN
María Beatriz Neira	\$3,750	25%
Accionista 2	\$3,750	25%
Accionista 3	\$3,750	25%
Accionista 4	\$3,750	25%
TOTAL	\$ 15,000	100%

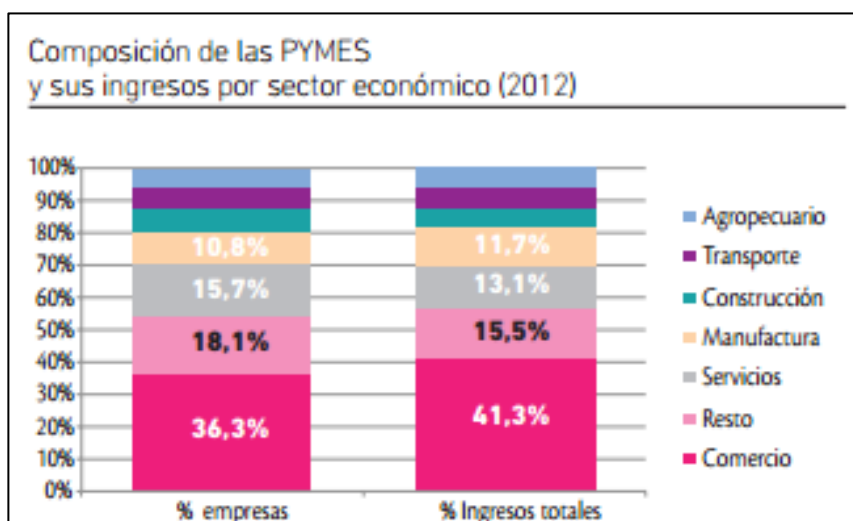
Elaboración: Autora

9 Análisis de mercado

9.1 Mercado objetivo

El mercado objetivo serán las PYMES existentes en el mercado guayaquileño, las cuales se dediquen a la manufactura de productos, esto debido a que se busca contribuir con la presente propuesta al cambio de la matriz productiva impulsado por el actual Gobierno Nacional.

Figura 1 Composición del mercado objetivo



Fuente: (Revista Abordo, 2013)

Como se puede observar, el sector manufacturero requiere un impulso para su desarrollo, ya que se encuentra entre los que generan menores ingresos en sus arcas. El presente trabajo pretende dotar de una herramienta que permita a este mercado contribuir con el desarrollo socioeconómico del país y con el cambio de la matriz productiva del mismo.

En lo que respecta al mercado objetivo, se tomó como referencia, al total de PYMES que se encuentra en la ciudad de Guayaquil, la cual es 5.920. (Revista Abordo, 2013). De ese total, el 11% está conformado por el sector de manufactura, lo que equivale a

651 empresas. De este resultado se ha extraído una muestra con la ayuda de la fórmula para poblaciones finitas, la cual arrojó el resultado final de 122¹. A continuación se presenta el cálculo respectivo:

Figura 2 Fórmula estadística para hallar la muestra

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

Elaboración: Autora

Tabla 3 Cálculo de la muestra

n/c=	95%	n =	$\frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$
z=	1.96	n =	$\frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (651)}{(651- 1) (0.08)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$
p=	50%	n =	$\frac{625.22}{5.12}$
q=	50%	n =	122
N=	651		
e=	8%		
n=	?		

Elaboración: Autora

¹ Ver anexo 1.

9.2 Análisis PESTAL

9.2.1 Entorno político

En lo político el actual proyecto se fundamenta en el Plan Nacional del Buen Vivir y el COPCI².

- **El COPCI**

Dentro de este código se implementan incentivos para la actividad empresarial, esto beneficia a la creación de la empresa “Ecuador Virtual”, puesto que da facilidades para la obtención de créditos para el desarrollo empresarial de nuevas inversiones para las pequeñas y medianas empresas; así también, existen incentivos fiscales y programas de capacitación para que el personal de la empresa pueda acceder a programas de capacitación que contribuyan al desarrollo de la empresa a corto plazo. La exoneración del pago del impuesto a la renta beneficia a la recuperación de la inversión realizada en las empresas creadas. (COPCI, 2010)

- **El plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017**

Dentro de este documento se encuentran diseñados 12 objetivos que se espera sean cumplidos durante el periodo establecido, para así asegurar una sociedad inclusiva y responsable que tenga las posibilidades suficientes para poder vivir en armonía y con condiciones dignas y equitativas en cuanto a su desempeño laboral. Los objetivos considerados que tienen vinculación con el actual proyecto son los siguientes:

- **Objetivo 3 “Mejorar la calidad de vida de la población”:** La creación de una plataforma virtual en la que se agrupen las PYMES para poder ser visualizadas de mejor manera por los clientes

² Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

potenciales contribuirá a mejorar la calidad de vida de las personas en cuanto a aumentar sus ingresos mediante el emprendimiento personal.

- **Objetivo 9 “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”:** LA empresa dará a sus empleados un pago justo por la utilización de sus capacidades y responsabilidades, así como considerar los beneficios estipulados por la ley y contar con un ambiente laboral sano y que contribuya con el desarrollo del personal. (SENPLADES, 2013)

9.2.2 Entorno Económico

Las variables económicas que tendrían mayor incidencia en la creación y desarrollo del proyecto son las siguientes:

- **Inflación anual**

(Diciembre 2013 – diciembre 2014)

3.67%

Este indicador se encuentra en decrecimiento, esto resulta favorable para la creación de la presente empresa, puesto que los presupuestos no tendrían una afectación importante en cuanto a los gastos generados en los procesos administrativos y operativos; además, los clientes se verían motivados a la adquisición de más productos y servicios, lo que es positivo para las empresas que se encuentren dentro de “Ecuador Virtual”

- **Riesgo país**

(21 de enero 2015)

5.69%

El riesgo país también posee una tendencia decreciente, lo que es un aspecto positivo para que se den nuevas inversiones en el país, por lo que nuevos empresarios crearían empresas que requerirían del servicio prestado por la

empresa “Ecuador Virtual”; el desarrollo socioeconómico se beneficia directamente de esta situación.

- **Tasa de interés pasiva**

(Enero 2015)

5.22%

Finalmente, la tasa de interés pasiva, la cual es pagada por los bancos a sus respectivos depositantes es atractiva, lo que incentivaría a los empresarios a mantener sus depósitos producto de las utilidades y así generar nuevos proyectos a futuro.

- **PIB**

(Diciembre 2013)

4.5%

El producto Interno Bruto del país se encuentra con un marcado crecimiento, el mismo que se ha presentado de esta manera durante los últimos 7 años, marcando un promedio de 4.5%; este indicador muestra que la economía ecuatoriana se encuentra en pleno crecimiento, debido en gran parte a las políticas de desarrollo empresarial propuesta por el actual régimen. La generación de nuevos proyectos de negocios es lo que se genera cuando este indicador es positivo. (Banco central del Ecuador, 2015)

9.2.3 Entorno Social

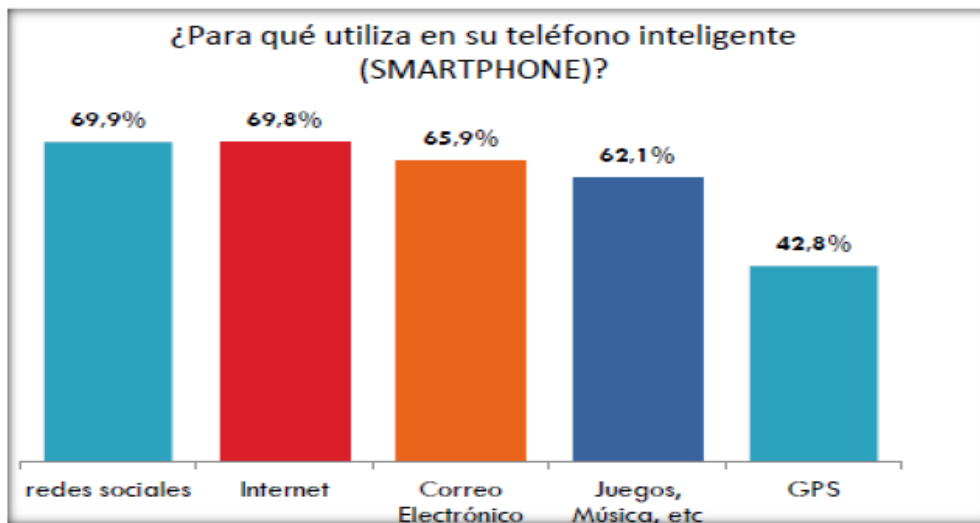
En la ciudad no se encuentra una empresa que brinde los servicios que “Ecuador Virtual” estaría en capacidades de ofrecer, por lo que se estaría contribuyendo con el desarrollo social de la ciudad. Para que una PYME pueda promocionarse y ser vista por el mercado, esta debe destinar recursos para la publicidad en distintos medios, valores que las PYMES en muchos casos no están dispuestas a invertir al desconocer

los resultados a obtener, por lo que la posibilidad de pertenecer a una marca que albergue varias PYMES les permitirá aumentar su presencia de marca en el mercado.

9.2.4 Entorno Tecnológico

Resulta importante conocer el avance tecnológico que presenta el país, más aún el uso de teléfonos inteligentes, ya que se encuentra directamente relacionado con el proyecto en cuestión en lo referente a la visualización de la página por parte de los clientes de las empresas presentes en la misma. Es así que el porcentaje de personas que hacen uso de la tecnología para obtener información sobre bienes y servicios resulta elevado según cifras del INEC, a continuación se presenta un gráfico en el que se puede observar que el porcentaje de personas que utilizan su teléfono móvil para acceder al internet alcanza el 69.8%, para revisar el correo electrónico el 65.9% y para ingresar a las redes sociales el 69.9%. (INEC, 2011)

Gráfico 1 Uso del teléfono inteligente por los ecuatorianos



Fuente: (INEC, 2011)

Elaboración: Autora

9.3 Análisis FODA

Fortalezas

- Convenios con la Cámara de la pequeña industria.
- Personal capacitado en el desarrollo de páginas web y contenidos multimedia.
- Profesionalismo en el diseño de estrategias para marketing en línea.
- Precios relativamente asequibles para el sector PYME.
- Entrega de un servicio con valor agregado y de nulo impacto ambiental.
- Disponibilidad de los contenidos las 24 horas al día durante los 365 días del año.

Oportunidades

- Mercado con alta aceptación a la tecnología.
- Escasa competencia en el mercado.
- Demanda insatisfecha.
- Crecimiento del uso de TIC's en la ciudad.
- Aparición de nuevos emprendimientos.

Debilidades

- La proyección de la marca aún es débil, puesto que se trata de una empresa nueva.
- Dependencia de un servidor digital, el cual puede presentar problemas por saturación de descargas, caída de red, virus y demás complicaciones.
- Bajo capital propio para iniciar el proyecto.

Amenazas

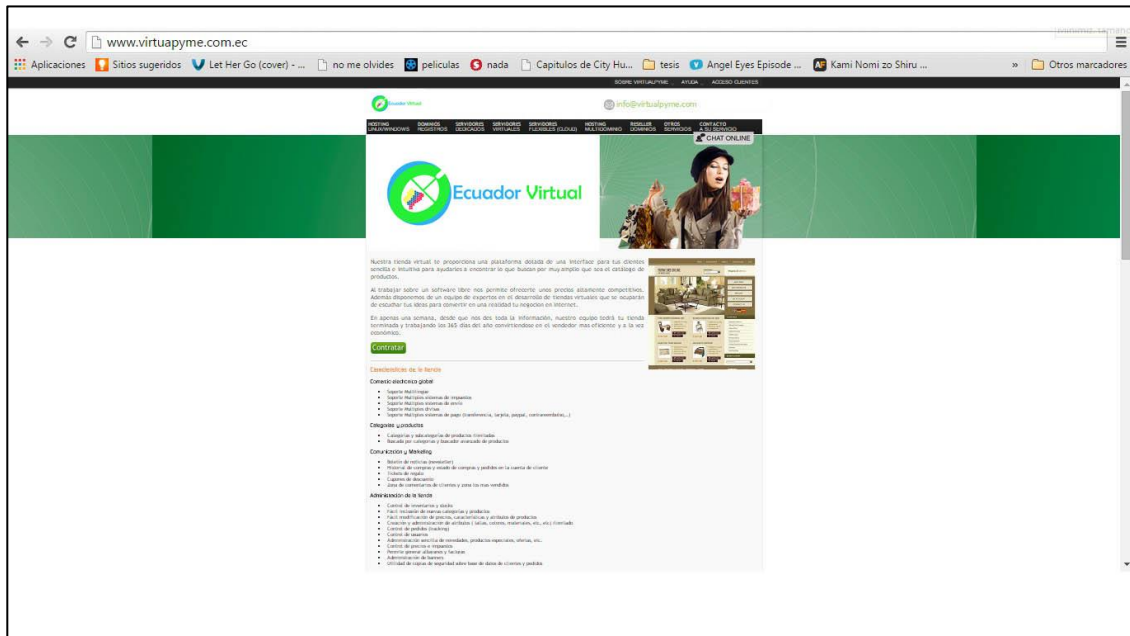
- Desconfianza de la efectividad de pertenecer a la plataforma virtual.
- Pocas empresas al iniciar el funcionamiento de la plataforma.
- Poca apertura de los pequeños y medianos empresarios.
- Plagio de la idea por parte de empresas competidoras.

9.4 Análisis de las 4Ps

9.4.1 Producto

La empresa “Ecuador Virtual” ofrecerá el servicio de plataforma virtual para la promoción de PYMES de la ciudad de Guayaquil, en la cual se albergarán a las mismas para que puedan ser localizadas con mayor facilidad por sus potenciales clientes, mejorando sus ventas y por ende sus ingresos. La plataforma será visualizada por los usuarios de la siguiente manera:

Figura 3 Propuesta de la interfaz de la página



Elaboración: Autora

La empresa brindará el servicio de exposición de las pymes dentro de una sola plataforma, la misma que contribuirá con el aumento del prestigio de las marcas que aquí se encuentren, ya que estas contarían con presencia en el cyber espacio. En un principio se contará con una sola alternativa para las empresas que deseen aparecer en “Ecuador Virtual”

- Desarrollo exclusivo de su tienda virtual.

- Instalación de la tienda y personalización básica del diseño, colores de la web, cambio de logotipo, tipos de letra, etc.
- Tienda en 1 idioma
- Personalización de emails y toda la comunicación que genera la tienda con los datos de su empresa.
- Diseño totalmente personalizado de las páginas "quién somos, donde estamos, información de envíos, política de privacidad" donde podrá poner explicaciones y fotos de su empresa así como los datos de contacto.
- No incluye configuración de gastos de envío. Los gastos de transporte estarán incluidos en el precio del producto.
- Configuración e instalación de los medios de pago por transferencia.
- Completo manual de uso, administración y configuración de la tienda, formación básica sobre su uso.
- Asesoramiento vía teléfono o email sobre el uso de la tienda.
- Tú mismo podrás introducir o modificar los productos mediante el panel de control siempre contando con nuestro asesoramiento.

Además se incluirá las siguientes características para el correcto funcionamiento de la página del cliente:

- 1 registro de dominio gratuitos entre, .com, .net, .org, .info, .biz, .ec, .com.ec, nom.ec o .org.ec
- Redirecciones de correo
- Soporte para Scripts en Perl, ASP, Php4, JavaScript, Wap, etc.
- Estadísticas de acceso Web completas
- Estadísticas de transferencia de su dominio
- Soporte técnico las 24h del día
- Ilimitadas bases de datos. (Virtual Pyme, 2014)

El valor agregado que la empresa brindará, es el de otorgar a las PYMES que en la página se encuentran una mayor visibilidad hacia el mercado en general, puesto que

se encontrarán agrupadas dentro de un solo espacio y que además les otorgará una mayor prestigio para los consumidores. Existirán dos paquetes, los mismos que tendrán las siguientes características según las necesidades de los clientes:

Tabla 4 Paquete A del servicio de Ecuador virtual

PAQUETE A (básico)	
CARACTERÍSTICAS	VALORACIÓN
Dominios	1
Transferencia de datos(mb)	10,000
Cuentas de correo	50
Cuentas FTP	Si
Memoria	16 gb
Almacenamiento	2000 mb
Indexación a 400 buscadores	Si
Google adwords	\$10
Subdominios	1
Estadísticas web	Si
Base de datos	1
Soporte para scripts	Si
Soporte técnico 24 horas	Si

Elaboración: Autora

Tabla 5 Paquete B del servicio de Ecuador virtual

PAQUETE B (completo)	
CARACTERÍSTICAS	VALORACIÓN
Dominios	1
Transferencia de datos(mb)	Ilimitado
Cuentas de correo	200
Cuentas FTP	Si
Memoria	16 gb
Almacenamiento	5000 mb
Indexación a 400 buscadores	Si
Google adwords	\$50
Subdominios	1
Estadísticas web	Si
Base de datos	1
Soporte para scripts	Si
Soporte técnico 24 horas	Si

Elaboración: Autora

9.4.2 Precio

El costo referencial promedio con el contará el servicio rondará los \$ 4,063 por mes, considerando el diseño y mantenimiento de la marca en el mercado virtual y pago a programadores, diseñadores e ingeniero de software; razón por la cual los precios podrían variar con el paso del tiempo según las necesidades de los clientes, a continuación se presentan variaciones del precio para poder captar más clientes:

Tabla 6 Precios tentativos paquete A

PAQUETE A (básico)	
PERÍODO	COSTO
6 meses	\$300
1 año	\$500
2 años	\$900

Elaboración: Autora

Tabla 7 Precios tentativos paquete B

PAQUETE B (completo)	
PERÍODO	COSTO
6 meses	\$400
1 año	\$600
2 años	\$1,000

Elaboración: Autora

Para que la página esté debidamente estructurada se deben tener en cuenta los siguientes factores, los mismos que tiene un valor que se presenta a continuación; estos valores en lo que se refiere al host son proporcionados por Ecuahosting, mientras que los de maquetación y diseño gráfico son los que promedian en el mercado de diseñadores freelance.

9.4.3 Promoción

Figura 4 Propuesta de logo de la empresa



Elaboración: Autora

Además para difundir la presencia de la empresa se enviarán banners electrónicos mediante correos electrónicos o pautando en Facebook o en páginas que tengan alta afluencia de visitantes en la ciudad.

Figura 5 Propuesta de banner electrónico



Elaboración: Autora

9.4.4 Plaza

La plaza en la que la empresa ofrecerá su servicio será mediante una página web, ya que será el único lugar en donde el servicio pueda localizarse. Además se establecerá una página de Facebook en donde se podrá mantener una comunicación entre los potenciales clientes, así como dar a conocer la existencia de la página entre la mayor cantidad de público posible.

Figura 6 Interfaz de Facebook



Elaboración: Autora

9.5 Análisis de la demanda y oferta

9.5.1 Análisis de la oferta

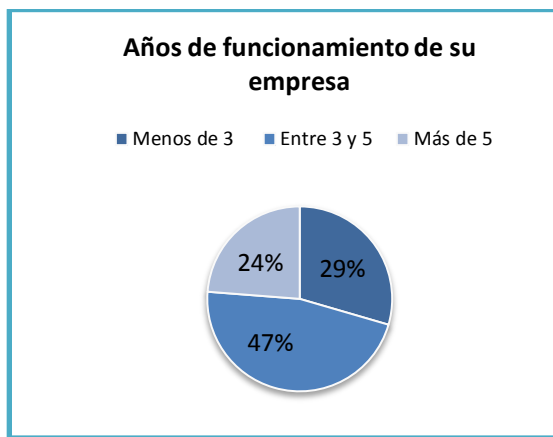
En el mercado ecuatoriano no existe una empresa que brinde los servicios que “Ecuador Virtual” estaría proponiendo, por lo que es necesario estudiar las necesidades del mercado, para así conocer la demanda del mismo.

9.5.2 Análisis de la demanda

En lo que respecta a la demanda, se hizo uso de un análisis de mercado, en donde se ha tomado como universo a las PYMES de la ciudad de Guayaquil, las cuales representan al 37% del total existente en el país (5,920), cifra que alcanza las 16,000 empresas. (Revista Abordo, 2013) La cantidad obtenida llega a las 651 PYMES, ya que las empresas a las que “Ecuador Virtual” dirigirá su servicio serán aquellas que se dedican a la manufactura de productos, puesto que se busca contribuir con el cambio de la matriz productiva del país, ayudando al desarrollo de la industria ecuatoriana. De este resultado se ha extraído una muestra con la ayuda de la fórmula para poblaciones finitas, la cual arrojó el resultado final de 122. Estas 122 empresas serán elegidas de entre las PYMES que se encuentran publicadas y cuentan con egresos declarados en el Servicio de Rentas Internas como se puede observar en el Top 100 de las pequeñas y medianas empresas. Los hallazgos más importantes obtenidos de la presente investigación de mercado son los siguientes: Un total del 78% de la muestra se encuentra abierto ante la posibilidad de formar parte de una página que sirva como mercado virtual para la exposición y posterior comercialización de los productos que expenden, ya que piensan en su mayor parte los beneficiaría en el desarrollo de su empresa.

Las empresas preferirían mantenerse dentro de la página por períodos de 1 año o 6 meses, ya que manifiestan que para ver resultados es necesario que la empresa se encuentre visible por un tiempo importante, lo que sería beneficioso para “Ecuador Virtual”, pagando valores que oscilarían entre los \$300 y 500\$ anualmente. Los encuestados expresan que preferirían hacer uso de este mercado virtual debido a que los costos publicitarios son muchas veces más elevados y no les garantizan un éxito en cuanto al incremento de sus ventas. Finalmente, indican que no conocen de esta clase de iniciativas en el país, sin embargo, conocen casos en países como Colombia, Chile y México en los que las PYMES se han visto beneficiadas y han contribuido con el desarrollo del sector en cada país.

Gráfico 2 Años de funcionamiento de la empresa

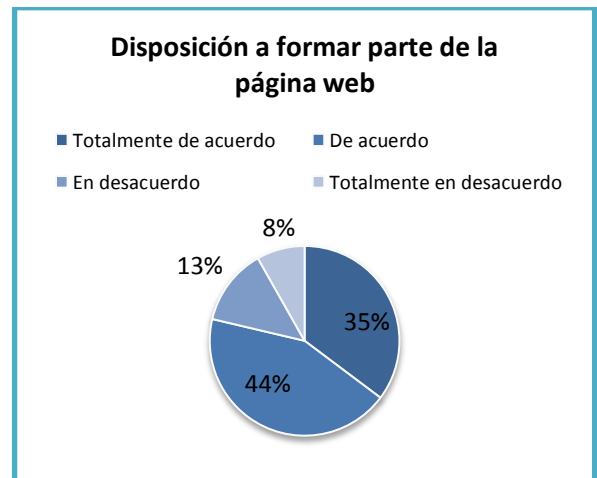


Elaboración: Autora

La pregunta numero dos se realizó, con el fin de conocer la disposición de las empresas para formar parte de la página web. El 35% de las empresas encuestadas afirmó estar totalmente de acuerdo en formar parte de un proyecto de esta índole, pues una página web es un gasto que consideran necesario pero que no pueden cubrir por si solos. El 44% de los encuestados afirmó estar de acuerdo con la idea. El 13% dijo que estaba en desacuerdo, pues prefieren promocionarse por los medios convencionales o por cuenta propia, y un 8% especificó estar totalmente en desacuerdo, pues prefieren trabajar de manera totalmente independiente.

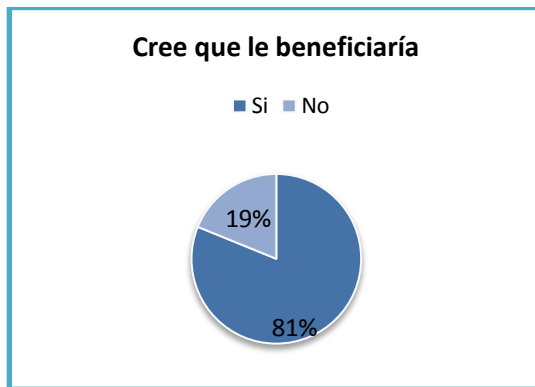
De acuerdo a las respuestas de los encuestados, El 29% de los representantes de las empresas afirmaron que la compañía tiene menos de 3 años de funcionamiento, mientras que un 47% contestó que la empresa tiene entre 3 a 5 años. El 24% de las empresas tienen más de 5 años en funcionamiento.

Gráfico 3 Disposición a formar parte de la página web



Elaboración: Autora

Gráfico 4 Expectativas

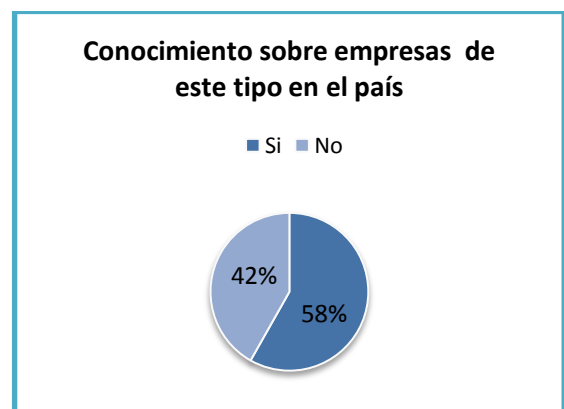


Elaboración: Autora

Esta pregunta busca determinar el nivel de conocimiento que tendrían las PYMES encuestadas sobre las empresas para la creación de mercados virtuales. El 58% de los encuestados dijeron que si conocían empresas que ofrezcan estos servicios pero no eran muy publicitadas o no conocían una de confianza. El 42% de las empresas expresó que aunque habían escuchado sobre estas empresas no conocían ninguna desarrollada en el país.

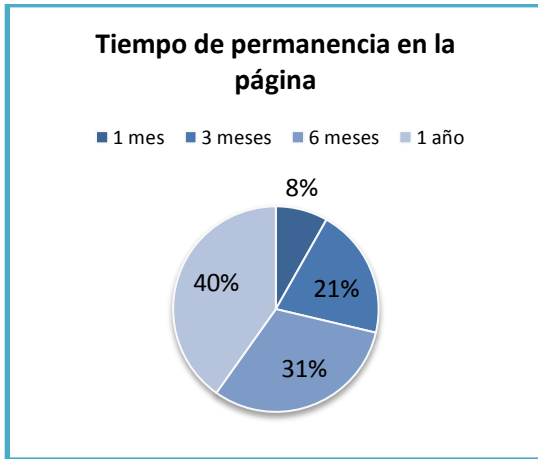
En esta pregunta se establece el nivel de beneficio que establecen las empresas al servicio ofrecido, el 81% de las empresas consideran que la promoción por medio de una página web si les produciría beneficios, pues conocen el nivel de publicidad que puede ser producido mediante el internet, mientras que, el 19% considera que participar de un proyecto así no les produciría beneficio alguno.

Gráfico 5 Conocimiento sobre empresas de este tipo en el país



Elaboración: Autora

Gráfico 6 Tiempo de permanencia en la página

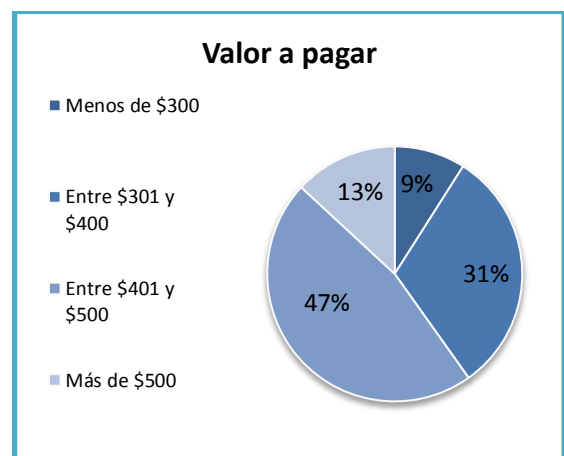


Elaboración: Autora

El 9% de los encuestados consideró que el pago del servicio debería ser menor a \$300 dólares, mientras que el 31% espera que el servicio tenga un costo entre \$301 a \$400 dólares, el 47% de las PYMES comentaron que un precio ideal sería entre \$401 y \$500 dólares, mientras que, el 13% piensa que sería mejor un valor excedente a \$500 dólares.

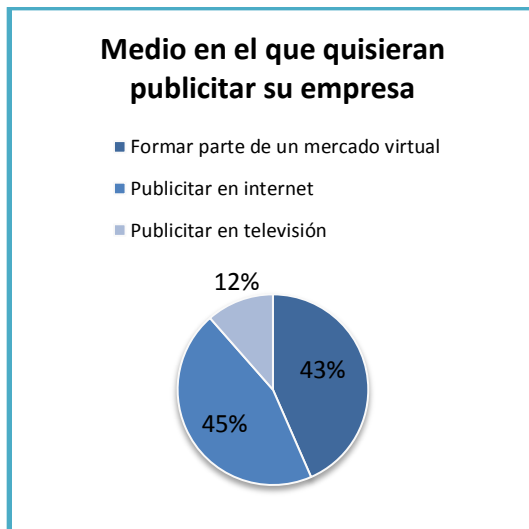
Con esta pregunta se busca determinar el tiempo que permanecerían las empresas afiliadas a la página web. El 8% de empresas afirmaron que solo se quedarían en la página, 1 mes a modo de prueba para comprobar si sus ventas aumentaban. El 21% de las empresas contestó que su permanencia en la página sería de 3 meses, pues consideran que los resultados no podrían verse en un plazo menor. El 31% de los encuestados aseguraron que su permanencia no sería menor a 6 meses, pues consideran que es una buena propuesta publicitaria, mientras que el 40% decidió que de llevarse a cabo el proyecto, su permanencia sería de 1 año.

Gráfico 7 Disposición de pago



Elaboración: Autora

Gráfico 8 Medio publicitario



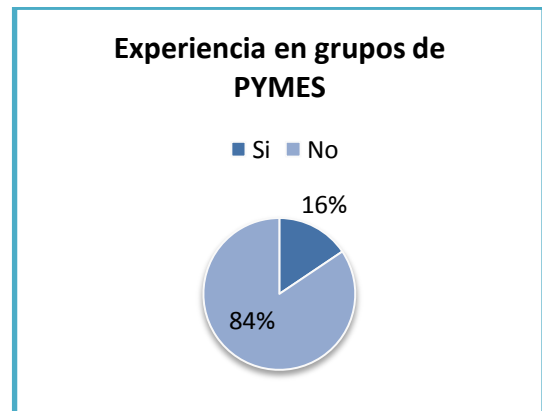
Elaboración: Autora

Se preguntó a las empresas, por cual medio preferirían que su empresa sea publicitada, el 43% de las empresas comentaron que preferirían formar parte de un mercado virtual, mientras que el 45% especifico que cualquier publicidad por internet les resultaría viable.

E 12% de los encuestados contestó que preferiría tener publicidad por la televisión.

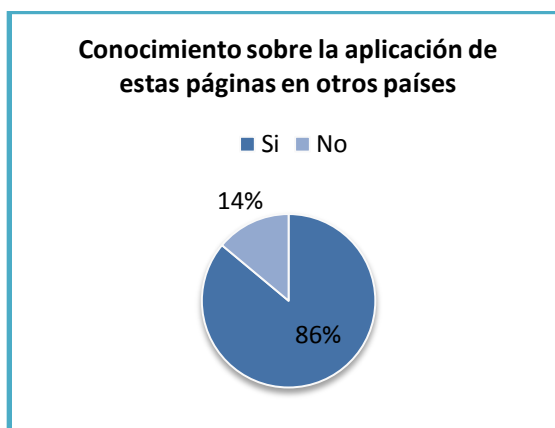
Se preguntó a las empresas PYMES encuestadas su experiencia en otros grupos de empresas PYMES a los cuales haya pertenecido. El 84% de los encuestados comentó que no ha tenido experiencia en algún grupo de esta índole, mientras que el 16% de las empresas si ha pertenecido a algún grupo de PYMES donde se apoyaban o publicitaban entre ellos.

Gráfico 9 Experiencia en grupos de PYMES



Elaboración: Autora

Gráfico 10 Conocimiento sobre la aplicación de estas páginas

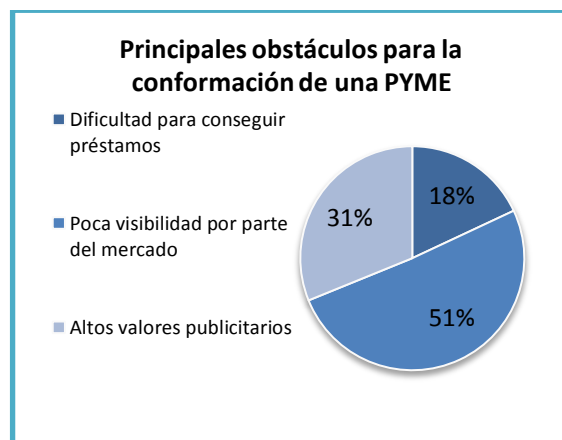


Elaboración: Autora

Se estableció esta pregunta para determinar el conocimiento de los encuestados sobre el manejo de mercados virtuales en otros países. El 86% de los encuestados comentó que si habían escuchado sobre este tipo de proyectos entre PYMES pero que no conocían de su implementación en el país. El 14% de las empresas comentó que no conocían sobre este tipo de mercados virtuales.

Se preguntó a los encuestados, sobre los principales obstáculos que encontraron al momento de conformar una PYME. El 18% de los encuestados contestó que una de sus mayores dificultades es la falta de facilidades para acceder a préstamos. El 51% de las empresas, estableció que su mayor dificultad fue la poca visibilidad que tienen en el mercado, y el 31% de los entrevistados afirmó que su mayor dificultad son los altos costos en medios publicitarios, lo que les impide darse a conocer con el consumidor.

Gráfico 11 Principales obstáculos para la conformación de una PYME



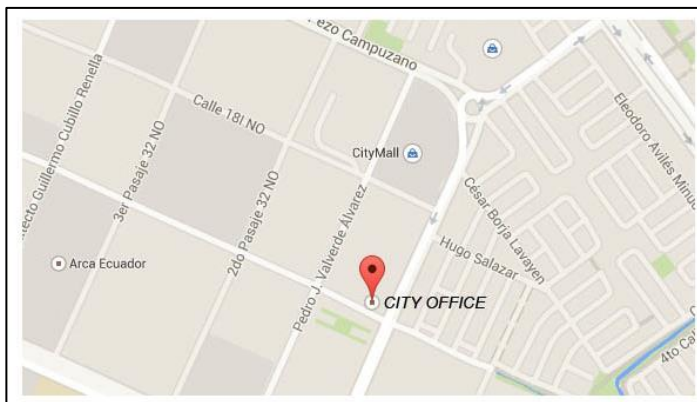
Elaboración: Autora

10 Análisis Operativo

10.1 Localización y descripción de las instalaciones

Las instalaciones de la empresa se encontrarán ubicadas en la ciudad de Guayaquil, en el sector de la Alborada sexta etapa, ya que es un sector comercial y con una ubicación geográfica importante.

Figura 7 Localización de la empresa



Fuente: Google maps

Las instalaciones se encontrarán conformadas de la siguiente manera:

Figura 8 Diagrama de las instalaciones



Elaboración: Autora

Las instalaciones contarán con una recepción, en la cual se entablará el contacto primario con el cliente, para luego pasar a la sala de espera, donde esperará hasta hacer el contacto final con el gerente de la empresa. En las instalaciones también se tendrá un área informática, la misma que será en la que se realice el correspondiente trabajo de subir la marca a la página y el mantenimiento de la misma.

10.2 Método de producción

No existe un método de producción, ya que no se estará generando un producto, sino proveyendo de un servicio; sin embargo, el proceso para la realización de la página será el siguiente:

- Elección de una plantilla para la página web.
- Diagramación de la página y edición de características.
- Programación de enlaces.
- Subida a la página de “Ecuador virtual”

10.3 Capacidad instalada

La capacidad instalada será de 4 computadores con sus respectivos discos duros, para poder llevar un almacenamiento interno, el mismo que servirá de respaldo en caso de algún imprevisto. Cada empleado estará a cargo de una máquina y de hasta 5 cuentas cada uno, pudiendo expandirse según el crecimiento de la empresa. La empresa tendrá su dominio registrado en Ecuahosting.net, teniendo que su capacidad de almacenamiento respaldada en sus servidores, es importante indicar que los únicos valores que se pagan mensualmente son los de hosting y el pago del dominio.

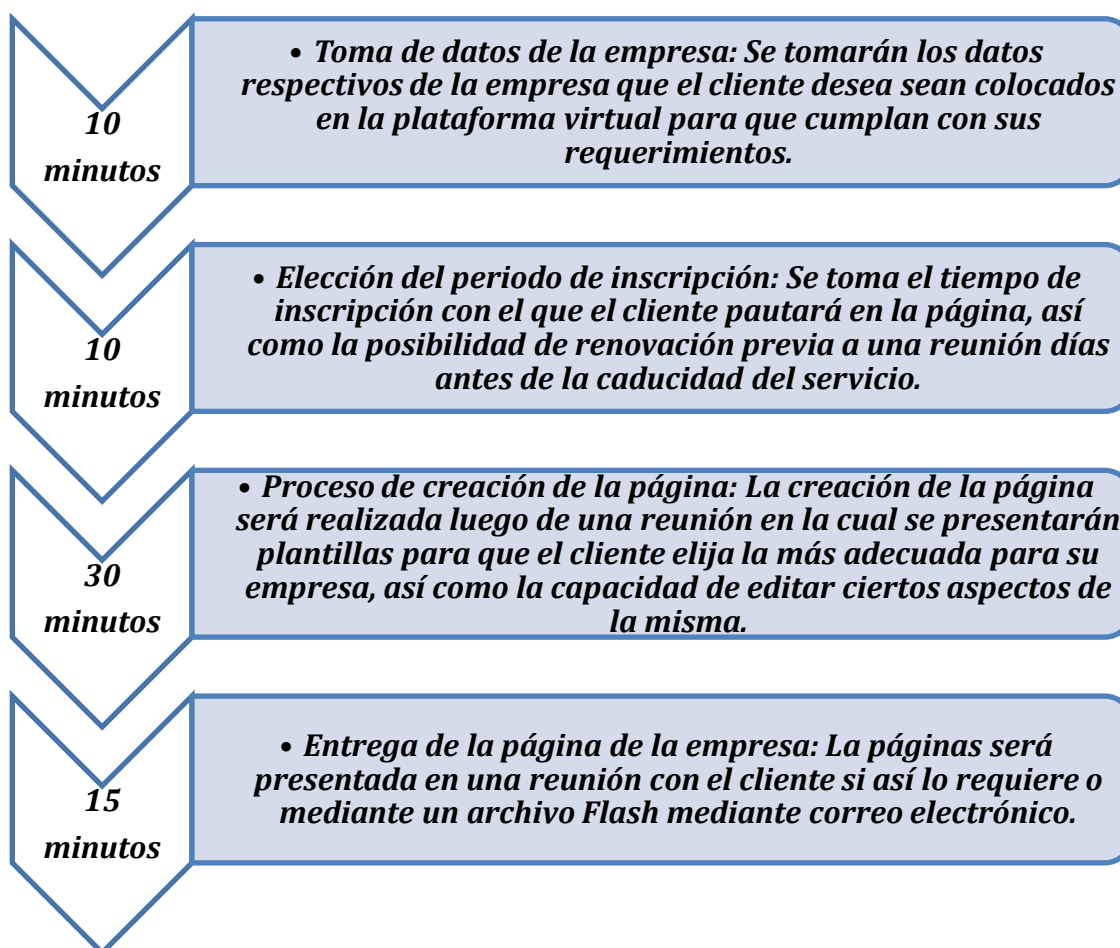
Tabla 8 Costo de configuración de la página de Ecuador virtual

ASPECTO	COSTO MES	Año 1
Ingeniero de Software	\$ 956.00	\$ 11,472.00
Programadores	\$ 1,294.33	\$ 15,532.00
Diseñadores de contenidos	\$ 1,541.40	\$ 18,496.80
Pago de dominio	\$ 22.00	\$ 264.00
Indexabilidad en los buscadores	\$ 50.00	\$ 600.00
Pago de host	\$ 200.00	\$ 2,400.00
TOTAL	\$ 4,063.73	\$ 48,764.80

Elaboración: Autora

10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA

Figura 9 Diagrama de procesos

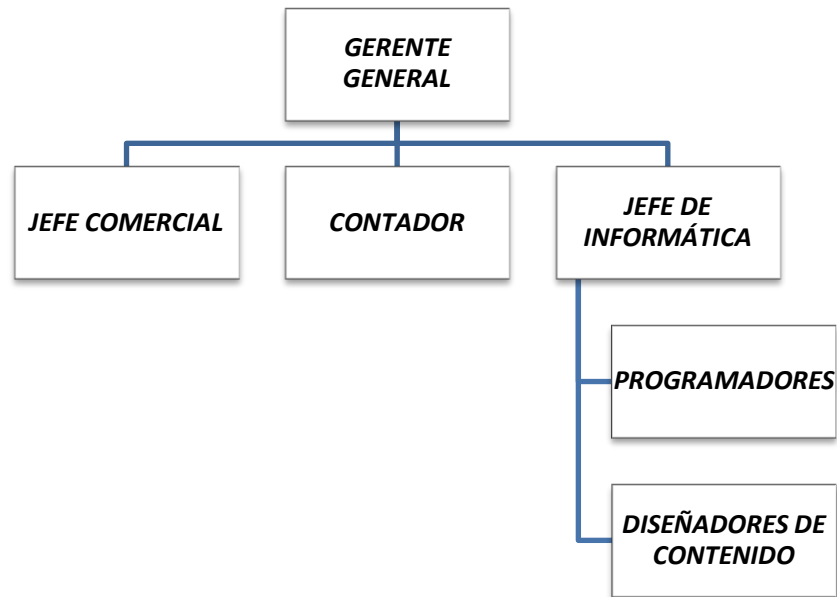


Elaboración: Autora

10.5 Recursos humanos

El organigrama de la empresa estará conformado de la siguiente manera:

Figura 10 Organigrama de la empresa



Elaboración: Autora

Las funciones para cada jefe de área serán las siguientes:

Tabla 9 Descripción del puesto de Gerente

CARGO: GERENTE	SUELDO: \$ 1,500.00
Descripción del cargo	
Es el representante legal de la empresa, supervisando, controlando y dirigiendo todas las actividades de la misma, delegando las correspondientes responsabilidades a sus subalternos: el cumplimiento de los objetivos de la compañía están a su cargo.	

Elaboración: Autora

Tabla 10 Descripción del puesto de Contador

CARGO: JEFE DE CONTABILIDAD	SUELDO: \$ 750.00
Descripción del cargo	
Se encuentra a cargo de la realización de los pagos y cobros pertinentes, así como de la elaboración de balances que permitan conocer el estado financiero de la compañía.	

Elaboración: Autora

Tabla 11 Descripción del puesto de Jefe comercial

CARGO: JEFE COMERCIAL	SUELDO: \$ 800.00
Descripción del cargo	
Debe elaborar planes estratégicos que permitan a la empresa posicionarse en el mercado, así como establecer objetivos de ventas que contribuyan con el crecimiento sostenido de la empresa, además de llevar a cabo las negociaciones con los clientes potenciales.	

Elaboración: Autora

Tabla 12 Descripción del puesto de Jefe de informática

CARGO: JEFE DE INFORMÁTICA	SUELDO: \$ 750.00
Descripción del cargo	
Es el encargado de la programación de la página, así como del diseño de misma; tendrá a su cargo a los empleados que requiera necesario para el control y mantenimiento de las páginas de los clientes.	

Elaboración: Autora

11 Análisis financiero

11.1 Inversión inicial

Para llevar a cabo este proyecto se requiere de una inversión inicial equivalente a \$ 35,887.00, la misma que estará destinada para la adquisición de activos fijos, pago de gastos pre-operacionales (activos diferidos) y para capital de trabajo, que servirá para la puesta en marcha del negocio. Tal como se aprecia en la tabla descrita en la parte inferior, los activos fijos tienen mayor incidencia en la inversión inicial al tener una participación del 69.93%:

Tabla 13 Inversión Inicial

<i>Activos fijos</i>	\$ 25,095.00	69.93%
<i>Activos diferidos</i>	\$ 3,072.00	8.56%
<i>Activos corrientes</i>	\$ 7,720.00	21.51%
TOTAL INVERSION	\$ 35,887.00	100.00%

Elaboración: Autora

11.2 Financiamiento

El financiamiento del proyecto sería a través de dos fuentes: recursos propios (\$ 15,000.00) y el saldo (\$ 20,887.00) mediante un préstamo bancario, el cual sería solicitado a un plazo de 2 años, con una tasa del 10.50% anual según la información proporcionada por la Corporación Financiera Nacional (CFN).

Tabla 14 Financiamiento

FORMA DE FINANCIAMIENTO		
	USD \$	%
<i>Recursos propios</i>	\$ 15,000.00	41.80%
<i>Préstamo bancario</i>	\$ 20,887.00	58.20%
TOTAL	\$ 35,887.00	100.00%
INSTITUCION FINANCIERA:	CFN	
MONTO:	\$ 20,887.00	
TASA:	10.50%	
PLAZO:	2	

Elaboración: Autora

Es así como el pago del capital del préstamo, dejaría un total de \$ 2,360.75 por concepto de intereses, haciendo que la deuda final en 24 meses sea equivalente a \$ 23,247.75.

Tabla 15 Resumen del pago del préstamo

PERIODO	PRINCIPAL	PAGO CAPITAL	PAGO INTERES	CUOTA ANUAL
1	\$ 20,887.00	\$ 9,898.10	\$ 1,725.78	\$ 11,623.87
2	\$ 10,988.90	\$ 10,988.90	\$ 634.97	\$ 11,623.87
		\$ 20,887.00	\$ 2,360.75	\$ 23,247.75

Elaboración: Autora

11.3 Presupuesto de gastos de administración, publicidad y marketing

En lo que concierne al presupuesto de gastos de administración, se han detallado todos los rubros mensuales que deberá desembolsar la empresa para el adecuado funcionamiento del proyecto. En este caso, el que mayor participación representa sobre el presupuesto total es el pago de los sueldos y beneficios sociales del personal administrativo. De esta forma, el presupuesto de gastos administrativos es de \$ 62,425.20 para el primer año de operaciones.

Tabla 16 Presupuesto de gastos administrativos

DETALLE	MENSUAL	Año 1
Sueldos y Beneficios Sociales	\$ 3,856.27	\$ 47,725.20
Alícuotas-Expensas de Administración	\$ 80.00	\$ 960.00
Agua	\$ 15.00	\$ 180.00
Luz	\$ 60.00	\$ 720.00
Internet - NETLIFE 48 MB/48MB - PYMES	\$ 280.00	\$ 3,360.00
Teléfono	\$ 45.00	\$ 540.00
Arriendo de Oficina	\$ 650.00	\$ 7,800.00
Suministros de Oficina	\$ 60.00	\$ 720.00
Suministros de Limpieza	\$ 35.00	\$ 420.00
TOTAL G. ADMINISTRATIVOS	\$ 5,081.27	\$ 62,425.20

Elaboración: Autora

Por otra parte, en lo que respecta a los gastos de publicidad y marketing, es importante mencionar que esto abarca los rubros para darle mayor promoción a los

servicios que ofrecerá Ecuador Virtual. En el detalle se puede apreciar que cada mes se hará una provisión para los diferentes gastos de publicidad, tales como publicaciones en prensa, mailing, banners, así como el pago de comisiones por ventas (5%). De esta manera, el presupuesto anual de estos gastos sería \$ 14,774.75, tal como se describe a continuación:

Tabla 17 Presupuesto de gastos de publicidad y marketing

DETALLE	MENSUAL	Año 1
<i>Prensa</i>	\$ 500.00	\$ 3,000.00
<i>Mailing</i>	\$ 150.00	\$ 1,800.00
<i>Banners</i>	\$ 500.00	\$ 2,000.00
<i>Comisiones por ventas (5%)</i>	\$ 664.56	\$ 7,974.75
<i>Página Web</i>	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD Y MARKETING	\$ 1,814.56	\$ 14,774.75

Elaboración: Autora

11.4 Presupuesto de costos de operación

Los costos de operación están determinados por los rubros que implican la programación y diseño de los contenidos de las páginas y servicios que se ofrecerán a los clientes. Es por ello, que dentro de este presupuesto se ha considerado el pago al ingeniero de software, programadores, diseñadores, pago de dominios web, indexabilidad en buscadores y pago del host, todo esto con la finalidad de mantener vigentes los sitios web de las empresas que contraten a Ecuador Virtual y deseen negociar sus productos en línea.

Tabla 18 Presupuesto de costos de operación

ASPECTO	COSTO MES	Año 1
<i>Ingeniero de Software</i>	\$ 956.00	\$ 11,472.00
<i>Programadores</i>	\$ 1,294.33	\$ 15,532.00
<i>Diseñadores de contenidos</i>	\$ 1,541.40	\$ 18,496.80
<i>Pago de dominio</i>	\$ 22.00	\$ 264.00
<i>Indexabilidad en los buscadores</i>	\$ 50.00	\$ 600.00
<i>Pago de host</i>	\$ 200.00	\$ 2,400.00
TOTAL	\$ 4,063.73	\$ 48,764.80

Elaboración: Autora

11.5 Presupuesto de ingresos

Para el presupuesto de ingresos se tomó como base el mercado objetivo, conformado por las 651 empresas PYME pertenecientes al sector de manufactura. De ese total, se estima que al menos se pueda captar el 50% de la demanda potencial para el primer año, y posteriormente incrementar la participación en 5% anual, consiguiendo abarcar al menos el 60.78% del mercado PYME para el quinto año. Esto equivale a cerrar un promedio de 359 contratos por año, lo que equivale a la incorporación de 29 empresas por mes.

Tabla 19 Demanda Potencial

	MERCADO OBJETIVO	DEMANDA POTENCIAL	%
<i>AÑO 1</i>	651	325.50	50.00%
<i>AÑO 2</i>	651	341.78	52.50%
<i>AÑO 3</i>	651	358.86	55.13%
<i>AÑO 4</i>	651	376.81	57.88%
<i>AÑO 5</i>	651	395.65	60.78%
<i>PROMEDIO</i>	651	359.72	55.26%

Elaboración: Autora

Los servicios que se ofrecerán serían suscripciones a la página de Ecuador Virtual, bajo las siguientes condiciones, 6 meses, 1 año y 2 años. Los precios oscilarían entre \$ 350,00 y \$ 950.00, dándole una mayor participación a los paquetes de 6 meses y 1 año (50% y 40% respectivamente). El resultado de las ventas para los primeros 5 años se puede observar en el Estado de Pérdidas y Ganancias que se presenta a continuación:

Tabla 20 Precio y participación de los servicios

	PRECIO	PARTICIPACION	Año 1
<i>Suscripción 6 meses:</i>	\$ 350.00	50%	162.75
<i>Suscripción 1 año:</i>	\$ 550.00	40%	130.20
<i>Suscripción 2 años:</i>	\$ 950.00	10%	32.55
TOTAL			325.50

Elaboración: Autora

11.6 Proyección de Estado de Pérdidas y Ganancias

Periodos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Ventas</i>	\$ 159,495.00	\$ 167,469.75	\$ 175,843.24	\$ 184,635.40	\$ 193,867.17
<i>Costos operativos</i>	\$ 48,764.80	\$ 50,739.77	\$ 52,794.74	\$ 54,932.92	\$ 57,157.71
<i>Utilidad bruta</i>	\$ 110,730.20	\$ 116,729.98	\$ 123,048.50	\$ 129,702.48	\$ 136,709.46
<i>Gastos administrativos</i>	\$ 62,425.20	\$ 63,444.70	\$ 66,014.21	\$ 68,687.78	\$ 71,469.64
<i>Gastos de ventas</i>	\$ 14,774.75	\$ 15,448.89	\$ 16,154.12	\$ 16,891.88	\$ 17,663.71
<i>Depreciaciones y amortizaciones</i>	\$ 6,474.57	\$ 6,474.57	\$ 6,474.57	\$ 1,687.90	\$ 1,687.90
<i>Total gastos de operación</i>	\$ 83,674.52	\$ 85,368.15	\$ 88,642.89	\$ 87,267.56	\$ 90,821.24
<i>Utilidad operacional</i>	\$ 27,055.68	\$ 31,361.83	\$ 34,405.61	\$ 42,434.91	\$ 45,888.22
<i>Gastos financieros</i>	\$ 1,725.78	\$ 634.97	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Utilidad Antes de Participación</i>	\$ 25,329.90	\$ 30,726.85	\$ 34,405.61	\$ 42,434.91	\$ 45,888.22
<i>Participación de Trabajadores</i>	\$ 3,799.49	\$ 4,609.03	\$ 5,160.84	\$ 6,365.24	\$ 6,883.23
<i>Utilidad Antes de Impuestos</i>	\$ 21,530.42	\$ 26,117.82	\$ 29,244.77	\$ 36,069.68	\$ 39,004.99
<i>Impuesto a la Renta</i>	\$ 4,736.69	\$ 5,745.92	\$ 6,433.85	\$ 7,935.33	\$ 8,581.10
<i>Utilidad neta del ejercicio</i>	\$ 16,793.73	\$ 20,371.90	\$ 22,810.92	\$ 28,134.35	\$ 30,423.89

Elaboración: Autora

Las ventas del negocio para los primeros cinco años fluctuarían entre \$ 159,495 y \$ 193,867.154; los cuales al descontar los costos y gastos operativos, dejarían una utilidad operacional entre \$ 27,055.68 y \$ 45,888.22. Posteriormente, se restan los gastos financieros (por concepto del préstamo bancario), el pago de las utilidades a los trabajadores (15%) y el pago del impuesto a la renta (22%) y se obtiene una utilidad neta entre \$ 16,793.73 y \$ 30,423.89.

11.7 Proyección de Flujo de Caja

PERIODOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos anuales		\$ 159,495.00	\$ 167,469.75	\$ 175,843.24	\$ 184,635.40	\$ 193,867.17
<i>Costos:</i>						
<i>Costos de operación</i>		\$ 48,764.80	\$ 50,739.77	\$ 52,794.74	\$ 54,932.92	\$ 57,157.71
<i>Gastos Administrativos</i>		\$ 62,425.20	\$ 63,444.70	\$ 66,014.21	\$ 68,687.78	\$ 71,469.64
<i>Gastos de Ventas</i>		\$ 14,774.75	\$ 15,448.89	\$ 16,154.12	\$ 16,891.88	\$ 17,663.71
<i>Depreciaciones y Amortizaciones</i>		\$ 6,474.57	\$ 6,474.57	\$ 6,474.57	\$ 1,687.90	\$ 1,687.90
<i>Gastos Financieros</i>		\$ 1,725.78	\$ 634.97	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Antes de Participación Trabajadores		\$ 25,329.90	\$ 30,726.85	\$ 34,405.61	\$ 42,434.91	\$ 45,888.22
<i>Participación Utilidades</i>		\$ 3,799.49	\$ 4,609.03	\$ 5,160.84	\$ 6,365.24	\$ 6,883.23
Flujo Antes de Impuestos		\$ 21,530.42	\$ 26,117.82	\$ 29,244.77	\$ 36,069.68	\$ 39,004.99
<i>Impuesto a la Renta</i>		\$ 4,736.69	\$ 5,745.92	\$ 6,433.85	\$ 7,935.33	\$ 8,581.10
Flujo después de Impuestos		\$ 16,793.73	\$ 20,371.90	\$ 22,810.92	\$ 28,134.35	\$ 30,423.89
<i>(+) Depreciaciones y Amortizaciones</i>		\$ 6,474.57	\$ 6,474.57	\$ 6,474.57	\$ 1,687.90	\$ 1,687.90
<i>Pago Capital Préstamo</i>		\$ (9,898.10)	\$ (10,988.90)			\$ -
<i>Capital de trabajo</i>	\$ (7,720.00)					
<i>Inversiones:</i>						
<i>Activos Fijos</i>	\$ (25,095.00)					
<i>Activos Diferidos</i>	\$ (3,072.00)					
Flujo de Caja Neto	\$ (35,887.00)	\$ 13,370.20	\$ 15,857.57	\$ 29,285.49	\$ 29,822.25	\$ 32,111.79
Payback	\$ (35,887.00)	\$ (22,516.80)	\$ (6,659.23)	\$ 22,626.26	\$ 52,448.51	\$ 84,560.30

Elaboración: Autora

De acuerdo a las cifras del flujo de caja proyectado a 5 años, el nivel de ingresos anuales sería de \$ 159,495.00 para el primer año de operaciones, luego en el segundo año se observa un crecimiento sostenido de 5% hasta el quinto período haciendo que las ventas suban hasta \$ 193,867.17. Este crecimiento se lo hizo considerando la variación porcentual del PIB en los últimos 6 años, cuyo promedio es 5%.

En lo que respecta a los costos y gastos operativos, el incremento proyecto fue de 4.05%, guardando relación con la variación porcentual de la inflación, que según datos del Banco Central del Ecuador se ubicó en esa cifra entre febrero 2014 y febrero 2015. De esta forma, el flujo neto que se generaría cada año, oscilaría entre \$ 13,370.20 para el año 1 y cerraría en \$ 32,111.79 para el año 5. Con estos valores se calculará la rentabilidad del proyecto.

11.8 Análisis de Rentabilidad: TMAR, TIR, VAN, IR, Payback

Para el análisis de rentabilidad del proyecto, es importante tomar en cuenta las variables macroeconómicas que pueden incidir en los resultados y que se convertirían en un costo de oportunidad para armar la tasa de descuento de los fondos propios. En esta caso, esas variables son: inflación, riesgo país y tasa de interés pasiva.

Tabla 21 Índices Económicos

<i>Inflación</i>	4.05%
<i>Riesgo país</i>	5.63%
<i>Tasa de interés pasiva</i>	5.31%
<i>TOTAL</i>	14.99%

Elaboración: Autora

Es así como se puede determinar que la tasa de descuento de los fondos propios (\$ 15,000.00) sería 14.99%, mientras que la del préstamo bancario sería 10.50%. Como existen dos tasas de descuento, es necesario utilizar un método conocido como

“Costo Promedio Ponderado de Capitales”, el cual hace posible la combinación de las dos tasas para hallar una tasa de descuento única para todo el proyecto.

El cálculo de este método se aplica principalmente para proyectos con más de una fuente de financiamiento, y se efectúa multiplicando la participación de cada fuente de financiamiento por su respectiva tasa, hallando así una ponderación que al ser sumada da como resultado la tasa de descuento del proyecto o TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento). A continuación se presenta el cálculo respectivo:

Tabla 22 Cálculo del costo promedio ponderado de capitales

	USD \$	%	TASA	PONDERACIÓN
Recursos propios	\$ 15,000.00	41.80%	14.99%	6.27%
Préstamo bancario	\$ 20,887.00	58.20%	10.50%	6.11%
TOTAL	\$ 35,887.00	100.00%		12.38%

Elaboración: Autora

La TMAR calculada fue 12.38%, esto significa que ese porcentaje es el mínimo rendimiento que se espera del proyecto, y por tanto, todo resultado inferior hace que el proyecto sea rechazado porque los inversionistas no estarían recuperando su aporte, ni cubriendo el costo que pagarían por el préstamo bancario, ni las variables macroeconómicas. De esta forma, al realizar el cálculo de la TIR (Tasa Interna de Retorno) el resultado fue 48.24% y el VAN (Valor Actual Neto) \$ 45,820.93; esto es positivo porque los flujos obtenidos en los primeros cinco años de operaciones no sólo permitirían recuperar la inversión, sino que además dejarían un rendimiento neto mayor. Según el índice de rentabilidad, se estaría recuperando \$ 1.28 dólares adicionales por cada dólar invertido. Por tanto, el proyecto resultaría favorable para los inversionistas.

Tabla 23 Análisis de rentabilidad

TMAR:	12.38%
VAN :	\$45,820.93
TIR:	48.24%
IR	\$ 2.28

Elaboración: Autora

En cuanto al período de recuperación, según el cálculo del Payback, se pudo determinar que los flujos netos generados harían posible recuperar la inversión en el lapso de 2 años y 3 meses. Es decir, en casi la mitad del horizonte de tiempo planteado (5 años).

Tabla 24 Período de recuperación de la inversión

Año de Recuperación de la Inversión			
<i>Diferencia con Inversión Inicial</i>	\$ 35,887.00	\$ 29,227.77	\$ 6,659.23
<i>Flujo Mensual Promedio Año Siguiente</i>	\$ 29,285.49	12	\$ 2,440.46
<i>Número de Meses</i>	\$ 6,659.23	\$ 2,440.46	3
PAYBACK:	2 años	3	Meses

Elaboración: Autora

11.9 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio establece el escenario que la empresa debe completar como mínimo, para que sus ingresos igualen a sus costos y gastos operativos, y por ende no existan pérdidas. De esta forma, según las variables descritas en la parte inferior, el punto de equilibrio en unidades equivale a 169 suscripciones por año, lo que en dólares representaría un ingreso de \$ 104,594.50.

Tabla 25 Punto de equilibrio

PUNTO EQUILIBRIO	
<i>UNIDADES</i>	342.05
<i>COSTOS VARIABLES</i>	\$ 50,766.44
<i>C. VAR. UNITARIO</i>	\$ 148.42
<i>COSTOS FIJOS</i>	\$ 79,420.62
<i>PVP</i>	\$616.67
POR AÑO	
<i>P.E. UNIDADES</i>	169.61
<i>P.E. DOLARES</i>	\$ 104,594.50

Elaboración: Autora

11.10 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad representa un escenario para evaluar situaciones en las que el proyecto podría dejar de ser rentable. En este caso, la variable afectada fue las ventas. En un escenario pesimista se redujeron en 7% anual para analizar las variaciones de la TIR y el VAN y se pudo determinar que hasta ahí el proyecto mostraría una rentabilidad de 14.28% y \$ 2,253.23. El proyecto no presentaría un resultado negativo, pero la rentabilidad sería muy baja en 5 años, considerando que la inversión realizada fue mayor a \$ 35 mil, no justificaría hacer tanta inversión para recuperar solo un 2% y en ese contexto, no sería atractivo el proyecto.

Tabla 26 Escenario pesimista

ESCENARIO PESIMISTA		
	TIR	VAN
<i>REDUCCION VENTAS 7% ANUAL</i>	14.28%	\$2,253.23

Elaboración: Autora

Por otra parte, si las ventas se incrementaren en 2% anual, se apreciaría un escenario muy favorable, pues la TIR sería 57.37% y el VAN \$ 58,268.85, lo cual sería más conveniente para los inversores.

Tabla 27 Escenario optimista

ESCENARIO OPTIMISTA		
	TIR	VAN
<i>AUMENTO VENTAS 2% ANUAL</i>	57.37%	\$58,268.85

Elaboración: Autora

12 Viabilidad

Es así como a través del desarrollo de este proyecto se pueden obtener las siguientes conclusiones:

1. La propuesta de mercados virtuales para promocionar los productos y servicios de empresas, aún es materia nueva en el país. Actualmente, no existe un competidor directo. Lo que se suele observar involucra la comercialización de productos o servicios a manera de “Clasificados” en páginas como Mercado Libre y OLX, pero la idea del proyecto es diferente, porque plantea el acercamiento de empresas PYMES del sector de manufactura, para crear alianzas estratégicas entre sus clientes y proveedores, a modo de fomentar el crecimiento de los sectores productivos ecuatorianos.
2. Este proyecto básicamente incluirá el diseño y asesoría para crear o mejorar los sitios webs de las empresas que aún no han logrado despegar en internet, y que requieren de los medios en línea para darse a conocer local e internacionalmente. Así sería posible mejorar su nivel de ventas y por ende, su rentabilidad. Este proceso implicaría la elección de una plantilla sencilla para la creación de la página web, en donde el cliente podrá exponer sus productos y servicios acorde a sus necesidades, se hará la diagramación de la página, se programarán los enlaces necesarios para los contactos y finalmente, se subirá al portal de Ecuador Virtual, para funcionar a manera de directorio de empresas. Así los clientes interesados pueden buscar a las empresas según sus necesidades o productos que solicitan.
3. Finalmente, el proyecto necesitaría de una inversión de \$ 35 mil para poder ejecutarse y así contratar por al menos con 300 empresas por año,

para poder dar a conocer sus productos y así incentivar la producción y consumo nacional. El proyecto resultó rentable en todos sus escenarios, sin embargo, hay que evitar que las ventas caigan más de 7% porque dejaría de ser rentable y por tanto, no se aceptaría el mismo. Por su parte, todo crecimiento es favorable para garantizar una rentabilidad superior al 40% dentro de los primeros cinco años.

13 Bibliografía

- Albares, S. (Septiembre de 2014). *¿Estás cumpliendo con las expectativas de marketing online de tus Clientes?* Obtenido de <http://www.puromarketing.com/10/22742/estas-cumpliendo-expectativas-marketing-online-tus-clientes.html>
- Banco central del Ecuador. (Enero de 2015). *Estadísticas macroeconómicas*. Quito: Subgerencia de Programación y Regulación.
- COPCI. (2010). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI*. Quito: ASAMBLEA NACIONAL.
- Ecuahosting. (2015). *Servicios ASP*. Obtenido de http://ecuahosting.net/planes/caracteristicas_hosting_windows.htm
- Flores, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Revista Comunicar*, 73-81.
- García, M. L., Niño, J. I., & Nuñez, P. (2011). *Nuevas perspectivas de la publicidad en el teléfono móvil. Relación de los usuarios y la tecnología*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- INEC. (2011). *Uso del teléfono inteligente*. Quito.
- Krüger, K. (25 de Octubre de 2006). *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Obtenido de Universidad de Barcelona: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-683.htm>
- Revista Abordo. (2013). PYMES Las mayores pequeñas y medianas empresas del Ecuador. *Publicaciones Ekos*, 144-158.

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Senplades.

Solórzano, A. (2010). *Importancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación para las Pymes*. Guayaquil: Espol.

Superintendencia de Compañías. (2013). *Sector Societario*. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>

Virtual Pyme. (2014). *Vender Online al alcance de tu mano*. Obtenido de <http://www.virtualpyme.com/hecomdesarrollo.php>

14 ANEXOS

ANEXO 1. SECTOR EMPRESARIAL PYME

TOP 100 EMPRESAS MEDIANAS						IMP. RENTA CAUSADO 2012 (USD miles)
N°	Razón Social	Sector	Total Ingresos (USD miles)		% Var.	
			2011	2012		
1	ZAVATO S.A.	Manufactura	4.428,59	4.996,86	12,83%	81,77
2	ORENAS S.A.	Minas y canteras	4.089,54	4.996,73	22,18%	124,96
3	PROVEEDORA ANDINA DE PAPEL ANDIPAPEL S.A.	Comercio	5.179,16	4.987,91	-3,69%	5,77
4	HYDRIAPAC S.A.	Servicios	3.186,13	4.981,30	56,34%	12,52
5	ACEROFERRETER Y CONSTRUCCIONES CIA. LTDA.	Construcción	4.491,12	4.980,95	10,91%	9,96
6	ESTACIÓN DE SERVICIOS ROJAS CIA. LTDA. SERVIROJAS	Comercio	4.814,34	4.980,92	3,46%	25,25
7	CORPORACIÓN ZEDECUADOR S.A.	Servicios	3.143,15	4.978,41	58,39%	135,05
8	ORDESTIBA S.A. ESTIBADORES DE EL ORO	Transporte	4.194,09	4.972,75	18,57%	41,07
9	SISTEMA DE EXTRACCION DE PALMISTE SIEXPAL S.A.	Alimentos y bebidas	11.544,12	4.971,58	-56,93%	58,46
10	TRAUMAMED S.A.	Comercio	4.392,84	4.971,08	13,16%	157,89
11	COMERCIALIZADORA VIVANCO COBOS VICOSA CIA. LTDA.	Comercio	5.084,02	4.970,83	-2,23%	22,65
12	MINDCORP S.A.	Construcción	4.014,00	4.969,78	23,81%	2,49
13	XLIK S.A.	Pesca y elaborados	4.459,25	4.955,40	11,13%	117,81
14	ENATIN S.A.	Construcción	4.576,14	4.955,33	8,29%	35,96
15	ARROYO AGUIRRE CONSTRUCTORES Y SERVICIOS CIA. LTDA.	Construcción	1.676,60	4.952,02	195,36%	76,06
16	DICARNES AGU&CAB S.A.	Comercio	4.555,40	4.950,77	8,68%	2,74
17	OLEAGINOSAS TROPICALES OLYTRASA S.A.	Alimentos y bebidas	4.312,66	4.950,63	14,79%	0
18	ESCOBAR RUIZ CIA. LTDA.	Manufactura	4.325,09	4.948,73	14,42%	14
19	ZAPEC S.A.	Comercio	1.731,34	4.947,36	185,75%	49,53
20	PASTIFICIO TONEBAMBA CIA. LTDA.	Alimentos y bebidas	3.316,77	4.946,71	49,14%	18,83
21	COELEC S.C.	Construcción	4.249,27	4.946,46	16,41%	0
22	CENTRO GRÁFICO CEGRÁFICO S.A.	Manufactura	3.850,91	4.943,27	28,37%	30,19
23	MEDIANET S.A.	Intermediación Financiera	3.367,66	4.942,89	46,78%	95,09
24	FLORES DEL VALLE FLODELVA CIA. LTDA.	Agropecuario	5.908,23	4.942,63	-16,34%	53,22
25	COMERCIAL FIERRO CIA. LTDA.	Comercio	3.190,37	4.942,42	54,92%	9,88
26	ALLUMINAR - V, ALLUMINIO, VIDRIOS Y ESPEJOS S.A.	Comercio	5.194,82	4.942,22	-4,86%	25,06
27	LISBODACORP S.A.	Comercio	4.715,47	4.935,58	4,67%	9,64
28	CAMPOSANTOS DEL ECUADOR S.A. CAMPOECUADOR	Servicios	4.227,93	4.931,30	16,64%	26,7
29	TEXTILES GUALILAHUA S.A.	Manufactura	4.852,20	4.931,26	1,63%	11,23
30	MEDISALLUD	Comercio	4.470,02	4.929,65	10,28%	3,28
31	H.C.A. RAMPAS Y SERVICIOS AEROPORTUARIOS DE GUAYAQUIL S.A.	Transporte	4.879,55	4.926,40	0,96%	35,08
32	ESTACIÓN DE SERVICIO VAZGAS S.A.	Comercio	5.067,90	4.925,73	-2,81%	62,79

TOP 100 EMPRESAS MEDIANAS						IMP. RENTA CAUSADO 2012 (USD miles)
N°	Razón Social	Sector	Total Ingresos (USD miles)		% Var.	
			2011	2012		
33	ALAMBRES ANDINOS S.A. ALANSA	Intermediación Financiera	2.388,35	4.918,76	105,95%	2,66
34	SEGURIDAD Y TURISMO SEGUROUNING CIA. LTDA.	Servicios	6.401,85	4.918,65	-25,17%	21,17
35	ITALCHEM ECUADOR S.A.	Comercio	383,07	4.917,33	1183,66%	10,33
36	SEGURIDAD INTEGRAL C. LTDA. SEGINTER	Servicios	4.823,55	4.916,08	1,92%	80,23
37	EXCELMORO S.A.	Minas y canteras	2.450,98	4.912,45	100,43%	101,05
38	CONSTRUSUR DEL ECUADOR S.A.	Comercio	3.234,22	4.906,19	51,70%	29,16
39	CELAMAX S.A.	Comercio	4.216,70	4.904,68	16,32%	10,08
40	LABORATORIO CLÍNICO ECUA AMERICAN LABEA. CIA. LTDA.	Salud	4.130,51	4.902,50	18,69%	2,16
41	REPCONTVER S.A.	Manufactura	6.913,50	4.897,38	-29,16%	211,47
42	INCINERACIÓN RESIDUOS TÓXICOS PELIGROSOS INCINEROX CIA. LTDA.	Servicios	3.561,60	4.894,63	37,43%	35,77
43	INTEQUIN S.A.	Construcción	4.269,41	4.885,97	14,44%	79,69
44	PROMINE CIA. LTDA.	Minas y canteras	4.026,81	4.877,62	21,13%	51,46
45	JOSÉ UGALDE JERVES CIA. LTDA.	Comercio	5.363,27	4.876,50	-9,08%	0,22
46	GUILLERMO MORENO PRODUCTOS MÉDICOS GIMPROMED CIA. LTDA.	Comercio	4.638,32	4.871,83	5,03%	205,58
47	CLÍNICA DE LOS RIÑONES MENYDIAL	Salud	4.532,89	4.871,30	7,47%	80,19
48	INDUMAÍZ DEL ECUADOR S.A.	Comercio	5.690,36	4.871,07	-14,40%	18,97
49	HIPERTRONICS S.A.	Manufactura	-	4.871,05	-	2,7
50	ESCAVI CIA. LTDA.	Comercio	2.880,69	4.870,80	69,08%	29,34
51	NETAFIM ECUADOR S.A.	Comercio	4.227,95	4.869,39	15,17%	32,31
52	ESTACIÓN DE SERVICIO MAROD C. LTDA.	Comercio	4.607,65	4.865,72	5,60%	24,54
53	TOCALIT S.A.	Comercio	3.985,22	4.865,02	22,08%	2,28
54	ALMACÉN ZURITA S.A. ALZURIT	Construcción	1.232,85	4.864,72	294,59%	12,32
55	EXPORTADORA DE PRODUCTOS EXPROD CIA. LTDA.	Comercio	-	4.861,01	-	0
56	CALZACUERO C.A.	Comercio	2.461,73	4.860,63	97,45%	122,2
57	TEANO S.A.	Construcción	707,59	4.860,09	586,85%	17,57
58	GLOBAL TIRES CIA. LTDA.	Comercio	4.352,81	4.859,29	11,64%	52,72
59	GRUPO PROVI C.A. GRUPOVICA	Comercio	4.010,30	4.857,63	21,13%	121,68
60	COMPAÑÍA BRIGHTCELL S.A.	Comercio	2.316,97	4.851,11	109,37%	62,47
61	MERCANTIL FLORES CAMPOVERDE CIA. LTDA.	Comercio	5.191,68	4.850,58	-6,57%	20,28
62	GYPSO S.A.	Comercio	4.491,11	4.850,52	8,00%	29,41
63	DISTRIBUIDORA CADENA ESPINOSA CIA. LTDA.	Comercio	4.888,08	4.850,49	-0,77%	7,04
64	ROLF WITTMER TURISMO GALÁPAGOS CIA. LTDA	Hospitalidad	3.939,76	4.845,91	23,00%	38,08
65	BANCO COMERCIAL DE MANABÍ S.A.	Intermediación Financiera	3.638,33	4.845,42	33,18%	91,58
66	ECOBANEC CIA. LTDA.	Comercio	5.363,35	4.843,48	-6,19%	0

TOP 100 EMPRESAS MEDIANAS						IMP. RENTA CAUSADO 2012 (USD miles)
N°	Razón Social	Sector	Total Ingresos (USD miles)		% Var.	
			2011	2012		
67	APARTAMENTOS Y HOTELES ECUATORIANOS APARTEC S.A.	Hospitalidad	4847,89	4840,90	-0,10%	100,54
68	SERMENS S.A.	Salud	-	4837,01	-	84,26
69	SERACRO Y COMPAÑÍA	Comercio	3,775,35	4,833,69	28,03%	26,56
70	REPRESENTACIONES Y VIAJES INTERNACIONALES REPVIAJES S.A.	Hospitalidad	4,634,41	4,832,88	4,28%	43,91
71	OIL SERVICES & SOLUTIONS S.A. OILSERV	Construcción	1,743,36	4,832,24	177,18%	55,27
72	CENTRO ÓPTICO INDULENTES CIA. LTDA.	Manufactura	4,078,13	4,828,43	18,40%	167,89
73	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO KULLKI WASI LTDA.	Intermediación Financiera	3,829,48	4,828,41	26,09%	39,22
74	ESTACIÓN DE SERVICIOS GUAYACANES ESTOGLUAYAS S.A.	Comercio	5,174,71	4,825,31	-6,75%	16,99
75	ECLIACABLE S.A.	Manufactura	5,436,43	4,823,74	-11,27%	42,46
76	VALLEJO IREGUI PÉREZ PUBLICIDAD CIA. LTDA. VIP	Servicios	3,255,38	4,822,90	48,15%	55,77
77	COSMETICOS E-COS S.A.	Comercio	4,582,02	4,821,41	5,22%	271,55
78	CONSEL INTERNACIONAL	Construcción	171,74	4,814,43	2703,26%	95,48
79	INDUCTROC S.A.	Manufactura	3,262,91	4,811,54	47,46%	62,41
80	LABORATORIOS BI-FARMA C.A.	Manufactura	5,388,01	4,810,87	-10,71%	47,29
81	PACIFICTUNA S.A.	Pesca y elaborados	3,658,31	4,810,68	31,50%	164,41
82	PESCAEQUIPOS S.A.	Construcción	5,414,24	4,809,90	-11,16%	23,45
83	MAQUINARIAS SUPERIOR MAQUISUP S.A.	Construcción	2,901,08	4,805,74	65,65%	42,57
84	SERVICIOS TÉCNICOS INDUSTRIALES S.A. TEINSERSA	Construcción	4,284,68	4,804,40	12,13%	12,07
85	CORRUCHECSA CORRUGADOS CHILENOS ECUATORIANOS S.A.	Comercio	5,353,92	4,802,12	-10,31%	62,33
86	IMPORTACIONES Y REPRESENTACIONES AROMCOLOR S.A.	Comercio	4,667,69	4,799,60	2,83%	52,88
87	SURFER S.A.	Comercio	4,703,32	4,798,08	2,01%	31,32
88	COOPERATIVA DE TRANSPORTES FLOTA IMBABURA	Transporte	4,678,29	4,797,57	2,55%	0
89	DISTRIBUIDORA CALACALI DISCERCAL CIA. LTDA.	Comercio	4,247,36	4,795,58	12,91%	3,86
90	SUDINTEX CIA. LTDA.	Comercio	2,481,73	4,790,84	93,04%	41,67
91	DIAGNÓSTICO AGUDO Y MÉDICOS ESPECIALISTAS DAME S.A. DAMESA	Salud	5,710,72	4,787,43	-16,17%	136,38
92	SHOES & SHOES CIA. LTDA.	Comercio	3,659,03	4,786,68	30,82%	157,09
93	INMOBILIARIA AMERICANA S.C.	Construcción	3,700,87	4,782,62	29,23%	14,14
94	SOCIEDAD DE HEMODIÁLISIS SOCHEMOD CIA. LTDA.	Salud	4,277,84	4,782,09	11,79%	86
95	ALOAGAS CIA. LTDA.	Comercio	5,022,97	4,780,81	-4,82%	5,57
96	CYRDATA ECUADOR L.L.C.	Minas y canteras	980,83	4,774,78	386,81%	34,79
97	AVÍCOLA DE LOS ANDES S.A. ANDESVÍCOLA	Agropecuario	3,275,48	4,773,85	45,75%	23,04
98	DISTRIBUIDORA CARRASCO DÁVILA CIA. LTDA.	Hospitalidad	4,338,01	4,771,81	10,00%	14,17
99	AGROSERVICIOS ANDINOS CAMACHO S.A.	Agropecuario	3,805,54	4,771,74	25,39%	58,95
100	INMOBILIARIA GRUPO VERTINA S.A.	Comercio	5,424,29	4,770,23	-12,06%	43,31

Top 100 empresas pequeñas

TOP 100 EMPRESAS PEQUEÑAS						IMP. RENTA CAUSADO 2012 (USD miles)
N°	Razón Social	Sector	Total Ingresos (USD miles)		% Var.	
			2011	2012		
1	INPROSECURITY CIA. LTDA.	Servicios	599,53	999,75	66,76%	20,67
2	SOLUCIONES PARA LA OFICINA OFFICE SOLUTIONS S.A.	Comercio	1.289,92	999,18	-22,54%	2,26
3	UNIDAD EDUCATIVA Y CULTURAL WILLIAM SHAKESPEARE SCHOOL S.A.	Enseñanza	1.046,16	999,09	-4,50%	15,88
4	MUTHADYCORP S.A.	Comercio	1.527,11	998,63	-34,61%	13,26
5	SIEMBRA Y PRODUCCIÓN DE Balsa PRODUSEMBAL CIA. LTDA.	Agropecuario	1.348,85	998,57	-25,97%	0,83
6	CORNEMO S.A.	Comercio	769,5	998,51	29,76%	20,8
7	SAMISA SERVICIOS AÉREOS Y MARÍTIMOS INTERNACIONALES S.A.	Transporte	869,42	998,35	14,83%	35,7
8	INZACED CIA. LTDA.	Comercio	916,89	998,28	8,88%	2,54
9	SERVICIOS GENERALES DEL ECUADOR SERVARSA S.A.	Servicios	984,29	998,26	1,42%	33,92
10	FLORES TOACASO S.A.	Agropecuario	996,75	998,1	0,14%	0
11	CASA DE VALORES DEL PACÍFICO (VALPACÍFICO) S.A.	Intermediación Financiera	1.257,79	998,09	-20,65%	148,1
12	INSTITUTO DE DIAGNOSTICO Y TRATAMIENTO DE ENFERMEDADES DE LA SANGRE C. LTDA. IDYTES	Salud	1.137,91	998,08	-12,29%	35,19
13	CONMANAGEC CONSULTORIA & MANAGEMENT DEL ECUADOR S.A.	Servicios	-	998,02	-	25,96
14	DIAGRAPH S.A.	Manufactura	861,71	997,94	15,81%	13,4
15	IMPROMEX CIA. LTDA.	Comercio	816,44	997,94	22,23%	26,86
16	IMPORTACIONES AGRÍCOLAS VEC IMPORTAGRIVEC CIA. LTDA.	Agropecuario	648,04	997,91	53,99%	27,73
17	MATERIALES MACONKASA S.A.	Servicios	816,47	997,79	22,21%	2,5
18	VACROW C. LTDA.	Construcción	166,74	997,71	498,35%	4,66
19	EXPERTATEL S.A.	Comercio	977,08	997,7	2,11%	8,56
20	QNET S.A.	Construcción	418,01	997,67	138,68%	27,7
21	INDUPROTEX CIA. LTDA.	Manufactura	1.197,04	997,6	-16,66%	18,19
22	LABORATORIOS DIBA S.A.	Comercio	1.273,41	997,56	-21,66%	1,88
23	DISEÑO Y CONSTRUCCIONES ELÉCTRICAS S.A. DILECONST	Construcción	256,35	997	288,92%	22,35
24	COLAS DE ORO S.A. COLORO	Pesca y elaborados	1.203,54	997	-17,16%	40,23
25	CONSTRUCTORA MYKONOS S.A.	Construcción	2.309,30	996,93	-56,83%	11,23
26	AGROBANASA S.A.	Pesca y elaborados	1.023,52	996,73	-2,62%	12,78
27	CHIMASA S.A.	Comercio	1.237,34	996,57	-19,46%	6,73
28	COMERCIALIZACIÓN DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL PÉTREO CORDIMAPET CIA. LTDA.	Construcción	581,42	996,43	71,38%	21,06
29	CHICAS IMPORT S.A. CHIMPORT	Comercio	325,8	996,26	205,79%	1,37
30	OMEGA GRUAS CAMIONES WINCHAS MONTACARGA S.A.	Transporte	786,11	996,21	26,73%	30,41
31	JULIECHILLOS S.A.	Hospitalidad	938,12	996,06	6,18%	13,83

TOP 100 EMPRESAS PEQUEÑAS						IMP. RENTA CAUSADO 2012 (USD miles)
N°	Razón Social	Sector	Total Ingresos (USD miles)		% Var.	
			2011	2012		
32	GAMMATRADE S.A.	Comercio	737,1	996,03	35,13%	17,39
33	CONTROL SOLUTIONS FOR THE PROCESS INDUSTRIES CONTROL CIA. LTDA.	Comercio	750,3	995,54	32,69%	15,87
34	K&IMPORT CIA. LTDA.	Comercio	981,21	995,36	1,44%	6,9
35	ALIANZA FRANCESA DE GUAYAQUIL	Enseñanza	1.058,03	995,28	-5,93%	0
36	COMERCIALIZADORA COMERCILAF S.A.	Comercio	-	995,27	-	31,19
37	CONFECCIONES SUIY S.A. SULCONFEC	Manufactura	960,31	995,26	3,64%	0,82
38	SILVERCROSS S.A. CASA DE VALORES SCCV	Intermediación Financiera	1.301,34	995,17	-23,53%	74,06
39	PROPROYECSA PROMOTORA DE PROYECTOS S.A.	Construcción	453,89	995,03	119,22%	18,9
40	SEGURILEJA CIA. LTDA.	Servicios	898,48	994,9	10,73%	16,51
41	SEDSE SERVICIO EDUCACIONAL SUIZO ECUATORIANO CIA. LTDA.	Enseñanza	849,96	994,82	17,04%	11,32
42	MARCANZA S.A.	Comercio	1.022,94	994,54	-2,78%	10,06
43	RANICOR S.A.	Servicios	141,94	994,26	600,46%	5,12
44	CULTIVOS INDUSTRIALIZADOS DEL MAR CUINMAR S.A.	Pesca y elaborados	537,84	994,21	84,85%	19,09
45	DEDINO REPRESENTACIONES CIA. LTDA.	Comercio	808,54	994,14	22,96%	7,28
46	MERINEQUA S.A.	Transporte	898,36	994,09	10,66%	16,67
47	GRUPO VEGA RAMÍREZ GRUVERAMI S.A.	Comercio	974,83	993,68	1,93%	6,43
48	AGRÍCOLA VIDAMAYJO S.A.	Agropecuario	804,02	993,55	23,57%	5,14
49	AGROCOMEXPORT CIA. LTDA.	Comercio	947,12	993,5	4,90%	3,04
50	BRISVAN S.A.	Comercio	689,95	993,41	43,98%	14,7
51	DISTRIBUIDORA MIRNALME ÁLVAREZ HNOS. CIA. LTDA.	Construcción	673,86	993,35	47,41%	2,05
52	AGRÍCOLA GANADERA BANANESA S.A.	Agropecuario	687,59	993,09	44,43%	0
53	MARTÍNEZ ESPINOSA IMPORTADORES & EXPORTADORES CIA. LTDA.	Construcción	1.534,85	992,86	-35,31%	0
54	BIO-RENT S.A. INSTRUMENTAL Y EQUIPOS MÉDICOS	Servicios	872,57	992,71	13,77%	0,16
55	LUMABEDA TOURS C. LTDA.	Transporte	415	992,34	139,12%	17,32
56	INTERBASA CIA. LTDA.	Comercio	605,9	992,31	63,77%	155,88
57	CAMARONERA NELMAR S.A.	Pesca y elaborados	1.129,26	992,22	-12,14%	13,1
58	UNIDAD EDUCATIVA SALESIANA SANTO TOMÁS APOSTOL	Enseñanza	908,21	991,79	9,20%	0
59	PAMONDAKA S.A.	Agropecuario	1.081,52	991,72	-8,30%	0
60	CANFLO LOGISTICS CIA. LTDA.	Transporte	846,92	991,53	17,08%	18,57
61	AGANPI S.A.	Agropecuario	1.113,12	991,51	-10,92%	9,55
62	ALFAMEDICAL S.A.	Salud	2.511,27	990,88	-60,54%	0
63	LERTARY S.A.	Comercio	862,78	990,45	14,80%	3,63
64	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE PESADO MOVING GLOBAL SERVICE S.A.	Transporte	459,39	989,99	115,50%	6,15
65	MADIO S.A.	Construcción	486,54	989,76	103,43%	19,87
66	COMPAÑÍA DE SERVICIO DE TRANSPORTE LIDERSOL S.A.	Transporte	794,33	989,64	24,59%	2,32

TOP 100 EMPRESAS PEQUEÑAS						IMP. RENTA CAUSADO 2012 (USD miles)
N°	Razón Social	Sector	Total Ingresos (USD miles)		% Var.	
			2011	2012		
67	DISBANERO CIA. LTDA.	Servicios	549,55	989,6	80,07%	13,02
68	FILCOMEC S.A.	Comercio	1.529,48	989,32	-35,32%	2,4
69	FOXPORT S.A.	Comercio	1.047,30	989,18	-5,55%	8,35
70	RUEDA & RUEDA CAR. CIA. LTDA. TRANSPORTEL	Transporte	-	988,78	-	2,54
71	DISTRIBUIDORA DE REACTIVOS Y EQUIPOS DE LABORATORIO BUSAR CIA. LTDA.	Comercio	907,29	988,52	8,95%	24,99
72	PINTAURI CIA. LTDA.	Construcción	1.049,58	988,46	-5,82%	13,15
73	AVÍCOLA DEL PACÍFICO S.A. AVICOPAC	Comercio	661,17	988,25	49,47%	3,09
74	HONEY HONEY S.C.C.	Alimentos y bebidas	921,75	988,1	7,20%	4,43
75	EQUIPENÍNSULA S.A.	Minas y canteras	537,9	987,39	83,56%	21,88
76	COMERCIALIZADORA SUMAKANDES CIA. LTDA.	Alimentos y bebidas	734,99	987,35	34,33%	1,48
77	ENERGÍA TELECOMUNICACIONES Y SEGURIDAD ELECTRÓNICA DEL ECUADOR ENTELSEC S.A.	Servicios	750,22	987,22	31,59%	18,84
78	CORPORACIÓN QUÍMICA NACIONAL CIA. LTDA. COQUINA	Comercio	1.075,05	987,16	-8,18%	13,42
79	ABCARREPUESTOS ORIGINALES S.A.	Comercio	911,34	986,75	8,27%	14,32
80	MULTIVENTAS CIA. LTDA.	Comercio	307,83	986,27	220,39%	3,82
81	ASSEL AUTOMATIZACIÓN SEGURIDAD Y SERVICIOS ELECTRÓNICOS CIA. LTDA.	Construcción	573,32	986,24	72,02%	7,07
82	PROSETECNIM SEGURIDAD PRIVADA CIA. LTDA.	Servicios	978,71	986,08	0,75%	0
83	UNIDAD EDUCATIVA LA INMACULADA	Enseñanza	854,92	986,06	15,34%	0
84	DEL BOSQUE FRUIT S.A. BOSFRUIT	Comercio	150	986,04	557,36%	0
85	COMERCIO GENERAL S.A. COSALK	Comercio	6.268,20	985,87	-84,27%	0
86	REDEMAX REDES Y EQUIPOS MAXIMA PC CIA. LTDA.	Comercio	922,21	985,75	6,89%	10,67
87	SARI PAPELERÍA POPULAR SOCIEDAD ANÓNIMA	Comercio	-	985,63	-	3,16
88	ARTEGELATO ECUADOR S.A.	Comercio	379,7	985,6	159,58%	15,67
89	DIMEHK BUSINESS & SHIPPING CORPORATION CIA. LTDA.	Construcción	635,86	985,53	54,99%	7,82
90	MEDIMP S.A.	Comercio	2.649,65	985,24	-62,82%	20,62
91	DISTRIBUIDORA DE MADERAS CONTRACHAPADAS C.A. DISMAC	Construcción	756,3	985,08	30,25%	8,83
92	SISTEMAS TECNOLÓGICOS ALCATECNI CIA. LTDA.	Comercio	-	984,68	-	0
93	ARVISEG CIA. LTDA.	Servicios	743,92	984,6	32,35%	8,78
94	TRUCKDIESEL IMPORTADORES S.A.	Comercio	791,52	984,53	24,38%	14,95
95	HYDROMECÁNICA DEL ECUADOR S.A. HYDECLUA	Comercio	661,58	984,08	48,75%	7,83
96	PEGASSO MOTOR CORPORATION S.A. PEMOCOR	Manufactura	-	983,41	-	9,43
97	PROMOCIONES INMOBILIARIAS BAME CIA. LTDA.	Construcción	915,71	983,38	7,39%	42,23
98	RADIO Y TELEVISION 44 S.A.	Entretenimiento	886,15	983,3	10,96%	16,53
99	VILLACÍS IMPORTA EXPORTA TÉCNICA INDUSTRIALIZA Y COMERCIALIZA VIETIC CIA. LTDA.	Comercio	868,19	983,23	13,25%	19,84
100	BOBARCO CIA. LTDA.	Manufactura	909,79	983,1	8,06%	11,89

ANEXO 2. FORMATO DE ENCUESTA

1. ¿Cuántos años lleva funcionando su empresa?

Menos de 3
Entre 3 y 5
Más de 5

2. ¿Qué tan dispuesto se encontraría de formar parte de una plataforma virtual para promocionar su PYME?

Totalmente de acuerdo
De acuerdo
En desacuerdo
Totalmente en desacuerdo

3. ¿Cree usted que de formar parte de esta plataforma virtual su empresa se vería beneficiada en su desarrollo?

Si
No

4. ¿Conoce de otras empresas que brinden esta clase de servicios en el país?

Si
No

5. ¿Durante qué periodo le gustaría pautar dentro de la página antes de renovar su presencia en la misma?

1 mes
3 meses
6 meses
1 año

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por publicitarse en la página anualmente?

Menos de \$300
Entre \$301 y \$400
Entre \$401 y \$500
Más de \$500

7. ¿Qué medio optaría por elegir para el crecimiento de su empresa?

Formar parte de un mercado virtual
Publicitar en internet
Publicitar en televisión

8. ¿Ha formado parte de algún grupo en el que se promocioe junto a otras PYMES?

Si
No

9. ¿Tiene conocimiento de esta clase de mercados virtuales en otros países?

Si
No

10. ¿Cuáles son los principales obstáculos que presentan las PYMES y que impiden su crecimiento?

Dificultad para conseguir préstamos
Poca visibilidad por parte del mercado
Altos valores publicitarios

ANEXO 3. DETALLE DE LA INVERSIÓN INICIAL

ACTIVOS CORRIENTES			
	Cant.	C. Unitario	C. Total
Capital de Trabajo	1	\$ 6,433.33	\$ 6,433.33
Imprevistos (20%)	1	\$ 1,286.67	\$ 1,286.67
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES			\$ 7,720.00
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
	Cant.	C. Unitario	C. Total
Escritorios Ejecutivos en L	7	\$ 350.00	\$ 2,450.00
Sillon Gerencial de cuero	4	\$ 185.00	\$ 740.00
Archivadores con 3 gavetas	4	\$ 150.00	\$ 600.00
Sillas de visita de cuero	8	\$ 45.00	\$ 360.00
Counter de recepcion curvo	1	\$ 520.00	\$ 520.00
Silla de Secretaria	3	\$ 120.00	\$ 360.00
Tander de espera 3 asientos	1	\$ 345.00	\$ 345.00
SUBTOTAL			\$ 5,375.00
EQUIPOS DE OFICINA			
	Cant.	C. Unitario	C. Total
Aire Acondicionado Split 12000 BTU	4	\$ 1,250.00	\$ 5,000.00
Extractor de aire	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Telefax	1	\$ 125.00	\$ 125.00
Telefonos convencionales	4	\$ 40.00	\$ 160.00
SUBTOTAL			\$ 5,360.00
EQUIPOS DE COMPUTACION			
	Cant.	C. Unitario	C. Total
Computador Portatil Mac	4	\$ 1,500.00	\$ 6,000.00
Computador de Escritorio Mac	4	\$ 2,000.00	\$ 8,000.00
Impresora Multifuncional	3	\$ 120.00	\$ 360.00
SUBTOTAL			\$ 14,360.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 25,095.00
ACTIVOS INTANGIBLES			
GASTOS DE PRE-OPERACION			
	Cant.	C. Unitario	C. Total
Gastos de Constitucion	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Instalaciones y adecuaciones	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Permisos y licencias	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Marcas y patentes	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Plataforma Virtual	1	\$ 672.00	\$ 672.00
SUBTOTAL			\$ 3,072.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 3,072.00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			\$ 35,887.00

ANEXO 4. TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO (MENSUAL)

PERIODO	PRINCIPAL	PAGO CAPITAL	PAGO INTERES	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
0					\$ 20,887.00
1	\$785.89	\$785.89	\$ 182.76	\$968.66	\$ 20,101.10
2	\$792.77	\$792.77	\$ 175.88	\$968.66	\$ 19,308.33
3	\$799.71	\$799.71	\$ 168.95	\$968.66	\$ 18,508.62
4	\$806.71	\$806.71	\$ 161.95	\$968.66	\$ 17,701.91
5	\$813.76	\$813.76	\$ 154.89	\$968.66	\$ 16,888.15
6	\$820.88	\$820.88	\$ 147.77	\$968.66	\$ 16,067.27
7	\$828.07	\$828.07	\$ 140.59	\$968.66	\$ 15,239.20
8	\$835.31	\$835.31	\$ 133.34	\$968.66	\$ 14,403.88
9	\$842.62	\$842.62	\$ 126.03	\$968.66	\$ 13,561.26
10	\$850.00	\$850.00	\$ 118.66	\$968.66	\$ 12,711.27
11	\$857.43	\$857.43	\$ 111.22	\$968.66	\$ 11,853.83
12	\$864.94	\$864.94	\$ 103.72	\$968.66	\$ 10,988.90
13	\$872.50	\$872.50	\$ 96.15	\$968.66	\$ 10,116.40
14	\$880.14	\$880.14	\$ 88.52	\$968.66	\$ 9,236.26
15	\$887.84	\$887.84	\$ 80.82	\$968.66	\$ 8,348.42
16	\$895.61	\$895.61	\$ 73.05	\$968.66	\$ 7,452.81
17	\$903.44	\$903.44	\$ 65.21	\$968.66	\$ 6,549.37
18	\$911.35	\$911.35	\$ 57.31	\$968.66	\$ 5,638.02
19	\$919.32	\$919.32	\$ 49.33	\$968.66	\$ 4,718.70
20	\$927.37	\$927.37	\$ 41.29	\$968.66	\$ 3,791.33
21	\$935.48	\$935.48	\$ 33.17	\$968.66	\$ 2,855.85
22	\$943.67	\$943.67	\$ 24.99	\$968.66	\$ 1,912.18
23	\$951.92	\$951.92	\$ 16.73	\$968.66	\$ 960.25
24	\$960.25	\$960.25	\$ 8.40	\$968.66	\$ (0.00)
		\$ 20,887.00	\$ 2,360.75	\$ 23,247.75	

ANEXO 5. DETALLE DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

ACTIVOS FIJOS	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIACION	DEP. MENSUAL
Muebles y Enseres	\$ 5,375.00	10	\$ 537.50	\$ 44.79
Equipos de Oficina	\$ 5,360.00	10	\$ 536.00	\$ 44.67
Equipos de Computacion	\$ 14,360.00	3	\$ 4,786.67	\$ 398.89
TOTAL DEPRECIACION ANUAL			\$ 5,860.17	\$ 488.35
<hr/>				
ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	VIDA UTIL	AMORTIZACION	AMR. MENSUAL
Gastos de Pre-Operacion	\$ 3,072.00	5	\$ 614.40	\$ 51.20
TOTAL AMORTIZACION ANUAL			\$ 614.40	\$ 51.20

ANEXO 6. CUADRO DE SUELDOS Y BENEFICIOS DEL PERSONAL

Cargo	Sueldo Mes	XIII	XIV	Fondo
		Sueldo	Sueldo	Reserva
Gerente General	\$1,500.00	\$125.00	\$29.50	\$125.00
Jefe Comercial	\$800.00	\$66.67	\$29.50	\$66.67
Jefe de Contabilidad	\$750.00	\$62.50	\$29.50	\$62.50
Jefe de Informática	\$750.00	\$62.50	\$29.50	\$62.50
Diseñador de Contenidos	\$600.00	\$50.00	\$29.50	\$50.00
Diseñador de Contenidos	\$600.00	\$50.00	\$29.50	\$50.00
Programador 1	\$500.00	\$41.67	\$29.50	\$41.67
Programador 2	\$500.00	\$41.67	\$29.50	\$41.67
Total Mensual	\$6,000.00	\$500.00	\$236.00	\$500.00

Cargo	Vacaciones	Aporte	Aporte	NETO A PAGAR
		Patronal	IESS	
Gerente General	\$62.50	\$182.25	\$141.75	\$1,882.50
Jefe Comercial	\$33.33	\$97.20	\$75.60	\$1,017.77
Jefe de Contabilidad	\$31.25	\$91.13	\$70.88	\$956.00
Jefe de Informática	\$31.25	\$91.13	\$70.88	\$956.00
Diseñador de Contenidos	\$25.00	\$72.90	\$56.70	\$770.70
Diseñador de Contenidos	\$25.00	\$72.90	\$56.70	\$770.70
Programador 1	\$20.83	\$60.75	\$47.25	\$647.17
Programador 2	\$20.83	\$60.75	\$47.25	\$647.17
Total Mensual	\$250.00	\$729.00	\$567.00	\$7,648.00

ANEXO 7. INDICADORES ECONÓMICOS

Indicadores ECONÓMICOS	
Deuda Externa Pública como % del PIB (Diciembre 2014):	17.40%
Inflación Anual (Febrero-2015/Febrero-2014):	4.05%
Inflación Mensual (Febrero-2015):	0.61%
Tasa de Desempleo a Diciembre-31-2014:	4.54%
Tasa de interés activa (marzo/15):	7.31%
Tasa de interés pasiva (marzo/15):	5.31%
Barril Petróleo (WTI)26-Mar-15):	51.43USD
Indice Dow Jones (26-MAR-2015):	17678.23
Riesgo País (26-Mar-2014):	563.00