



**FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS
EMPRESARIALES**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS DE PLATAFORMA VIRTUAL DE
CONEXIÓN ENTRE AYUDANTES ACADÉMICOS Y TUTORES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO
REQUISITO PREVIO A OPTAR EL GRADO DE INGENIERO
EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

Autor:

ANDREA OSORIO GALLEGO

SAMBORONDÓN, SEPTIEMBRE DEL 2014

Índice

1. Justificación.....	7
2. Problema.....	7
3. Objetivo General	8
4. Objetivo Específicos	8
5. Resumen Ejecutivo.....	8
6. Misión y Visión.....	10
6.1. Misión	10
6.2. Visión.....	10
7. Metas	10
8. Viabilidad legal	10
8.1. Marco societario	11
8.1.1. Registros administrativos	12
8.2. Marco Tributario.....	13
8.2.1. Ley de Régimen Tributario Interno	13
8.3. Registro de Marca.....	15
9. Análisis de mercado	17
9.1. Mercado objetivo	17
9.2. Análisis PESTAL.....	17

9.2.1.	Político.....	19
9.2.2.	Económico.....	19
9.2.3.	Social.....	19
9.2.4.	Tecnológico.....	20
9.2.5.	Ambiental.....	20
9.2.6.	Legal.....	20
9.3.	Análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA).....	20
9.3.1.	Fortalezas:.....	20
9.3.2.	Oportunidades:.....	21
9.3.3.	Debilidades:.....	21
9.3.4.	Amenazas:.....	21
9.4.	Análisis de las 4 Ps.....	22
9.4.1.	Descripción Producto / Servicio.....	22
9.4.2.	Precio.....	23
9.4.3.	Plaza.....	23
9.4.4.	Promoción.....	24
9.5.	Análisis de la Oferta y Demanda.....	26
9.5.1.	Oferta.....	26
9.5.2.	Demanda.....	26
9.6.	Estrategia de diferenciación.....	27

10.	Análisis Operativo	28
10.1.	Localización y descripción de las instalaciones	28
10.2.	Métodos de Producción	28
10.3.	Capacidad Instalada.....	29
10.4.	Diagrama de Flujo de Procesos	29
10.4.1.	Tiempo de Procesos.....	29
10.5.	Recursos Humanos	30
11.	Análisis Financiero	31
11.1.	Inversión.....	31
11.2.	Presupuesto de Ventas Proyectadas	32
11.3.	Presupuesto de Costos y Gastos Proyectados	33
11.4.	Préstamo Bancario y Amortización.....	34
11.5.	Estado de Resultados.....	35
11.6.	Flujo de Caja	35
11.7.	Análisis de Punto de Equilibrio.....	36
11.8.	Índices Financieros.....	37
11.9.	Análisis de Sensibilidad	38
12.	Conclusiones.....	38
13.	Bibliografía	39
14.	Anexos	41

14.1.	Cálculo de la Muestra.....	41
14.2.	Imágenes Diseño Página Web.....	43
14.3.	Imágenes diseño Aplicación.....	45

Índice de Figuras

Figura 1:	Análisis PESTAL.....	18
Figura 2:	Localización por Google Maps.....	28
Figura 3:	Flujo de Procesos	29
Figura 4:	Muestra	41
Figura 5:	Formato de Encuesta Parte I	41
Figura 6:	Formato de Encuesta Parte II.....	43
Figura 7:	Página Principal	44
Figura 8:	Página de Registro	45
Figura 9:	Página de búsqueda.....	45
Figura 10:	Inicio Aplicación.....	46
Figura 11:	Registro Aplicación	46
Figura 12:	Aplicación Búsqueda	47

Índice de Tablas

Tabla 1:	Tabla de Ingresos.....	14
Tabla 2:	Montos de Indemnizaciones.....	15
Tabla 3:	Inversión Inicial.....	32

Tabla 4: Presupuesto de Ventas.....	33
Tabla 5: Presupuesto de Costos Fijos.....	33
Tabla 6: Gastos de Salarios	34
Tabla 7: Amortización	34
Tabla 8: Estado de Resultados.....	35
Tabla 9: Flujo de Caja	36
Tabla 10: Punto de Equilibrio.....	36
Tabla 11: Índices Financieros.....	37
Tabla 12: Índices Financieros Escenario Optimista	38

1. Justificación

La plataforma será diseñada con el fin de integrar dos mercados¹ existentes, los ayudantes y los estudiantes, ya que actualmente no existe un medio único y específico en el que puedan conectarse e interactuar. Los medios actuales, solo cumplen la función de informar; y esto dificulta la generación de un vínculo entre ambas partes. Debido a este problema, se espera que la plataforma funcione como un medio de conexión en el que ambos grupos puedan establecer una comunicación eficiente.

Este medio de conexión será especialmente para jóvenes universitarios que deseen brindar sus servicios de ayudantías académicas a otros estudiantes que requieran de las mismas. Entre las personas que solicitarían ayudantías académicas se encuentran: los mismos alumnos universitarios o padres de familia que pretendan el servicio para sus hijos.

El beneficio de la plataforma es que, por un lado, ayuda a los estudiantes universitarios que desean impartir clases, para que puedan generar sus propios ingresos dándoles la libertad de elegir sus horarios. Por otro lado, ayuda a la comunidad estudiantil que quiere mejorar sus conocimientos en áreas específicas, y agiliza el tiempo que les demora en conseguir profesores disponibles.

2. Problema

La idea de crear este medio virtual surgió principalmente porque se encontró la necesidad, en primer lugar, de algunos estudiantes universitarios que buscaban dar clases

¹ El mercado no es un lugar, una cosa o una entidad colectiva. El mercado es un proceso que está constituido por la interacción de varios individuos que cooperan bajo la división del trabajo. (González, 2013, p.66)

personalizadas y obtener alguna remuneración por ello, pero no encontraban medios para publicar sus servicios que fueran ajustables a su presupuesto económico. Por otro lado, se encontró a aquellos estudiantes que querían reforzar la materia recibida en ciertas clases, pero se les dificultaba conseguir a alguien que los ayudara.

3. Objetivo General

Realizar un plan de negocios enfocado en crear una plataforma virtual que conecte a ayudantes universitarios con clientes potenciales que requieran de sus servicios, y medir la viabilidad del proyecto dentro de la ciudad de Guayaquil.

4. Objetivo Específicos

- Identificar las diferentes necesidades de estudiantes y de ayudantes universitarios para desarrollar un plan de negocios que cubra las mismas, y medir la futura demanda que el proyecto pueda generar
- Adaptar técnicas de gestión que se adecuen a las necesidades de la empresa para responder con eficiencia los requerimientos del entorno.
- Determinar los costos generales del proyecto, el retorno de la inversión y el margen de ganancia neto, para evaluar la viabilidad financiera en el corto y largo plazo.

5. Resumen Ejecutivo

Comuni, es una empresa que será creada con la finalidad de facilitar la interacción entre alumnos que desean dar ayudantías, y alumnos que necesitan ayuda en ciertas materias, pero no tienen los medios adecuados para poder conectarse. Los medios actuales por los

cuales los ayudantes promocionan sus servicios son: el *boca a boca* o mediante publicaciones en periódicos. El medio boca a boca, no tiene un gran alcance, pues se encasilla en un círculo pequeño de conocidos, y en el caso de las publicaciones en periódicos son costosas.

Identificados estos problemas, Comuni desarrollará una plataforma virtual de fácil acceso, que permita la interacción entre estos dos mercados, ayudantes y solicitantes. Para facilitar el acceso, la plataforma se estará disponible en la web², y también como una aplicación en la tienda de Android, Google Play y en la tienda de Apple, App Store. Esta aplicación estará disponible en ambas tiendas totalmente gratis.

Comuni, entiende que al desarrollarse en un medio digital necesita de constante actualización tecnológica. Por este motivo, contará con un Webmaster altamente capacitado que pueda llenar las expectativas cambiantes de los consumidores.

El monto requerido de inversión para el desarrollo de este proyecto es de \$86.801,08. El total de este monto será financiado mediante crédito bancario con una tasa de 11,28%³ a 5 años plazo. Para las ventas se estimó con un crecimiento de 5%, un porcentaje mayor a la inflación, y para los costos se estimó un crecimiento de 3,2% valor estimado de inflación para el cierre del año 2014⁴.

Tomados todos estos datos, se pudo evidenciar la rentabilidad del proyecto; con una tasa TIR de 26% en el escenario conservador, y una TIR de 41% en el escenario optimista. En el caso de VAN, en ambos escenarios fue mayor a cero, por lo que se determina la factibilidad económica del proyecto.

² La World Wide Web, más conocida como la Web, es una de las áreas de internet que se ha desarrollado más rápidamente. (Juncar, 1999, p.13)

³ Extraído de: <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

⁴ Extraído de: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/08/06/nota/3327876/inflacion-se-acelero-411-interanual-julio-segun-inec>

6. Misión y Visión

6.1.Misión

Integrar los mercados de estudiantes y ayudantes académicos con el fin de posibilitar una comunicación directa y eficaz entre ambos grupos para la organización de sesiones de tutorías.

6.2.Visión

En cinco años, posicionarnos en diferentes universidades y unidades educativas de la ciudad de Guayaquil, como una empresa que facilita la coordinación de sesiones de ayudantías.

7. Metas

- Mediante actividades promocionales, captar 1000 estudiantes el primer año.
- Fidelizar y mantener motivados a los ayudantes a través de sorteos de premios.
- Tener presencia de marca por medio de redes sociales y por medio de nuestra aplicación en los smartphones y tabletas.

8. Viabilidad legal

La compañía se conformará como una empresa de responsabilidad limitada, por lo cual podrá ser conformada mínimo por dos socios y máximo por quince. El capital societario mínimo determinado por la Superintendencia de Compañías corresponde a una cantidad de \$400. Este valor debe de ser cancelado al menos en un 50% al inicio de la operación de la empresa, y el monto restante se deberá pagar dentro del plazo de un año.

Antes de empezar a realizar las operaciones legales de la empresa, es necesario obtener una serie de registros y autorizaciones de varias entidades públicas y privadas. Estas autorizaciones dependerán de la forma empresarial, del tamaño de la compañía y del fin de la actividad comercial⁵.

8.1.Marco societario

Ya que esta empresa está categorizada como de responsabilidad limitada, se necesitará de una aprobación judicial previo al de la Superintendencia de Compañías.

Pasos para constituir una compañía anónima y de responsabilidad limitada:

- Se debe hacer la reserva de la razón social. En el caso de que el nombre este previamente inscrito o se parezca a otro, el trámite puede demorar más de un día.
- Para el trámite de integración de capital, se debe realizar un depósito en un banco, como mínimo de un 25% equivalente a \$200. Este trámite es inmediato.
- En el caso de la escritura pública de constitución, el trámite puede llegar a tardar 2 días.
- Para la obtención de la aprobación de la Superintendencia de Compañías, el trámite puede tardar entre 3 a 15 días, dado el caso de que la administración formule ciertas observaciones.
- Se debe realizar una publicación sobre el extracto de contrato de constitución en un diario de circulación local.

⁵ Extraído de: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=773288>

- La empresa debe registrarse en la cámara de producción al que su objeto social corresponda. El costo es diferente en cada cámara, y el valor calculado es obtenido sobre el porcentaje del capital social. Este trámite se realiza en el día.
- Es necesaria la inscripción en el Registro Mercantil. El trámite puede tardar entre 3 a 15 días, dado el caso de que la administración formule ciertas observaciones.

8.1.1. Registros administrativos

En los registros administrativos constan los registros y de licencias del gobierno. Estos registros son dados mediante los Ministerios y Organismos Desconcentrados; con el fin de supervisar la actividad empresarial, como el cumplimiento de las obligaciones tributarias, evitando que se den perjuicios a la colectividad.

Los registros que debe tener toda empresa:

- Se debe contratar un Registro Único de Contribuyentes (RUC), Este trámite es realizado en el Servicio de Rentas Internas, y puede llegar a durar hasta 4 días.
- Para adquirir la clave para empleador, se obtiene a través de la página web del IESS www.iesgob.ec, en la cual se obtendrá un formulario para la solicitud de clave. Para solicitar la clave, debe ir con este formulario y una serie de documentos, a las oficinas de Historia Laboral del Centro de Atención Universal del IESS.

Documentos necesarios para la obtención de la clave:

- Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)

- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de un servicio básico (agua , luz o teléfono)
- Calificación artesanal si es artesano calificado.
- Original de la cédula de ciudadanía.
- Debe realizarse la inscripción de trabajadores en la Inspectoría de Trabajo.

Las licencias del gobierno central:

Se debe obtener un Permiso Sanitario. Este permiso es otorgado por la Dirección General de Salud del Ministerio de Salud Pública. Los requisitos exigidos dependen del tipo de actividad que realice la compañía

➤ Otro requisito, es la Licencia Ambiental, la cual es otorgada por el Municipio en el caso de Guayaquil.

8.2.Marco Tributario

8.2.1. Ley de Régimen Tributario Interno

Todos los sujetos pasivos que están obligados a llevar contabilidad deben pagar impuesto a la renta. Este ejercicio impositivo se paga anualmente y comprende el ejercicio que va del 1ro de Enero al 31 de Diciembre. Para determinar la base imponible, sobre la cual será calculado el impuesto, se deberán deducir los gastos efectuados para asegurar e

incrementar los ingresos que no están exentos del mismo. En cuanto a la determinación y liquidación del impuesto a la renta, están exonerados exclusivamente los dividendos y las utilidades⁶.

Tarifas

Según el Art. 36 de la Ley de Régimen Tributario Interno:

Art. 36.- (Inc. 4o. sustituido por el Art. 23 de la Ley 72, R.O. 441, 21-V-90 y el Inc. 5to. sustituido por el Art. 11 de la Ley 93, R.O. 764-S, 22-VIII-95 y reformado el artículo por el Art. 27 de la Ley 99-24, R.O. 181-S, 30-IV-99).

a) Tarifa del impuesto a la renta de personas naturales y sucesiones indivisas:

Para liquidar el impuesto a la renta de las personas naturales y de las sucesiones indivisas, se aplicarán a la base imponible las tarifas contenidas en la siguiente tabla de ingresos:

Tabla 1: Tabla de Ingresos

Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto Fracc. Básica	% Impuesto	Fracc. Exced.
0	80'000.000		0	0
80'000.001	120'000.000		0	5%
120'000.001	150'000.000	2'000.000		8%
150'000.001	200'000.000	4'400.000		10%
200'000.001	250'000.000	9'400.000		12%
250'000.001	En adelante	15'400.000		15%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Las indemnizaciones que sobrepasen los montos determinados en el Código del Trabajo, la Ley de Servicio Civil y Carrera Administrativa y otras disposiciones que regulan

⁶ Extraído de: <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/leytribint.pdf>

el servicio civil estarán sometidas al impuesto a la renta sobre el exceso del monto legal, de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla 2: Montos de Indemnizaciones

Desde	Hasta	Sobre Fracc. Básica	Sobre Fracc. Excedente %
0	25'000.000	0	0
25'000.001	50'000.000	0	5
50'000.001	75'000.000	1'250.000	10
75'000.001	100'000.000	3'750.000	15
100'000.001	125'000.000	7'500.000	20
125'000.001	En adelante		25

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

8.3.Registro de Marca

Según la Cámara de Comercio de Guayaquil los pasos a seguir para el registro de marca son los siguientes⁷:

1. Realizar la BÚSQUEDA FONÉTICA DE DENOMINACIÓN (Este trámite dura 5 días hábiles) Para el efecto se debe presentar una carta o enviar un correo electrónico en el que detalle la denominación cuya búsqueda va a solicitar, así como adjuntar el valor de US \$51.00 (US \$16.00 que corresponden a tasa que cobra Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, y \$35.00 que corresponden a honorarios a favor de la Cámara de Comercio de Guayaquil). En caso de no ser socio, la CCG cobra honorarios de \$70.
2. Una vez revisado el resultado de la búsqueda fonética se inicia el TRÁMITE DE REGISTRO DE MARCA Y/O NOMBRE COMERCIAL.- (Este trámite dura 6 meses aproximadamente)

⁷ Extraído de: <http://www.lacamara.org/prueba/images/variros/requisitos%20registro%20de%20marca.pdf>

3. Para el efecto se deberá presentar: Carta dirigida a la Cámara de Comercio de Guayaquil, solicitando que se realice el trámite de registro de marca y/o de nombre comercial. La carta deberá contener: - Datos generales a favor de quién se va a registrar el título de registro de marca (Nombres completos, nacionalidad, dirección, teléfonos, correo electrónico);

4. - Detalles de la marca a registrar (Nombre, logo, tipo de signo, naturaleza del signo, descripción clara y completa del signo, especificación individualizada de los productos o servicios, signo que acompaña al lema comercial).

5. Solicitud de registro de signos distintivos, suscrita por el petitionerario, llenada a máquina o en computador.

6. Dos copias de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del petitionerario.

7. Copia notariada del nombramiento del representante legal, en caso de ser compañía.

8. Si la marca es figurativa o mixta deberá presentar seis etiquetas a color tamaño 5 x 5 cm., en papel adhesivo.

9. “Declaración de exoneración de responsabilidades”, debidamente suscrita por el socio, por medio de la cual el socio declara que si se presenta trámite de oposición, inmediatamente cesará el patrocinio de la asesora legal y la Cámara de Comercio de Guayaquil no reembolsará al socio el valor cancelado por concepto de honorarios profesionales.

10. Gastos a cancelar:

- US \$116.00 correspondiente a tasa del IEPI; y,

- US \$150.00 por honorarios a favor de la Cámara de Comercio de Guayaquil. En caso de no ser socio la CCG cobra de honorarios \$250.

11. Finalmente, cuando el IEPI conceda el registro de la marca a favor del socio, se deberá solicitar la EMISIÓN DE TÍTULO DE REGISTRO DE MARCA/NOMBRECOMERCIAL. (Esta parte del trámite dura 1 mes, aproximadamente).

9. Análisis de mercado

9.1.Mercado objetivo

Para efecto del proyecto se determinaron los siguientes mercados objetivos:

- Alumnos universitarios entre 18 y 25 años que deseen impartir tutorías.
- Estudiantes universitarios entre 17 y 30 años que requieran de ayudantías.
- Padres de familia que soliciten de clases particulares para sus hijos que

pertenecen a diferentes unidades educativas de la ciudad de Guayaquil.

9.2.Análisis PESTAL

Mecánica: El siguiente cuadro determina diferentes aspectos de las seis categorías que incluye el Análisis PESTAL. Los resultados se midieron en una escala del uno al cinco, tanto para el impacto como para la probabilidad de ocurrencia. En impacto se mide el grado en que cada punto afecta a la empresa; y la probabilidad de ocurrencia estudia si es posible que los escenarios descritos se cumplan.

Figura 1: Análisis PESTAL

Bloques	Impacto	Probabilidad de ocurrencia	Total
<i>Político</i>			
Estabilidad gubernamental	1	4	4
Aumento Políticas impositivas	5	5	25
Promoción de la actividad empresarial por parte del Estado	4	1	4
<i>Económicos</i>			
Mejoramiento del Ciclo económico	4	1	4
Evolución del P.N.B.	3	2	6
Aumento de los Tipos de interés	4	2	8
Aumento Oferta monetaria	4	2	8
Evolución de los precios	4	2	8
Tasa de desempleo	2	2	4
Ingreso disponible	3	2	6
Disponibilidad y distribución de los recursos	3	1	3
Nivel de desarrollo	3	2	6
<i>Socio-Culturales</i>			
Evolución demográfica	4	2	8
Movilidad social	4	2	8
Cambios en el estilo de vida	1	2	2
Actitud consumista	2	3	6
Mejoramiento Nivel educativo	5	3	15
Variación de los Patrones culturales	1	1	1
<i>Tecnológicos</i>			
Gasto público en investigación	2	2	4
Preocupación gubernamental por la tecnología	4	2	8
Preocupación de industria por la tecnología	4	2	8
Grado de obsolescencia	5	1	5
Madurez de las tecnologías convencionales	5	5	25
Desarrollo de nuevos productos	5	5	25
Velocidad de transmisión de la tecnología	5	5	25
<i>Ambientales</i>			
Leyes de protección del medioambiente	1	3	3
Creación de Conciencia Ambiental	1	2	2
<i>Legales</i>			
Regulación sobre el empleo	3	3	9
Legislación antimonopolio	2	1	2

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

9.2.1. Político

Estabilidad gubernamental: durante los últimos siete años se ha mantenido el mismo partido de gobierno en el poder, por lo cual el grado de probabilidad de que ocurra un cambio es bajo.

Aumento en las políticas impositivas: Considerando que las políticas impositivas cada vez han ganado un papel más relevante dentro del gobierno actual, y que algunas pueden afectar directamente al flujo del capital, se concluye en que el grado de impacto es alto, y el grado de probabilidad de ocurrencia también.

9.2.2. Económico

Evolución del P.N.B: Aunque el Producto Neto Bruto aumente, lo más probable es que se mantenga creciendo de forma estable; por lo tanto el grado de probabilidad de cambio es baja. El grado de afectación también se lo considera bajo, ya que el mercado objetivo son estudiantes, y una gran parte aun no pertenecen a la fuerza laboral.

9.2.3. Social

Mejoramiento de nivel educativo: La rigurosidad con que se tratan los temas educativos actualmente, más los cambios actuales en la ley de educación superior sugiere que la probabilidad de ocurrencia es medianamente alta. En cuanto al grado de impacto, se piensa que como consecuencia de que una mejora en el nivel educativo, va a incrementar la exigencia estudiantil, y en consecuencia un aumento en la oferta del negocio.

9.2.4. Tecnológico

Madurez de las tecnologías convencionales y Velocidad de transmisión de la tecnología: Debido a que la empresa maneja la mayoría de sus procesos más importantes de manera digital, y un cambio en la tecnología significa necesidad de innovación y adaptación a las exigencias del mercado, a ambas categorías se les asignó el máximo puntaje en posibilidad de ocurrencia.

9.2.5. Ambiental

Leyes de protección del medio ambiente y Creación de conciencia ambiental: En ambas se asignó un grado de posibilidad de ocurrencia baja y grado de impacto bajo, ya que el proyecto no se enfoca en este nicho de mercado.

9.2.6. Legal

Regulaciones sobre el empleo: Estas regulaciones sobre el empleo afectan directamente a las políticas internas de la empresa, pero la posibilidad de que existan cambios es relativamente baja.

9.3. Análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas

(FODA)

9.3.1. Fortalezas:

- No es necesario un alto nivel de inversión en infraestructura.
- Inversión moderada y pronta recuperación de la inversión.
- Mayor alcance y fácil acceso mediante la difusión electrónica de servicios y aplicación.

- Sistema sencillo de operar
- Empresa única en su tipo.

9.3.2. Oportunidades:

- Amplio Mercado.
- Capacidad de expansión alta hacia diferentes unidades educativas.
- Implementación de nuevas tecnologías que faciliten el uso de la plataforma.
- Alianzas estratégicas que permitan que el negocio tenga más visibilidad en el mercado.
- Fácil acceso a la información deseada por parte de los clientes potenciales

9.3.3. Debilidades:

- Falta de experiencia en el ámbito empresarial.
- Capacidad limitada de acceso a préstamos bancarios,
- Dado que no existen empresas como Comuni pudiera haber una mala administración de los recursos de la empresa al inicio de sus actividades.

9.3.4. Amenazas:

- Restricciones sobre la forma o contenido del servicio.
- Alto grado de posibilidad de nuevos competidores debido a la baja inversión y oferta del servicio.

- Posible demanda de ayudantías elevada y baja oferta de tutores.

9.4.Análisis de las 4 Ps

9.4.1. Descripción Producto / Servicio

El propósito de este plan de negocios es crear una plataforma virtual para los estudiantes de Guayaquil. La plataforma va a servir como un vínculo entre estudiantes universitarios entre 18 y 25 años que quieran impartir clases y estudiantes que necesiten ayudantías académicas. Por un lado, los estudiantes que quieran dar clases (ayudantes) podrán registrarse en la plataforma con el fin de ser publicados. Por otro lado, los solicitantes, aquellos estudiantes que buscan ayudantes académicos, los podrán contactar por medio de la plataforma. Una vez generado este vínculo, ambas partes podrán ponerse de acuerdo en la fecha y hora en la que se van a impartir las clases.

Los ayudantes académicos que deseen ser publicados en la plataforma deberán pagar un valor fijo por cada contrato concretado, de igual manera, el solicitante debe pagar un valor al ayudante. Para garantizar que el ayudante conoce de la materia, deberá tener un G.P.A mínimo de 85.

La página web y aplicación se manejarán de la siguiente manera:

- 1) Los universitarios que deseen brindar ayudantías, crearan su perfil, poniendo sus datos personales y detallarán el materia que deseen enseñar. Datos que posteriormente, serán revisados y verificados por el personal de ventas y cobranzas.
- 2) Las personas que necesiten de ayudantías ingresarán a la plataforma, y para poder contratar los servicios, deberán registrarse ingresando sus datos personales.

3) A partir del momento en que el solicitante de ayudantías se registra, le aparecerán unos campos: el nombre de la materia en la que necesita recibir clases, la fecha, la cantidad de personas y la universidad. Llenar todos los campos no es obligación. Deberá completar al menos un campo para iniciar la búsqueda.

4) Una vez llenados estos campos, la plataforma de forma automática le va a arrojar un listado de personas afines a la materia que desea recibir, la fecha y la universidad. También aparecerán otros campos; como el rango de precio que está dispuesto a pagar y el tiempo por el que solicita las ayudantías.

5) Cuando el listado aparezca, la persona solicitante tendrá la opción de elegir a su ayudante. Una vez elegido el ayudante, le aparecerá un chat conectado a su correo electrónico por el cual podrá enviar mensajes al ayudante. El ayudante en su perfil, también tendrá este campo de mensajería, y asimismo, estará conectado a su correo electrónico personal.

6) Al término de las ayudantías, el solicitante tendrá la opción de calificar al ayudante y dejar comentarios al respecto.

7) Los ayudantes académicos se irán ubicando en rangos (según el color de estrella) dependiendo de la calificación que le haya brindado el contratante.

9.4.2. Precio

El costo por la intermediación de la página para que ayudante y alumno cierren la negociación será de \$1. El ayudante será el responsable del pago.

9.4.3. Plaza

La contratación se hace directamente en la web. No existe un lugar físico.

9.4.4. Promoción

La estrategia de Marketing se elaboró con el fin de conseguir la inscripción de 1000 ayudantes en el primer año.

9.4.5. Actividades Promocionales BTL

Activaciones en centros comerciales:

Mecánica: Se contratará el alquiler del espacio en un centro comercial, donde haya más afluencia de personas del target. Contaremos con una impulsadora que se encargará de entregar las volantes, mientras invita a las personas a que conozcan la página web. Además, comentará sobre los sorteos de tabletas, celulares y entradas a cines que habrá durante el año, para los estudiantes que se inscriban y cumplan con ciertos requisitos.

Activación mediante los ayudantes registrados:

Mecánica: Cada ayudante registrado, por una primera vez, podrá participar en el sorteo que se realizará trimestralmente cumpliendo con el siguiente requisito: el ayudante registrado deberá llevar a un compañero a inscribirse y este último deberá dar mínimo 6 clases (la contratación deberá ser mediante la página para que sean válidas). Para ayudarlos, se les entregará tarjetas de presentación de la empresa, con el fin de que las repartan a posibles clientes. Los premios del sorteo serán: tabletas, celulares y entradas al cine.

Distribución de los premios:

- El primer trimestre se sorteará: dos tabletas, tres celulares y 100 entradas al cine.
- El segundo trimestre se sorteará: tres tabletas, cuatro celulares y 100 entradas al cine.

- El tercer trimestre se sorteará: dos tabletas, cuatro celulares y 100 entradas al cine.

- El cuarto trimestre se sorteará: tres tabletas, cuatro celulares y 100 entradas al cine.

Material de Apoyo POP:

- Volantes: material que será entregado en las activaciones.
- Plumas: se entregarán a cada alumno inscrito plumas brandeadas con el logo de la empresa.

- Tarjetas de presentación: Este material será entregado a cada ayudante registrado.

- Tabletetas: material para el sorteo.

- Celulares: material para el sorteo.

- Entradas a cine: material para el sorteo.

9.4.5.1. Actividades Promocionales ATL

Radio:

La promoción se la hará en estaciones de radio con mayores niveles de rating, y de acuerdo al target. Se contabilizaron tres pautas por los 365 días al año.

9.4.5.2. Marketing Digital

Se harán campañas por medio de redes sociales: como Twitter, Facebook e Instagram, en las cuales podrán apreciarse todas las actividades y promociones que se irán realizando durante el año.

9.5. Análisis de la Oferta y Demanda

9.5.1. Oferta

Se definió como oferta a los estudiantes entre 18 y 25 que quieran impartir clases.

Resultados de la encuesta

Para efecto de análisis se tomó una muestra de 385 estudiantes (muestra obtenida con un nivel de confianza del 95%), a los cuales se les elaboró una encuesta con el fin medir cualitativamente la viabilidad del proyecto.

Mediantes las encuestas se concluyeron los siguientes datos:

- El 50% de los panelistas dijeron que se les dificulta conseguir personas que quieran recibir clases personalizadas.
- El 70% de los panelistas encuestados, aducen que sí están dispuestos a dar clases personalizadas, y el 59% de estos dicen que dedicarían una a cuatro horas a la semana de su tiempo para dar clases.
- El 50% de los panelistas indican que cobrarían de entre 16 y 20 dólares por hora de clase dada.

9.5.2. Demanda

Se definió como demanda a los estudiantes entre 17 y 30 que quieran contratar clases particulares, y a los padres de familia que tengan hijos cursando clases.

Resultados de la encuesta

Para efecto de análisis se tomó una muestra de 385 estudiantes (muestra obtenida con una confianza del 95%), a los cuales se les elaboró una encuesta con el fin medir cualitativamente la viabilidad del proyecto.

Mediantes las encuestas se concluyeron los siguientes datos:

- El 76% de los panelistas indicaron que sí han tenido problemas en alguna materia, y el 71% de estos panelistas contestaron que sí contrataron clases particulares.
- El 41% de los panelistas señalaron que se les ha dificultado conseguir a alguien que dicte clases particulares.
- El 47% de los panelistas comentaron que sí les gustaría contratar clases particulares, y el 44% de ellos pagarían entre 10 a 15 dólares por hora contratada.

9.6.Estrategia de diferenciación

A diferencia de la publicación de ayudantías que se realizan en periódicos o ya sea por el boca a boca (recomendaciones), esta aplicación en línea ofrece: mayor cobertura, mejor focalización del target, y una plataforma interactiva que le permite al ayudante tener un contacto directo y personalizado con el solicitante de ayudantías.

Acciones de Promoción

- Cada ayudante tendrá 100 tarjetas con el nombre de la compañía y sus servicios. Estas las podrán dar a sus clientes, familiares y amigos.
- Para acciones de promoción, además de la publicidad, se cree que es importante mantener la fidelidad de los clientes, por lo que se sortearán premios, inicialmente, cada trimestre, y a partir del primer año, se sortearán cada semestre. Los premios incluirán: tabletas, celulares y entradas al cine.

Canal de Distribución

Los canales de distribución serían: en el caso de la página web es directamente la web, y en el caso de las aplicaciones son los servidores como App Store y Google Play.

10. Análisis Operativo

10.1. Localización y descripción de las instalaciones

La empresa estará localizada en la Garzota Mz.58 V.16. La compañía contará con un local de 8m², equipado con un baño, 4 computadoras portátiles que usarán cada uno de los colaboradores, un teléfono convencional y aire acondicionado.

Figura 2: Localización por Google Maps



Fuente: Google Maps

10.2. Métodos de Producción

Webmaster (Programador), desarrollará un sitio web basado en los estándares mundiales de diseño, usabilidad y ergonomía. El mismo que será adaptable a todos los navegadores.

También, desarrollará una aplicación móvil que sea compatible para todos los dispositivos móviles, y sea de fácil acceso, manejo y sobretodo segura.

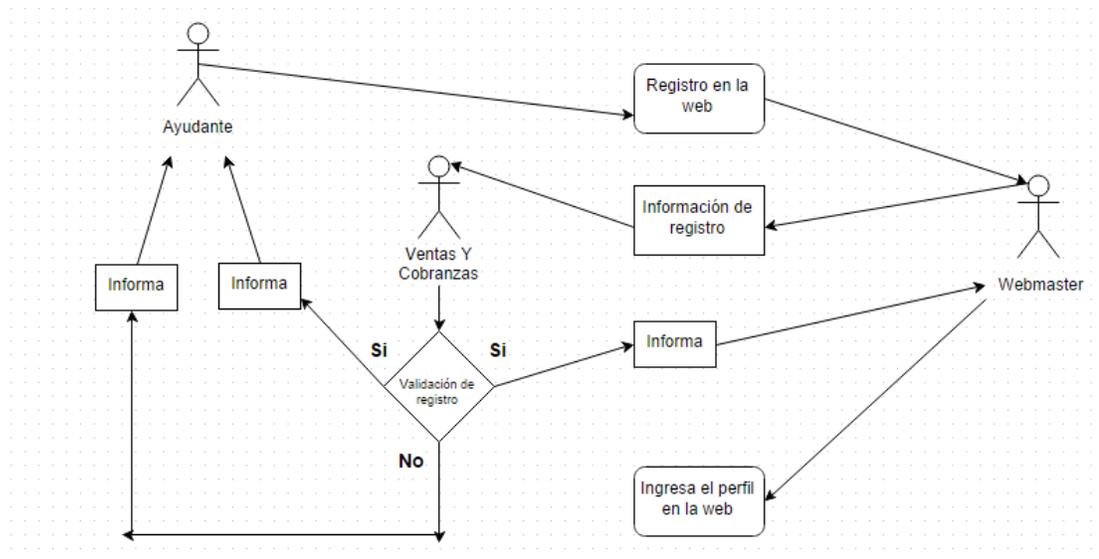
Para esto se necesitaran de dos meses y de la ayuda de un diseñador gráfico que cobrará \$300 por el proyecto.

10.3. Capacidad Instalada

No se puede definir, ya que la aplicación y la página web están alojadas en un servidor y no en un lugar físico.

10.4. Diagrama de Flujo de Procesos

Figura 3: Flujo de Procesos



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

10.4.1. Tiempo de Procesos

- Informe del registro por parte del Webmaster: Inmediato.

- Validación de registro por parte de Ventas y Cobranzas: 2 días.
- Informe de validación por parte de Ventas y Cobranzas: Inmediato.
- Registro del perfil en la web por parte del Webmaster: Inmediato.

10.5. Recursos Humanos

Los recursos humanos son el pilar principal del funcionamiento de la empresa, puesto que el servicio que se ofrece se imparte directamente mediante el recurso humano.

Los recursos humanos usados en la empresa se dividen en dos partes:

- 1.- Personal encargado del manejo de la empresa
- 2.- Personal encargado del fin comercial de la empresa.

El personal encargado del manejo de la empresa:

- Persona al tanto de la página web, llámese webmaster.

Será el encargado de la creación y el buen funcionamiento de la página y aplicación web, manteniéndolas actualizadas, en orden y diseño, y de la publicidad en la web. Además, se encargará de enviar la información de ingreso de cada tutor al área de ventas para que esta apruebe el ingreso.

- Persona encargada del Área Financiera y Administrativa

Estará al tanto del manejo del dinero y su redistribución dentro de la empresa, tendrá criterio sobre decisiones financieras, sean estas referentes a préstamos o inversiones. Además, estará encargada del manejo y decisiones en la empresa y de la atención en las dudas de los consumidores.

- Personal encargado de ventas y cobranzas.

Capital humano dedicado a monitorear a cada tutor que ingrese, verificando la información que ingreso en la página web. También, se encargará de los asuntos de mora, llamada a clientes incumplidos y manejo de cartera de clientes.

- Personal encargado de Marketing.

Se dedicarán al área publicitaria, atracción de clientela, sea estas ayudantes académicas o estudiantes, también a la atracción de sponsors. (Esta área será llevada a cabo directamente por el presidente de la compañía)

- Personal Contador

Persona encargada de llevar la contabilidad de la empresa, teniendo y manejando los registros oficiales históricos de todas las acciones y obligaciones de la empresa.

Absolutamente todo el personal debe poseer las siguientes características aplicadas a su posición en la empresa:

- ❖ Posibilidad de desarrollo.
- ❖ Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
- ❖ Sentimientos.
- ❖ Experiencias, conocimientos, etc.

11. Análisis Financiero

11.1. Inversión

El plan de inversión se estimó con el fin de captar un mínimo de 1000 clientes, con los cuales se espera comenzar el primer año del negocio. El monto estimado es de \$79.315,00 y se dividió en: creación de la página, arrendamiento, equipos, suministros, muebles y

enseres, premios, sueldos por un año y todos los elementos relacionados con actividades de publicidad, como se muestra a continuación:

Tabla 3: Inversión Inicial

Inversion	Cantidad	Precio	Total
Inversión en creación de página	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Diseñador Gráfico	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Gastos de Constitucion	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Total			\$ 3,300.00
Suministros			\$ 25.00
Muebles y enseres	4	\$ 200.00	\$ 800.00
Arriendo	12	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Equipos			\$ 6,300.00
Premios			\$ 8,750.00
Publicidad			\$ 16,015.00
Sueldos por 1 año	1	\$ 37,111.08	\$ 37,111.08
Total Iversion			\$ 86,801.08

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

11.2. Presupuesto de Ventas Proyectadas

En el presupuesto de ventas se estimaron los 1000 clientes captados el año de inversión. Para cada cliente se consideraron aproximadamente 8 clases por mes. El valor cobrado a los ayudantes por cada clase dada es de \$1, y se estimó un crecimiento anual por encima de la inflación equivalente al 8%. Como resultado del primer año, se obtuvieron ventas por \$127.300.

Tabla 4: Presupuesto de Ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vol. Estimado de ventas	127,300	133,665	140,349	147,366	154,734
Precio por hora de clase	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00
Valor total de ventas	\$ 127,300.46	\$ 133,665.48	\$ 140,348.75	\$ 147,366.19	\$ 154,734.50
Total de ventas netas	\$ 127,300.46	\$ 133,665.48	\$ 140,348.75	\$ 147,366.19	\$ 154,734.50
Valor iva	\$ 15,276.05	\$ 16,039.86	\$ 16,841.85	\$ 17,683.94	\$ 18,568.14

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

11.3. Presupuesto de Costos y Gastos Proyectados

Debido a la forma del negocio, no se obtuvieron costos variables, solo costos fijos. Estos últimos alcanzaron un valor de \$14.188,04 durante el primer año. También, se estimaron los gastos de salarios por un valor de \$31.065. La suma total de costos y gastos del primer año fue de \$45.253,04, y se consideró un crecimiento del 3.2%, valor proyectado al final del año 2014 según el Banco Central.

Tabla 5: Presupuesto de Costos Fijos

Costos Fijos	Precio unitario	Cantidad	Total	Anual
Funcionamiento Web				\$ 324.00
Contratación de Dominio y Host	\$ 200.00	1.00	\$ 200.00	\$ 200.00
Servidor Google Pay	\$ 25.00	1.00	\$ 25.00	\$ 25.00
Servidor App Store	\$ 99.00	1.00	\$ 99.00	\$ 99.00
Suministros	\$ 10.00	1.00	\$ 10.00	\$ 120.00
Servicios				\$ 4,608.00
Arrendamiento	\$ 1,000.00	1.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Publicidad	\$ 191.67	1.00	\$ 191.67	\$ 2,300.04
Premios				\$ 8,500.00
Total Costos Fijos				\$ 27,852.04

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Tabla 6: Gastos de Salarios

CARGOS	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	TOTAL	Anual
WEBMASTER	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 30.17	\$ 25.00	\$ 72.90	\$ 778.07	\$ 9,336.84
ASISTENTE VENTAS Y COBRANZAS	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 30.17	\$ 20.83	\$ 60.75	\$ 653.42	\$ 7,841.04
ASISTENTE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 30.17	\$ 20.83	\$ 60.75	\$ 653.42	\$ 7,841.04
ASISTENTE CONTABLE	\$ 380.00	\$ 31.67	\$ 30.17	\$ 15.83	\$ 46.17	\$ 503.84	\$ 6,046.08
DISEÑADOR GRÁFICO	\$ 380.00	\$ 31.67	\$ 30.17	\$ 15.83	\$ 46.17	\$ 503.84	\$ 6,046.08
TOTAL PERSONAL	\$ 2,360.00	\$ 196.67	\$ 150.85	\$ 98.33	\$ 286.74	\$ 3,092.59	\$ 37,111.08

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

11.4. Préstamo Bancario y Amortización

El financiamiento total de la inversión se realizará mediante una entidad bancaria, con la cual se consideró una tasa interés activa para PYMES del 11,28%⁸. Se calcularon 60 pagos en 5 años; es decir 12 pagos por año, por concepto de dividendos e intereses. El valor total a pagar calculado al final de los 5 años es de \$102.843,80.

Tabla 7: Amortización

TABLA DE AMORTIZACION CONSTANTE		
AÑOS	Capital	Intereses
1	\$ 12,664.92	\$ 7,903.84
2	\$ 14,093.52	\$ 6,475.24
3	\$ 15,683.27	\$ 4,885.49
4	\$ 17,452.34	\$ 3,116.42
5	\$ 19,420.96	\$ 1,147.80
	\$ 79,315.00	\$ 23,528.80

Fuente: Investigación Propia

⁸ Extraído de: <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

11.5. Estado de Resultados

Para finales del primer año se calculó una utilidad neta de \$48.333,08, debido a la Estrategia de Marketing realizada durante el año de inversión, pero a partir del primer año podemos ver que en los siguientes años se consigue un incremento constante.

Tabla 8: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Impuestos					
Ventas	\$ 127,300.46	\$ 133,665.48	\$ 140,348.75	\$ 147,366.19	\$ 154,734.50
Costos variables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos Fijos	\$ 66,382.79	\$ 68,507.04	\$ 70,699.26	\$ 72,961.64	\$ 75,296.41
Utilidad Operacional	\$ 60,917.67	\$ 65,158.44	\$ 69,649.49	\$ 74,404.55	\$ 79,438.09
Gastos Financieros	\$ 7,903.84	\$ 6,475.24	\$ 4,885.49	\$ 3,116.42	\$ 1,147.80
Utilidad antes PAT	\$ 53,013.82	\$ 58,683.20	\$ 64,764.00	\$ 71,288.13	\$ 78,290.29
15% PAT	\$ 7,952.07	\$ 8,802.48	\$ 9,714.60	\$ 10,693.22	\$ 11,743.54
Utilidad antes impuestos a la renta	\$ 45,061.75	\$ 49,880.72	\$ 55,049.40	\$ 60,594.91	\$ 66,546.75
22% Impuesto a la renta	\$ 9,913.59	\$ 10,973.76	\$ 12,110.87	\$ 13,330.88	\$ 14,640.28
Utilidad Neta	\$ 35,148.17	\$ 38,906.96	\$ 42,938.53	\$ 47,264.03	\$ 51,906.46

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

11.6. Flujo de Caja

El flujo neto⁹ se mantiene positivo durante los cinco años proyectados, y el flujo acumulado da resultados positivos a partir del segundo año; esto significa que el monto de la inversión se recupera en el primer año, lo cual es un resultado positivo para el proyecto.

⁹ El propósito del estado de flujos de efectivo es informar sobre la entrada y salida de efectivo de una empresa, durante cierto tiempo. (James C, Van Horne & John M, 2002, p.177)

Tabla 9: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 127,300.46	\$ 133,665.48	\$ 140,348.75	\$ 147,366.19	\$ 154,734.50
Costos variables		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos Fijos		\$ 66,382.79	\$ 68,507.04	\$ 70,699.26	\$ 72,961.64	\$ 75,296.41
EFFECTIVO NETO		\$ 60,917.67	\$ 65,158.44	\$ 69,649.49	\$ 74,404.55	\$ 79,438.09
Depreciación		\$ 1,419.67	\$ 1,419.67	\$ 1,419.67	\$ 1,419.67	\$ 1,419.67
FLUJO OPERATIVO		\$ 62,337.34	\$ 66,578.11	\$ 71,069.16	\$ 75,824.22	\$ 80,857.76
Ing. No Operativos		\$ -				
Crédito	\$ 86,801.08					
Aporte Propio	\$ -					
Eg. No Operativos	\$ 86,801.08	\$ 30,530.57	\$ 33,869.76	\$ 37,508.73	\$ 41,476.44	\$ 45,804.79
Inversiones	\$ 86,801.08					
Pagos Capital		\$ 12,664.92	\$ 14,093.52	\$ 15,683.27	\$ 17,452.34	\$ 19,420.96
Impuestos		\$ 17,865.66	\$ 19,776.24	\$ 21,825.47	\$ 24,024.10	\$ 26,383.83
FLUJO NO OPERATIV	\$ (86,801.08)	\$ (30,530.57)	\$ (33,869.76)	\$ (37,508.73)	\$ (41,476.44)	\$ (45,804.79)
FLUJO NETO	\$ (86,801.08)	\$ 31,806.76	\$ 32,708.35	\$ 33,560.42	\$ 34,347.78	\$ 35,052.97
Flujo Acumulado	\$ (86,801.08)	\$ (54,994.32)	\$ (22,285.97)	\$ 11,274.46	\$ 45,622.24	\$ 80,675.20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

11.7. Análisis de Punto de Equilibrio

Para cubrir los costos fijos¹⁰ del negocio, la empresa deberá vender durante el primer año \$66.383, si vende por debajo de esta cantidad en el resultado se reflejarán las pérdidas, y si vende por encima se reflejarán las ganancias.

Tabla 10: Punto de Equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de Equilibrio	66,383	68,507	70,699	72,962	75,296

Fuente: Investigación Propia

¹⁰ Los costos fijos permanecen constantes en su monto total, independientemente de los cambios en el nivel de la actividad. (Villegas C, 2001, p.41)

11.8. Índices Financieros

Con la inversión inicial de \$86.801,08, se calculó un VAN de \$35.490,21; este resultado genera buenos indicios de la factibilidad económica del proyecto, ya que los resultados obtenidos de la suma de los flujos netos llevados a valor presente van a resultar mayores a la inversión.

Tabla 11: Índices Financieros

Inversión Inicial	\$ 86,801.08
Tasa de descuento	11%
VPN	\$ 122,291.29
VAN	\$ 35,490.21
TIR	26%
IR	1.41
Retorno Inversion	2.68

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

El índice de rentabilidad¹¹ es superior a la unidad, lo cual es aceptable, ya que por cada dólar invertido el negocio genera \$1.41.

La tasa TIR es de 26%. Al estar por encima de la tasa de inversión se considera un resultado positivo para el negocio.

¹¹ El Índice de Rentabilidad (IR) de un proyecto es la relación entre el valor presente de los flujos futuros de efectivo y el gasto inicial. (James C, Van Home & John M, 2002, p.340)

11.9. Análisis de Sensibilidad

Si consideramos el supuesto de que las ventas aumentan en un 5% y los costos decrecen en un 5%, los índices financieros resultantes serán los siguientes:

Tabla 12: Índices Financieros Escenario Optimista

Inversión Inicial	\$ 86,801.08
Tasa de descuento	11%
VPN	\$ 160,478.42
VAN	\$ 73,677.34
TIR	41%
IR	1.85
Retorno Inversion	2.06

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

El VAN se mantiene positivo, el TIR aumenta en un 15% y el IR aumenta un 27%, y finalmente el Retorno de la Inversión disminuye a 1 año y 8 meses.

12. Conclusiones

- El mercado al cual apunta el negocio es un mercado sumamente amplio. Este factor es bastante atractivo, pero se consideró que es importante definir una estrategia para ingresar al mercado, ya que si no se realiza de una forma adecuada, la percepción de la página puede cambiar y alterar de manera negativa los resultados.
- La fuerza de ventas es la fuente principal para el buen funcionamiento del negocio, por lo tanto, es necesario mantenerla incentivada.
- La mayoría de los procesos importantes de la empresa se realizan por un medio digital. Debido a esto se determinó que la principal limitación del negocio

es la actualización tecnológica. El negocio debe estar estrechamente relacionado con los cambios que dicta este mercado.

- Con los resultados del estudio financiero realizado, se puede concluir que el proyecto es rentable y justifica su inversión.

13. Bibliografía

- Banco Central del Ecuador. (Septiembre de 2014). *Tasas de interes*. Recuperado el 2014, de
de
<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- C., V. (2001). *Contabilidad de costos*. Recuperado el 2014, de
<http://books.google.com.ec/books?Id=DFL2U3dCmRsC&pg=PA41&dq=COSTOS+FIJOS&hl=en&sa=X&ei=gbepvob6iyi4ggqtquid4ba&ved=0cbwq6aewaa#v=onepage&q=COSTOS%20FIJOS&f=false>
- Cámara de Comercio. (2014). *Requisitos registro de marca*. Recuperado el 2014, de
<http://www.lacamara.org/prueba/images/varios/requisitos%20registro%20de%20marca.pdf>
- El Universo. (Miercoles de Agosto de 2014). *Inflación se aceleró a 4,11% en julio en Ecuador, según INEC*. Recuperado el 2014, de
<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/08/06/nota/3327876/inflacion-se-acelero-411-interanual-julio-segun-inec>
- González, J. (2013). La voz y la lealtad mejoran la eficiencia de los mercados. *Revista De Economía Institucional*, 65-77.

- Hobbs, L. (1999). *Diseñar su propia página web*. Recuperado el 2014, de <http://books.google.com.ec/books?id=hlfRke0FsmwC&pg=PA13&dq=La+World+Wide+Web,+m%C3%A1s+conocida+como+la+Web,+es+una+de+las+%C3%A1reas+de+internet+que+se+ha+desarrollado+m%C3%A1s+r%C3%A1pidamente.&hl=en&sa=X&ei=Q6oPVom6HIyXgwT9jYD4DQ&ved=0CBoQ6AEwAA#v=one>
- Inter-American Development Bank. (Enero de 2012). *Evaluación del marco legal e institucional de Ecuador*. Recuperado el 2014, de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=773288>
- James C, V. H. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. Recuperado el 2014, de https://www.google.com.ec/search?tbm=bks&hl=en&q=Flujo+neto&gws_rd=ssl
- James C. Van Horne, J. M. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. Recuperado el 2014, de http://books.google.com.ec/books?id=ziiCVbfGK3UC&pg=PA340&dq=indice+de+rentabilidad&hl=en&sa=X&ei=5a8PVLq_Jo7OggTKtIL4Dw&ved=0CBoQ6AEwAA#v=onepage&q=indice%20de%20rentabilidad&f=false
- Servicio de Rentas Internas. (2014). *Ley de régimen tributario interno*. Recuperado el 2014, de <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/leytribint.pdf>

14. Anexos

14.1. Cálculo de la muestra

Figura 4: Muestra

MUESTRA			
$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$			
			n= 385
Z ²	1,96	95% de confianza	
p	0,5		
q	0,5		
N	1.000		
e	0,05	5% de error	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

14.2. Formato de Encuesta

Figura 5: Formato de Encuesta Parte I

Encuesta

Favor leer detenidamente cada pregunta y especificaciones antes de responder.

* Required

1. ¿Ha dado clases particulares? *

Si respondió No, pase a la pregunta 4

- Si
- No

2. ¿Qué materia(s) ha enseñado?

- Matemáticas
- Física
- Química
- Contabilidad
- Other:

3. ¿Se le ha dificultado conseguir estudiantes que requieran de clases personalizadas?

Pase directamente a la pregunta 5

- Si
- No

4. ¿Le gustaría dar clases particulares?

Si respondió No, pase a la pregunta 7

- Si
- No

5. ¿Cuántas horas a la semana dedicaría a dar clases personalizadas?

- 1 - 4 horas por semana
- 5 - 9 horas por semana
- 10 - 14 horas por semana
- Other:

6. ¿Cuánto cobraría la hora por cada clase particular dada?

- \$10 - \$15
- \$16 - \$20
- \$21 - \$25
- Other:

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Figura 6: Formato de Encuesta Parte II

7. ¿Usted o algún familiar ha tenido problemas en alguna materia? *

Si respondió No, envíe la encuesta.

- Si
- No

8. ¿Ha contratado clases particulares?

- Si
- No

9. ¿Se le ha dificultado conseguir a alguien que de clases particulares?

Pase directamente a la pregunta 11

- Si
- No

10. ¿Le gustaría contratar clases particulares?

Si respondió No, envíe la encuesta

- Si
- No

11. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una hora de clases personalizada?

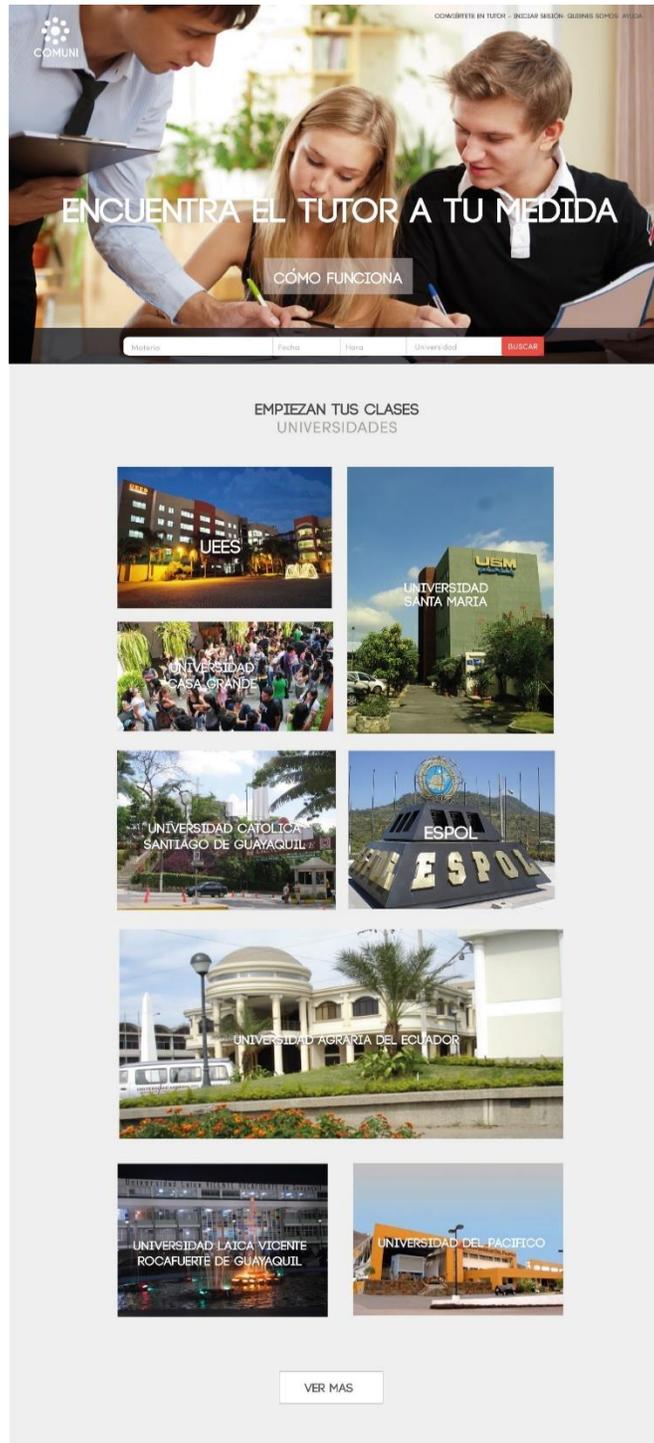
- \$10 - \$15
- \$16 - \$20
- \$21 - \$ \$25
- Other:

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

14.3. Imágenes Diseño Página Web

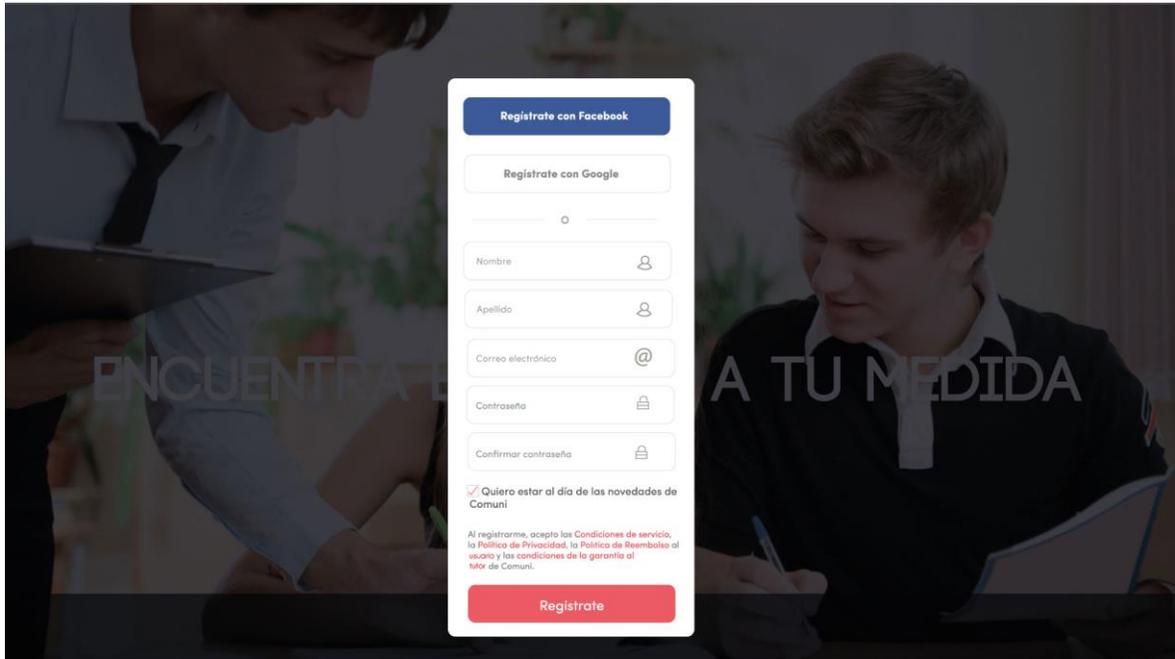
Figura 7: Página Principal



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

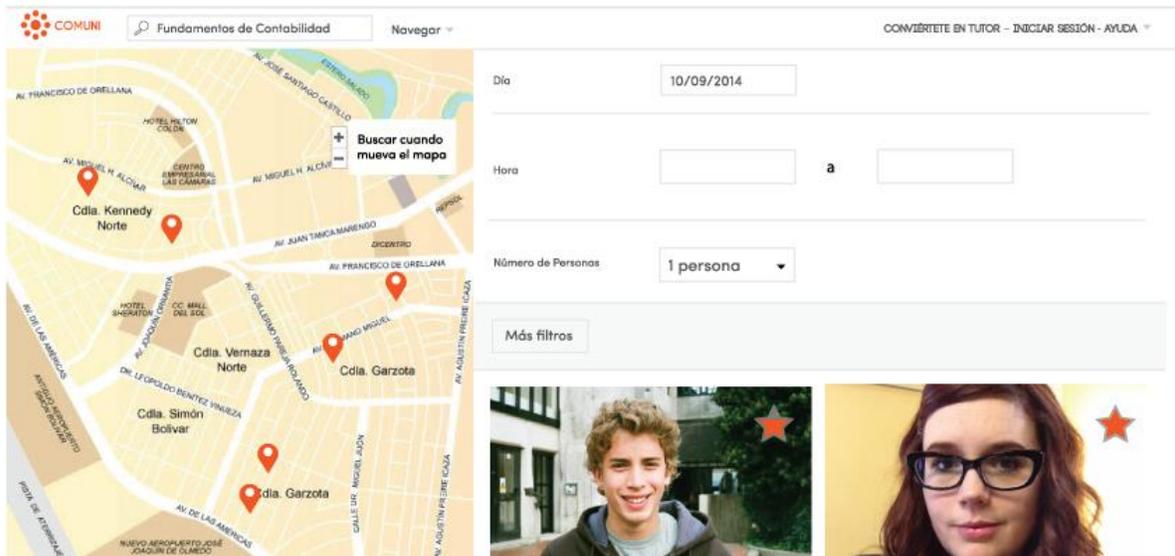
Figura 8: Página de Registro



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Figura 9: Página de búsqueda



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

14.4. Imágenes diseño aplicación

Figura 10: Inicio Aplicación



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Figura 11: Registro Aplicación



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Figura 12: Aplicación Búsqueda



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor